

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра реклами і зв'язків з громадськістю

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

В. о. завідувача кафедри

Іващук Антоніна Анатоліївна

“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВОЛОНТЕРСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ  
«UKRAINIAN KIDS CLUB IN COATBRIDGE» В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Виконавець: Червонюк Анна Дмитрівна

Керівник: к.і.н.

Кулинич Олександра Іванівна

Нормоконтролер: к.і.н.

Кулинич Олександра Іванівна

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ СУСПІЛЬНО ВАЖЛИВОЇ ІНФОРМАЦІЇ .....	7
1.1 Роль соціальних мереж у сучасному інформаційному просторі.....	7
1.2 Основні особливості інтернет платформ і їх вплив на аудиторію.....	12
1.3 Контент маркетинг як основний інструмент популяризації інформації...	18
Висновки до розділу 1 .....	20
РОЗДІЛ 2 РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ INSTAGRAM ТІК ТОК ВОЛОНТЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ UKRAINIAN KIDS CLUB IN COATBRIDGE.....	22
2.1. Характеристика діяльності та місія Ukrainian Kids Club in Coatbridge...	22
2.2. Розробка контент-стратегії та інструменти популяризації організації в соціальних мережах.....	29
2.3 Оцінка ефективності контент стратегії .....	35
Висновки до розділу 2.....	40
ВИСНОВКИ.....	42
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	45
ДОДАТКИ.....	51

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Соціальні мережі стали важливим каналом комунікації, які дозволяє організаціям залучити увагу та підтримку громадськості. Популяризація діяльності волонтерської організації в соціальних мережах дозволяє залучити нових волонтерів, отримати підтримку від громадськості. За допомогою соціальних мереж волонтерська організація може розширити свій вплив та збільшити свою аудиторію. Це дозволяє залучати більше учасників, волонтерів та партнерів, що підвищує ефективність її діяльності. У сучасному світі конкуренція між волонтерськими організаціями зростає. Популяризація в соціальних мережах дозволяє організації залишатися актуальною та конкурентоспроможною, залучаючи увагу та збільшуючи підтримку від аудиторії.

Популяризація діяльності в соціальних мережах допомагає волонтерській організації просувати свою місію та цілі додаючи їй більше можливостей та досягнення позитивного впливу на суспільство. Такий підхід дозволяє відобразити свою діяльність з усіх сторін, розширити свої можливості волонтерським організаціям, досягнувши не аби якого поштовху для суспільства, використовуючи потенціал соціальних мереж для комунікації з громадськістю.

Серед вчених, які наголошують на важливій ролі мереж у функціонуванні сучасного суспільства, – М. Кастельс, який запровадив поняття «мережеве суспільство». Серед вітчизняних дослідників, які цікавляться особливостями різноманітних аспектів мережевого суспільства, можна назвати Т. Савельєву, яка у своєму дослідженні звертається до визначення поняття «мережеве суспільство»; О. Дзьобаня та О. Сосніна, які досліджують впливи мережевих

систем комунікації у процесі глобалізації на горизонтальні й вертикальні сегменти і структури суспільств Дзьобань, Соснин, 2015. Т. Бельська аналізує фактори (детермінанти), що впливають на взаємовідносини громадянського суспільства і публічної влади та комунікацію між ними Бельська, 2012. С. Ягодзінський доводить, що в умовах інформаційного суспільства ризомність віртуального соціального простору визначає новий контур соціальних взаємодій, задає нові правила існування для більшості соціальних практик Ягодзінський, 2018 [23 с. 141].

**Мета дослідження** полягає у визначенні ефективних стратегій і методів популяризації волонтерської організації Ukrainian Kids Club in Coatbridge у соціальних мережах, спрямованих на залучення уваги громадськості, збільшення підтримки для спільноти, а також на залучення нових волонтерів і партнерів.

**Визначена мета передбачає вирішення таких завдань:**

1. Проаналізувати активність та присутність організації в різних соціальних мережах.
2. Розробити контент стратегію для соціальних мереж, яка відповідає потребам цільової аудиторії.
3. Провести експерименти з різними форматами контенту та методами залучення уваги аудиторії.
4. Оцінити ефективність різних стратегій та методів популяризації за допомогою аналітики соціальних мереж.
5. Визначити рекомендації для подальшого вдосконалення стратегій популяризації, залучення волонтерів, та підтримки від громадськості.

**Об'єкт дослідження:** процес популяризації діяльності волонтерської організації.

**Предметом дослідження:** інструменти популяризації діяльності волонтерської організації для українських дітей переселенців в Шотландії Ukrainian Kids Club in Coatbridge .

**Методи дослідження.** Методологічну основу дослідження становлять принципи і методи системного та компаративного аналізу, формалізації та узагальнення даних науково методологічної літератури. Метод аналізу було застосовано в теоретичному розділі. Також було використано метод контент аналізу та контент моніторингу, які дозволили систематично аналізувати вміст який публікуються, аналіз відгуків коментарів та реакції на контент організації в соціальних мережах. Метод порівняльного аналізу використовувався для оцінки різних аспектів діяльності волонтерської організації в соціальних мережах порівняно з аналогічними організаціями. Метод спостереження індукції, дедукції був використаний для аналізу даних вивчення поведінки цільової аудиторії, а також формулювання гіпотез та висновків на основі зібраних даних.

**Науково-теоретична складова роботи** розкриває значення соціальних мереж у популяризації волонтерської діяльності. Аналізуючи сучасні тенденції, визначається, що соціальні мережі є ключовим інструментом впливу на громадську думку та залучення громадян. Дослідження практики використання соціальних мереж іншим організаціям допомагає зрозуміти ефективні підходи та навчитися на їх прикладі. Крім того, враховуючи розвиток технологій, досліджується перспектива розвитку використання соціальних мереж у волонтерській сфері.

**Практичне значення одержаних результатів.** Публікації про діяльність організації в соціальних мережах допомагають привернути увагу потенційних волонтерів, які можуть бути зацікавлені в приєднанні до клубу та внесенні свого внеску у підтриманні дітей та молоді. Публікації про роботу організації сприяють залученню уваги та підтримки від місцевих мешканців та інших організацій. Це може включати фінансову підтримку та надання ресурсів, або просто сприяння в організації заходів активна присутність в соціальних мережах допомагає розширити коло аудиторії яке зацікавлене у діяльності організації. Це дозволяє підвищити вплив клубу та його здатність досягти своїх цілей в у сфері допомоги дітям та молоді.

**Апробація результатів дослідження.** Наукові положення результатів теоретичного розділу було представлено в доповіді на III Науково-методологічному семінарі «Права людини : відображення у медіапросторі» 20 лютого 2024 року. Основні положення дипломної роботи було викладено в публікаціях: Червонюк А.Д. Проблеми впливу на свідомість громад кості медіа дизайну та візуальної комунікації. Матеріали студентської наукової конференції. Київ: НАУ, Факультет міжнародних відносин, кафедра реклама та зв'язки з громадськістю, 2024. С.171.

**Структура й обсяг дипломної роботи.** Дипломна робота складається зі вступу, 2 розділів (6 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (46 джерел) і додатків. Загальний обсяг роботи становить 59 сторінок, основний зміст викладено на 42 сторінках.

## РОЗДІЛ 1. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ СУСПІЛЬНО ВАЖЛИВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

### 1.1 Роль соціальних мереж у сучасному інформаційному просторі

У сучасному інформаційному просторі соціальні мережі мають виключно важливу роль, ставши не лише платформою для спілкування, а й невід'ємною складовою культурно-інформаційного ландшафту. Високий ступінь доступності та широке охоплення користувачів забезпечує їх не лише засобом обміну думками та інформацією, але інструментом для формування громадської думки, впливу на масову свідомість та політичні процеси. Розуміння ролі соціальної мережі в контексті сучасного інформаційного простору вимагає аналізу їх впливу на суспільство, культуру, економіку та політику, а також врахування плюсів і мінусів використання.

Уперше термін «соціальна мережа» був запропонований у 1954 році Дж. А. Барнесом (у роботі класу та комітетів в парафії норвезького острова, «Людські стосунки»). Соціальна мережа — це соціальна структура, яка складається з групи вузлів, якими є соціальні об'єкти (люди або організації), і зв'язків між ними (соціальних взаємовідносин) [11 с. 96].

Перша соціальна мережа була створена в 1997 трьома студентами Джастін Лог, Ендрю Вайсберг та Райан Стюарт та мала назву Сікседегріс (SixDegrees) [Додаток А]. Сікседегріс пропонувала набір функціональних можливостей спрямованих на зручність спілкування між користувачами.

1. Створення особистого профілю з деталями та контактами.
2. Надавала можливість додавати друзів та встановлювати нові зв'язки.
3. Обмінюватись приватними повідомленнями у спеціальних конференціях.

Тобто можна затвердити, що Сікседегріс мала усі основні функції як і сучасні соціальні мережі. Сікседегріс не була довгостроковим проектом, але

вона відкрила двері для майбутнього розвитку соціальних мереж [36 с. 10]. Її вплив виявився наступним:

- Об'єднання людей. Сікздегріс продемонструвала, що люди можуть бути пов'язані не лише з друзями, але і з друзями друзів. Така ідея є основною в сучасних соціальних мережах, таких як фейсбук, лінкідін та інші.
- Створення особистих профілів. Сікздегріс підкреслює важливість ділитись інформацією про себе.
- Приватне спілкування яке є поширеною функцією сучасних соціальних мереж.

Отже, соціальна мережа це платформа, яка дозволяє користувачам листуватися, та відображати різні види контенту: фото, відео, аудіо, інфографіка тощо.

В сьогоднішній існують професійні соціальні мережі, наприклад лінкідін яка налічує понад 1 мільярд користувачів. Лінкідін є найкращою мережею для професійного спілкування, рекрутингу та розвитку. Дана платформа надає можливість створювати професійні профілі, розміщувати статті, спілкуватись з фахівцями, брати участь в різних дискусіях та обговореннях та демонструвати свій експертний статус [36 с. 11].

Види соціальних мереж.

- Глобальні соціальні мережі фейсбук, інстаграм, твітер і ютюб є невід'ємною частиною мільярдів користувачів усього світу. Такі соціальні мережі пропонують багато можливостей: листування, обмін фото та відео, та перегляд різного контенту.
- Вертикальні соціальні мережі спрямовані на певну групу людей зі спільними інтересами. Наприклад, Страва (Strava) – ресурс спрямований для спортсменів. Соціальна мережа дозволяє читати новини, відстежувати тренування, та конкурувати з іншими користувачами.

Соціальні мережі відіграють ключову роль у сучасному інформаційному просторі, проникаючи у різні сфери життя та відкривають нові способи сприймати інформацію. Переваги соціальних мереж, в першу чергу соціальні



мережі збільшують можливість спілкування та зближення людей. За допомогою соціальних мереж можна надсилати фото та відео, листуватися, також обмінятися аудіо записами, в реальному часі виходити на зв'язок на великі відстані. Також за допомогою соціальних мереж можливо висловити свою думку, ідеї, творчі досягнення тощо, активізувати громадську думку, створювати опитування та обговорення соціальних суспільних питань. Та головною перевагою соціальних мереж є можливість для самовираження та творчості. Соціальні мережі надають можливість розповсюджувати власні, фото, картини, музику, вірші тощо. Відео та фото на які стають цікаві аудиторії та назбирають багато вподобань та коментарів надихають талановитих людей створювати далі щось нове та цікаве [23].

Недоліки соціальних мереж полягають в наступному. Захищеність власної інформації. Поширення особистої інформації несе загрозу власної безпеки. Поширення особистої інформації може призвести до крадіжки, та кібершантажу, тому варто звертати увагу яку інформацію можна поширювати, а яку не варто.

Також соціальні мережі можуть викликати залежність та вплив на психологічне здоров'я людини, тому не варто користуватись довгостроково, а витратити час на більш цінні речі. Одним з недоліків соціальних мереж є публікація фейкової інформації та шахрайства. Варто перевіряти інформацію новин до прикладу на офіційних сайтах, які викликають довіру та є правдивими, та не звертати увагу на фейкові новини. Що до шахрайства при купівлі товарів в інтернеті в першу чергу потрібно звертати увагу на відгуки, та кількість людей які замовили товар чи послугу, ці фактори допоможуть розпізнати шахрайство.

Соціальні мережі в бізнесі.

Соціальні мережі надають безліч можливостей для розвитку бізнесу.

1. Просування товару, за допомогою створення цікавого контенту в соціальних мережах. Контент допомагає залучити цільову аудиторію та

- привернути увагу на товар чи послугу. Збільшити попит та підвищити свідомість бренду.
2. Соціальні мережі допомагають підтримувати спілкування з клієнтами, почути відгуки та деталі які варто виправити або удосконалити. Зворотний зв'язок завжди позитивно впливає на бізнес.
  3. Соціальні мережі надають інформацію про загальні тренди та уподобання цільової аудиторії на ринку. Аналітичні інструменти допомагають відстежувати ефективність кампаній, що надає можливість оптимізувати маркетингові стратегії.
  4. Репутація бренду також залежить від соціальних мереж. Оскільки вдалий контент може розповісти унікальну історію про бренд, звернути та затримати увагу аудиторії.
  5. Працевлаштування за допомогою соціальних мереж є давно актуальним та спрощує в рази пошук роботи різних кваліфікацій. Соціальні мережі спрощують пошук роботодавцям та безпосередньо робітникам [22], [2].

#### Огляд соціальних мереж.

Найбільш популярною соціальна мережа у світі є фейсбук, як показують офіційні дані порталу [statista.com](https://www.statista.com). Ця платформа вважається найбільш придатною для розв'язання бізнес-завдань. Вона має широкий набір функцій, які користувачі можуть використовувати для своїх цілей. Тут налічується значна кількість компаній, а саме 65 мільйонів, і близько 7 мільйонів рекламодавців, які активно просувають товари та послуги. Це надає фейсбук додатково надійність. Більшість прибутку на цій платформі отримується від реклами, особливо через мобільні пристрої, і більш як 90% доходів від реклами надходить через гаджети. Тут можна налаштовувати таргетовану рекламу для цільової аудиторії, створювати аудиторне коло та надсилати рекламні повідомлення електронною поштою [8].

Ютуб — одна із найпопулярніших соціальних мереж серед користувачів інтернету, де щодня дивляться мільйони відеороликів. Тут можна створювати власний канал та просувати бренд, або купувати рекламу на інших каналах,

щоб збільшити охоплення своїх товарів або послуг. Про це свідчить і плани Гугл щодо впровадження функції онлайн магазину на ютуб, що дозволить користувачам придбати товари, які вони бачать у відео, безпосередньо на цій платформі [8].

Інстаграм є однією з найшвидше зростаючою соціальних мереж у світі. Тут також є багато можливостей для бізнесу, зокрема для спілкування з клієнтами. У 2019 році. Інстаграм додав багато нововведень для полегшення просування товарів, включаючи розширену аналітику та можливість проведення промо акції спрямованих на цільову аудиторію [8].

Тік ток — це соціальна мережа де 40% аудиторії складають тінейджери. Навіть якщо, на перший погляд, вона може здатися не серйозною, освоївши її можна зрозуміти, що тут є значна кількість користувачів, а створення власної реклами не викликає значних складнощів [8].

Пінтерест — це ще один цікавий майданчик, де 87% аудиторії знаходять натхнення для покупок. Хоча ця платформа може бути складною для просування, якщо контент якісний, то вона буде забезпечувати додатковий трафік на сайт, а це сприятиме впізнаваності бренду [8].

Також, для бізнесу варто звернути увагу на лінкідін. Тут можна не тільки спілкуватись але і знаходити партнерів та потенційних клієнтів. Зараз на лінкідін налічується 160 мільйонів активних користувачів, і це є дуже ефективним майданчиком для просування продуктів та послуг високої цінової категорії [8].

Соціальні мережі мають неабиякий вплив на суспільство надаючи можливість легко та швидко обмінюватись інформацією, допомагають долати мовні бар'єри та знаходити нових друзів, на відстані в тисячі кілометрів. Соціальні мережі відіграють важливу роль громадських рухів та політичні діяльності, відображаючи погляди, та наміри, організовуючи акції, збори, протести, мітинги, обговорення тощо. Досить значущим є вплив соціальних мереж на сучасне суспільство виступаючи джерелом сприймання інформації та навіювання нових переконань та бачення світу в цілому. Соціальні мережі

вчать не мовчати про проблеми, а голосно нести їх в суспільство для їх підтримки та вирішення. Завдяки взаємодії з медіа до прикладу відео, подкаст, блоги, через соціальні мережі можна розвинути творчі здібності, знайти себе, спробувати навчитись чомусь новому, та дивувати світ.

Отже, соціальні мережі відкривають безліч можливостей, розвиток, та є невід'ємною частиною людського сьогодення. Проте важливо не забувати, що надмірний вплив несе відповідальність яка потребує критичного мислення, та здорового психологічного відношення.

## **1.2 Основні особливості інтернет платформ і їх вплив на аудиторію**

Пандемія Ковід-19 змусила багатьох людей дотримуватися правил карантину та перебувати більшість часу вдома. Такі обмеження вплинули на навчання та безпосередньо роботу. Дистанційне навчання, робота та спілкування стали повсякденним життя мільйонів людей. Живе спілкування обмежувалось до нуля за ради безпеки, тому соціальні мережі та віртуальне спілкування вийшло на перший план. Соціальні мережі почали активніше використовувати, щоб дізнатись новини, та бути на зв'язку з рідними та друзями. Саме під час непередбачуваних ситуацій людство усвідомлює, що використання соціальних мереж та інтернет платформ важливі як ніколи.

Соціальні мережі є потужним інструментом для розповсюдження інформації через широку доступність, велику аудиторію, та здатність користувачам взаємодіяти між собою.

Основні переваги розповсюдження інформації саме через соціальні мережі це велика аудиторія. Соціальні мережі налічують мільярди споживачів які активно діляться інформацією один з одним та на велику аудиторію. Інформація, яка розміщується на таких платформах, швидко охоплює великі кола людей. Також досить популярним є поділ та ретвіти. Активні користувачі розміщують на сторінках соціальних мереж цікавий контент для друзів та підписників. Такі дії спричиняють до масового поширення інформації за короткий термін. Користувачі часто взаємодіють та коментують публікації

один одного і це є ще однією важливою перевагою. Висловлювання своєї думки, що до публікації, проведення дискусій та обговорень допомагають поглиблено зрозуміти інформацію, та за допомогою коментарів сформулювати власну думку та враження до відображення інформації. За допомоги соціальних мереж можна налаштовувати таргетовану рекламу та просування. Інструменти соціальних мереж надають можливість налаштовувати рекламні оголошення та контент на цільову аудиторію, Залучати увагу споживачів та викликати інтерес до бренду, збільшувати його впізнаваність. Найбільша перевага це швидкість поширення інформації, в інтернет просторі це відбувається миттєво та не вимагає багато зусиль. Така перевага є досить корисною для поширення новин про надзвичайні ситуації, попередження людей про надзвичайні погодні умови й т.д.

В сьогодення дистанційне навчання є досить актуальним.

Дистанційне навчання — це форма навчання з використанням комп'ютерних і телекомунікаційних технологій, які забезпечують інтерактивну взаємодію викладачів та студентів на різних етапах навчання і самостійну роботу з матеріалами інформаційної мережі [4].

Соціальні мережі дозволяють навчатись в різних інтернет школах, вести просвітницьку діяльність на різних платформах, проводити спортивні тренінги, вивчати мови, проходити різні наукові. Дистанційне навчання дозволяє навчатися в зручний час та місце. Онлайн курси надають безліч інформаційних ресурсів широкого спектра для навчання, такі як: відео лекції, електронні книги, журнали, статті, публікації тощо. Дистанційне навчання надає широкий вибір курсів і спеціалізацій, значно знижує витрати на різні потреби при навчанні, такі як транспорт , проживання, канцелярія та інші традиційні витрати. Також дистанційне навчання за допомоги соціальних мереж та інтернет платформ надає можливість саморегулюванню, оскільки студенти беруть на себе відповідальність за створення власного графіка навчання. Інтерактивність та активне спілкування між різними групами та викладачами збільшує мотивацію, та сприяє кращому запам'ятовуванню інформації.

Отже, соціальні мережі є надзвичайним інструментом поширення інформації, вони демонструють свою потужність через широку доступність інформації для великої аудиторії за лічені секунди. Соціальні мережі є доступом до навчальних ресурсів та спілкування студентів з викладачами. Таким чином соціальні мережі стали не тільки засобом спілкування, але і важливим інструментом для отримання, та розповсюдження інформації, та забезпечення навчання в умовах сучасного світу.

«Інтернет — глобальна інформаційна система, частини якої логічно взаємопов'язані між собою за допомогою унікального адресного простору, заснованого на протоколі Internet Protocol або його наступних розширеннях, здатна підтримувати зв'язок з використанням комплексу протоколів Transmission Control Protocol/Інтернет Protocol, їхніх наступних розширень або інших IP-сумісних протоколів, і яка забезпечує, використовує або робить доступним, привселюдно або приватно, комунікаційний сервіс високого рівня» [5]. Нині у світі існує близько 200 глобальних мереж, із яких 54 були створено у США та 16 в Японії. Однак найпоширенішою є Інтернет. Користувачі Інтернету мають можливість отримувати інформацію з усього світу, доступ до звітів різних корпорацій та фірм, статистичних даних різних країн та регіонів, а також працювати з різними фондами та звітами науково дослідницьких інститутів.

Інтерактивність у комунікації визначається взаємодією між комунікаційними повідомленнями, або відношення нового повідомлення до попереднього. У випадку інтерактивної взаємодії важлива швидка зворотна реакція на отримані повідомлення, або інформацію, яка повинна бути одна в контексті попередніх повідомлень. Інтерактивний характер взаємодії дозволяє підвищити ефективність комунікації. Наприклад, це може зменшити час, необхідний для отримання інформації, укладення угоди чи здійснення покупки. Також інтерактивність надає можливість пристосувати комунікацію до особливостей кожного клієнта, що дозволяє фірмі отримувати інформацію для більш ефективного обслуговування.

Гіпертекстова природа Інтернету полягає у його нелінійній формі організації інформації, де фрагменти інформації з'єднані між собою за допомогою зв'язків. Гіпертекст дозволяє не тільки представити інформацію, але й забезпечити ефективний пошук і засвоєння інформації.

Мультимедіа в Інтернеті дозволяє поєднувати різні типи вмісту, такі як текст, графіка, аудіо та відео, що розширює можливості комунікації. Ефект присутності визначає спілкування клієнта з навколишнім середовищем у комп'ютерному гіперсередовищі [16]. Мережева навігація в Інтернеті означає самостійний рух користувача у гіперсередовищі. Цей метод надає користувачеві свободу вибору та контролю над процесом пошуку інформації.

Медіадизайн в соціальних мережах визначає візуальну естетику профілів, пости, рекламні матеріали, що впливають на сприйняття контенту користувачами. Візуальна комунікація в соціальних мережах використовується для підтримки бренду, відтворення його цінностей та створення зв'язку з аудиторією. Віртуальна розширена реальність також використовується у соціальних мережах для створення реклами та інтерактивного контенту.

Соціальні мережі визначають нові стандарти естетики та візуальної комунікації, впливаючи на тенденції та сприйняття візуальних матеріалів. В соціальних мережах активно розвивається інтерактивний медіадизайн, що стимулює участь глядачів у створенні, або поширенні контенту [6]. Завдяки соціальним мережам стає складніше розрізнити між правдивою та маніпулятивною візуальною інформацією, що вимагає розвитку критичного мислення користувачів. У соціальних мережах часто спостерігається поширення фальшивих, маніпулятивних або неправдивих візуальних матеріалів. Це може бути спровоковано різними чинниками, включаючи бажання залучити увагу, політичні мотиви або недбалість при перевірці фактів [6], [40].

Маніпуляційна візуальна інформація може викликати негативні наслідки для глядачів, включаючи спотворення реальної інформації, поширення стереотипів, або навіть маніпулювання виборами та громадською думкою.

Розпізнавання маніпулятивної візуальної інформації вимагає розвитку медіаграмотності та критичного мислення у користувачів. Також важливою є роль платформ соціальних мереж у виявленні та блокуванні фальшивої інформації, а також розвиток інструментів для перевірки правдивості контенту [11]. Користувачі також мають відповідальність за ретельну перевірку джерел та поширення вірогідної інформації. Вони можуть сприяти виявленню маніпулятивних матеріалів шляхом активного обговорення та спільного пошуку фактів. Вірогідність та маніпуляції візуальною інформацією в соціальних мережах є серйозними проблемами, які вимагають уваги та спільних зусиль з боку користувачів, платформ, а також експертів у сфері медіаграмотності. Тільки шляхом поєднання зусиль можна забезпечити надійність візуальної інформації в соціальних мережах.

Соціальні мережі сприяли розвитку нових естетичних трендів у медіадизайні. Користувачі активно діляться своїми творчими витворами, створюючи унікальні стилі та візуальні концепції. Це призвело до більшої різноманітності та індивідуальності оформлення медіаконтенту. Активна участь користувачів у виробництві та споживанні контенту в соціальних мережах змінила стандарти медіадизайну [26]. Зростає попит на автентичний, інтерактивний та спонтанний контент, що вимагає від дизайнерів нових підходів та стратегій. Візуальні тренди, які швидко розповсюджуються через соціальні мережі, стають важливими диктаторами для медіа дизайнерів. Вони впливають на вибір кольорів, Заради привернення уваги користувачів соціальних мереж дизайнери постійно шукають нові, нестандартні підходи. Це може включати використання анімації, інтерактивних елементів а, також адаптація до мобільних пристроїв. Позитивними наслідками зміни естетики та стандартів медіа дизайну є більша креативність, інновації та індивідуальність у виробництві контенту. Однак це також може призвести до перенасичення інформацією, зменшення уваги до якості та розпаду естетичних цінностей. Соціальні мережі відіграють ключову роль у формуванні естетики та стандартів медіа дизайну. Зміни у способі спілкування та споживання контенту вимагає



від дизайнерів постійного адаптування та інновацій, щоб відповідати вимогам сучасного цифрового середовища шрифтів, композицій та ефектів, що використовуються в роботі[40].

Використання віртуальної та розширеної реальності в медіа дизайні. Віртуальна реальність (virtual reality, VR) дає можливість руху в цілком уявному просторі, штучному середовищі, яке існує у вигляді зображень, але не в реальному житті. Ще не так давно VR була відома переважно, як сюжетний спосіб, або механізм у науково-фантастичних фільмах, як-от «Матриця» або «Першому гравцю приготуватися», але тепер це все більш використовувана технологія реального світу із застосуванням від ігор і розваг до медицини й військової індустрії. З розвитком технологій віртуальної та розширеної реальності медіа дизайнери мають унікальну можливість створювати інноваційний та захопливий контент. Використання віртуальної та розширеної реальності дозволяє створювати візуальний досвід, який поглиблює глядача в цілком новий світ [3]. Інтерактивний медіадизайн у віртуальному середовищі дозволяє глядачеві взаємодіяти з контентом, створюючи унікальний досвід та відчуття участі. Медіа дизайнер VR та AR відкриває можливості для створення цілих віртуальних світів, де користувачі можуть взаємодіяти з контентом та іншими учасниками. Вплив на культурну ідентичність та сприйняття. Віртуальна реальність може надавати можливість зануритися у різні культурні контексти та досліджувати унікальні аспекти різних традицій та способів життя[40].

Медіадизайн VR та AR дозволяє артистам та творцям виражати свої ідеї та концепції через нові, інноваційні способи. Забезпечення високої якості візуальних ефектів та плавності взаємодії залишається технічним викликом у розвитку медіа дизайну. Важливо досліджувати психологічний вплив медіадизайну на користувачів зокрема його вплив на емоції та сприйняття. Використання віртуальної та розширеної реальності в медіа дизайні відкриває нові горизонти для творчості та взаємодії. Це інноваційний напрямок не лише трансформує способи, якими ми сприймаємо медіа, але впливає на культурну ідентичність та сприйняття світу[40].

Отже, Інтернет, як глобальна інформаційна система, дозволяє отримувати доступ до широкого спектра знань та ресурсів з усього світу. Інтерактивність і гіпертекстова природа сприяють ефективні комунікації та засвоєнню інформації, а мультимедійні можливості розширюють спектр комунікації, дозволяючи поєднувати різні види контенту, та створювати більш насиченні та ефективні повідомлення.

### **1.3 Контент маркетинг як основний інструмент популяризації інформації**

Контент маркетинг — це новий напрямок у маркетингових стратегіях, хоча використання самого контенту у маркетингу існує вже досить давно. У звичайному розумінні термін контент походить від англійського слова «content», що означає зміст, вміст або інформаційне наповнення. Він спочатку з'явився у видавничій справі, де тексти зображення та анімована графіка використовувалась для привернення уваги аудиторії до певної видавничі платформи, таких як газети журнали, телеканали та радіоканали. У контексті інтернет маркетингу термін «контент» належить до матеріалів, які заповнюють веб-сайти. Вчені Е. Хендлі та К. К. Чепмен визначають контент як будь-яку інформацію, створено та розміщено на веб-сайт. Інші автори розглядають контент як інформацію, яка призначена для потенційних клієнтів веб-сайту компанії, створено з метою зацікавлення користувача та залучення його уваги до компанії. Вперше запропонували визначення контент маркетингу в якому вони описали його як створення та поширення цікаво освітнього контенту у різних форматах з метою привернення та утримання клієнтів [38].

Інтернет-маркетинг є найкращим поданням концепції взаємодії, яка зародилася в 1995 році та продовжує розвиватися. Власне, інтернет дає змогу самостійно споживачам контактувати з виробниками або посередниками таким чином, що в ході цих комунікацій створюється вільна і невимушена “бесіда”. Ряд фахівців дають різні поняття цьому терміну. Так, Ю. Горбань, Ю. Палеха розглядають інтернет-маркетинг як новий напрям у сучасній концепції

маркетингу, що володіє унікальними характеристиками, котрі значно відрізняються від характеристик традиційних інструментів маркетингу. Тоді як І. Успенський під терміном “інтернет-маркетинг” розуміє теорію та методологію організації маркетингу в гіпермедійному середовищі інтернету. О. Медников розглядає інтернет-маркетинг як сукупність заходів у мережі, спрямованих на просування продукції компанії, збільшення її впізнаваності, а також утримання клієнтів. На думку, М. Іванченко, інтернет-маркетинг – це діяльність із залучення й утримання клієнтів завдяки інтернету [19].

Американська асоціація маркетингу визначає інтернет маркетинг як маркетингову стратегію, яка базується на використанні інтернету та електронної пошти. Вона включає рекламу за допомогою банерів, електронної пошти, оптимізація для пошукових систем, електронну комерцію та інші інструменти. Після огляду різних точок зору щодо того, що таке інтернет маркетинг, можна зробити висновок, що це сукупність заходів, спрямованих на просування продукції компанії, збільшення продажів, підвищення впізнаваності бренду та отримання клієнтів за допомогою різноманітних інструментів в інтернеті [19].

Стратегія контент маркетингу містить в собі всі аспекти планування та управління контентом протягом всього його циклу. Це охоплює формування та орієнтацію на досягнення цілей компанії, аналіз та моделювання, розробку, виробництво, поширення контенту, оцінку ефективності та припинення його дії. Побудова стратегії контент маркетингу включає кілька етапів. На першому етапі визначаються цілі та завдання стратегії, розуміння мети розробки такої стратегії та завдань, які вона має вирішити для компанії. Другий етап включає формування та розміщення контенту, базуючись на аналізі конкурентів, визначення сегментів цільової аудиторії, виборі каналів поширення контенту та підборі контенту для кожного каналу. На третьому етапі проводиться оцінка ефективності стратегії контент маркетингу, внесення відповідних корективів, та продовження або припинення дії контенту. Для того, щоб стратегія контент маркетингу була ефективною, потрібно вміло користуватися інструментами

контент-маркетингу. Ці інструменти працюють на тактичному рівні і визначають, як саме повідомлення доносяться до цільової аудиторії [35]. Для кращого розуміння специфіки надходження контенту до користувача, побудовану модель процесу створення контенту, показано на рис. 1. Починаючи з обробки запиту на необхідний контент, процес завершується публікацією для користувачів віртуальної спільноти[34].

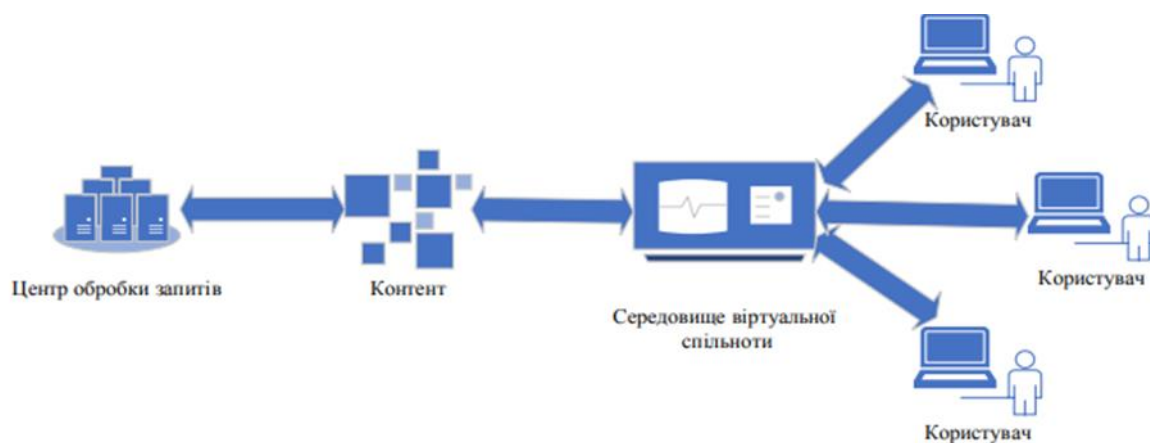


Рис. 1. Процес формування контенту у віртуальній спільноті [34].

Отже, контент-маркетинг, хоча і використовує давно відомі принципи застосування контенту для привернення уваги аудиторії, не новим напрямком у маркетингових стратегіях. Він передбачає створення та поширення цікавого і освітнього контенту для залучення та утримання клієнтів.

## Висновки до розділу 1

Інтернет та соціальні мережі стали не тільки невід'ємною частиною сучасного світу, але й важливим інструментом комунікації та розповсюдження інформації. Основні особливості інтернет платформ, такі як інтерактивність, гіпертекстова природа, мультимедійні можливості мережева навігація та віртуальна реальність значно розширюють можливості спілкування та сприяють ефективнішому доступу до інформації. Однак важливо враховувати, що разом з можливостями приходять і виклики.

Медіадизайн в соціальних мережах, як і в будь-яких інших медіа-платформах, може впливати на сприйняття користувачів інформації, а також

сприяти поширенню маніпулятивної або фальшивої інформації. Це ставить під сумнів надійність візуальної інформації та вимагає розвитку медіа- грамотності та критичного мислення серед користувачів.

Контент маркетинг, як новий напрямок у маркетингових стратегіях, базується на використанні інформаційного наповнення для привернення уваги та отримання клієнтів. Він інтегрує створення та поширення цінного контенту, що сприяє збільшенню впізнаваності бренду та залучення аудиторії.

Отже, розвиток інтернет-платформ вимагає не лише технічних рішень, але і відповідальної поведінки користувачів, а також ефективних механізмів та блокування неправдивої або маніпулятивної інформації.

## РОЗДІЛ 2 РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ INSTAGRAM ТІК ТОК ВОЛОНТЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ UKRAINIAN KIDS CLUB IN COATBRIDGE

### **2.1. Характеристика діяльності та місія Ukrainian Kids Club in Coatbridge**

На початку повномасштабної війни в Україні тисячі людей були вимушені покинути свою домівку та шукати прихисток в різних куточках світу. Тут і бере свій початок заснування різних волонтерських угруповань в тому числі і Ukrainian kids club in Corbridge

У 2022 році компанія Landry & Kling Global Ship Solutions із Маямі взяла на себе відповідальність за безпеку та розміщення майже 2000 українських біженців на двох житлових суднах у Шотландії. Головним директором і засновником компанії стала Джойс Лендрі, яка особисто керувала щоденними операціями та життям на борту. Зіткнувшись із важливим завданням забезпечити соціально емоційне благополуччя дітей, що перебували на суднах, Джойс Лендрі визнала необхідність створення спеціальних програм для розвитку дітей та взаємодії з ними. Вона оперативно розпочала роботу над дитячими ініціативами, які охоплювали різні сфери, такі як: мистецтво, музика, танці, освіта, спорт та ігри. Ці напрацювання привели до створення Mission of Innocents та її подальшого визнання як некомерційної організації [30]. З моменту заснування Mission of Innocents успішно збагачувала чудовими моментами життя майже 800 переміщених українських дітей різного віку, які тимчасово перебували в Шотландії. Програма Mission of Innocents надає можливість дітям брати участь у численних заходах. Дітки мали можливість продемонструвати свої таланти на різних сценах та в театрах. Наприклад: в королівському ліцеї, парламенті Шотландії та інших. Такі виступи надихають та надають можливість виражати себе та відчувати частинкою нового соціокультурного середовища [31].

У лютому місяці 2023 року кораблі покинули порти, та дитяча програма Mission of Innocents не припинила свою діяльність, навпаки, завдяки партнерству з місцевими громадськими організаціями, ці ініціативи розцвітають та продовжують надавати дітям можливість зростати та розвиватися в сучасному та новому оточенні. Mission of Innocents зобов'язалась підтримувати дітей біженців та взяла на себе місію розширювати свій вплив на спільноти переміщених дітей не лише в Шотландії, але у всьому світі. Mission of Innocents спряла створенню різних маленьких територіальних волонтерських угруповань та однією із них є: Ukrainian Kids Club in Coatbridge.[30].

У квітні 2023 року волонтерська організація Ukrainian Kids Club in Coatbridge. активно розпочала свою діяльність. Завдяки волонтерам, які почали працювати з дітками, ще на судні волонтерська організація працює сьогодні. Засновницею Ukrainian Kids Club in Coatbridge, є українка Ольга Вівчар, яка має свою невелику команду волонтерів: Леся Винничук, Ірина Червонюк та інших волонтерів які долучаються до співпраці. На сьогодні Ольга Вівчар зі своєю командою, щоденно займаються з дітьми мистецтвом, співами, танцями, вивчають поезію, історію України, навчаються петриківського розпису, та готуються до майбутніх виступів у різних куточках Шотландії та Англії. Всі волонтери мають вищу освіту та досвід роботи дітками, Винничук Леся Йосипівна, з міста Івано-Франківськ навчалась в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника, на факультеті англійської мови та літератури, здобула диплом спеціаліста за спеціальністю філолог, викладач англійської та німецької мови, та працювала вчителем в школі. Ольга Вівчар з міста Тернопіль, вчителька англійської, німецької мови. Червонюк Ірина навчалась в УДПУ ім. Павла Тичини на природничому факультеті та має спеціальність географія та біологія. Волонтери знайшли до кожної дитини індивідуальний підхід, за для того, щоб кожен відчував себе в безпеці, та розкривав свої таланти. Діти дуже люблять заняття та залюбки проводять час в навчанні та розвитку для себе.

Місія Mission of Innocents та Ukrainian Kids Club in Coatbridge. пов'язана з вихованням почуття власної гідності, дітей які були вимушені покинути свої домівки, друзів та звичайне життя, унаслідок війни. Ukrainian Kids Club in Coatbridge прагне забезпечити діткам майбутнє, що ґрунтується на вірі в себе, та світлі перспективі. У роботі з дітками використовуються різноманітні інструменти такі як мистецтво, музика, танці, освіта, спорт і підібраний досвід, щоб створити сприятливе середовище для позитивного розвитку. Команда Ukrainian Kids Club in Coatbridge вірить, що кожна дитина має потенціал для успіху та щастя, незважаючи на випробування які вона зазнала. Також команда Ukrainian Kids Club in Coatbridge працює над тим, щоб допомогти дітям пережити травматичні події, які вони зазнали, та навчити їх радіти життю. Ukrainian Kids Club in Coatbridge вірить в силу спільноти та підтримки, тому створює сприятливе середовище, де кожна дитина відчуває себе важливою та знає, що її голос почутий.

Отже, місія Ukrainian Kids Club in Coatbridge - це не лише допомога дітям пережити та пропрацювати сумні події, які вони пережили, а і підготувати їх до майбутнього, сповненого можливостей та надії. Команда вірить, що кожна дитина заслуговує на щасливе дитинство і робить все можливе для цього.

Волонтерська організація Ukrainian Kids Club in Coatbridge має на меті чудову справу, допомагати дітям адаптуватися в нових умовах в новій країні, пережити минуле, та впевнено дивитися у майбутнє не боятися перешкод та відкривати свої таланти усьому світові. Волонтери стали з дітьми великою сім'єю, яка святкує разом день народження та допомагає з будь-якими проблемами. Найсильнішою стороною організації є відданість до поставленої місії. Волонтери які працюють з дітьми мають велике бажання допомогти та добре провести час із користю.

Волонтери передають всі свої знання та навички діткам. Яскравим прикладом є волонтерка Марія Міськова, що відома також під псевдонімом MOTANA\_by\_MM. Марія займається рукоділлям, виготовляє унікальні ляльки мотанки, які не лише приваблюють своїм дизайном, а й несуть певну енергію та



емоції. Ляльки мотанки відзначаються своєрідністю та індивідуальністю, яка виявляється в кожній створенні роботі. Ця особливість надає їм значення та вагомості для їхніх власників, оскільки кожна лялька відображає особливо атмосферу та настрій, створену автором. Ляльки мотанки мають здатність знаходити господаря, який відповідає їхньому типажу, що відображається у тому, що кожна лялька знаходить своє місце, відповідно її характеру та стилю власника. Кожна лялька мотанка несе у собі тепло та енергію автора, передаючи їхнім власникам особливу атмосферу та настрій. Вони стають важливим елементом в декорі та житті своїх власників, підкреслюючи їхню унікальність та здатність відтворення емоцій та почуття. Марія проводить майстер-класи та навчає дітей виготовляти ляльки мотанки, передаючи свої знання та вміння новим поколінням.

Ще однією із сильних сторін, є самі діти та їхні невичерпані таланти. Щоденно діти навчаються нового та відкривають себе. Викладачі допомагають з цим та організують різні заходи в містах Шотландії та Англії, щоб продемонструвати таланти українських дітей усім.

Волонтерська організація, також має свої соціальні мережі в яких розповідається про активну діяльність організації, відображення повсякденного життя та занять з дітками, показ та опис проведення різних заходів. Фейсбук сторінка використовується для розміщення оголошень, оновлень та головних повідомлень про події та активності клубу. На цій платформі відображається життя дитячого клубу різні заходи та досягнення. На сторінці інстаграм публікуються візуальні матеріали такі як, фотографії та короткі відео що відображають життя та активність клубу. Це дозволяє залучати увагу аудиторії, показувати атмосферу клубу, підготовку до різних заходів через відображення реальних моментів. Тік ток сторінка служить для створення коротких та розважальних відеороликів, з репетиції та виступів дітей, а також різних подій які проводяться організацією. Тік ток дозволяє привернути увагу молодій аудиторії та використовувати популярні тренди для просування клубу та його ідеї. Використання соціальних мереж дозволяє організації підтримати

спільноту, залучити нових учасників та популяризувати українську культуру та традиції.

Огляд та аналіз волонтерських організацій в Великій Британії.

Британські червоний хрест, є однією з найбільш впливових гуманітарних організацій у Великій Британії та у всьому світі. Вона має багаторічний досвід у наданні допомоги людям у складних життєвих ситуаціях, включаючи природні катастрофи, війни, конфлікти та здоров'я. Основна місія British Red Cross полягає в підтримці та захисті життя людей у кризових ситуаціях, незалежно від їхньої раси, релігії, національності чи соціального статусу. Організація працює на різних рівнях, від місцевого до міжнародного, з метою надання швидкої та ефективної допомоги, тим хто її потребує [25].

Діяльність British Red Cross Включає такі напрямки.

1. Допомога при кризах та катастрофах. Організація має експертів і волонтерів які дають допомогу у разі природних катастроф, конфліктів, терористичних актів та інших негативних подій.
2. British Red Cross Надає медичну допомогу, навчає людей надавати медичну допомогу та підтримує медичні заклади.
3. Організація працює з уразливими групами населення, включаючи мігрантів, біженців, людей з інвалідністю та інших.
4. British Red Cross активно діє на міжнародній арені, надаючи гуманітарну допомогу та підтримку країнам у розвитку та в умовах кризових ситуацій, організація проводить тренінги та навчальні програми для волонтерів, персоналу медичних закладів та інших зацікавлених осіб з метою підготовки до надання допомоги у надзвичайних ситуаціях.

British Red Cross є надійним джерелом допомоги та підтримки для багатьох людей у Великій Британії та по всьому світу. Волонтерська робота цієї організації допомагає змінювати життя, тим хто подивився в скрутних обставинах. British Red Cross Має офіційний сайт там де публікує всю інформацію та контактні дані та має такі соціальні мережі як : фейсбук, TikTок, твітер, інстаграм, ютюб, лінкідін. Соціальні мережі мають інформативні дописи

з ціною інформацію для відвідувачів сайтів. В дописах розповідається про саму організацію та допомогу яку організація може надати.

Save the Children UK- Це міжнародна гуманітарна організація, яка працює в понад 100 країнах світу, в тому числі у Великій Британії. Основна місія організації полягає в захисті та забезпеченні прав дітей, а також у забезпеченні їхнього здоров'я, навчання та безпеки [26].

Ключові аспекти діяльності Save the Children UK.

Організація працює над захистом дітей від будь-яких форм насильства, експлуатації, вона також активно залучаються до протидії дитячому шлюбу та дитячому працевлаштуванню. Організація надає медичну допомогу дітям з країн з низьким ростом рівнем розвитку, а також допомагає в боротьбі зі смертю дітей. Організація також забезпечує дітей необхідними харчами та водою. Save the Children UK забезпечує дітей доступом до якісної освіти, підтримує шкільні програми та будує школи. Волонтерська організація реагує на гуманітарні кризи та екстреній ситуації, надаючи допомогу дітям і їхнім сім'ям у найбільш критичні періоди. Організація працює з громадами, щоб підтримати їхній розвиток та забезпечити дітей необхідними ресурсами та умовами для їхнього здоров'я та навчання. Save the Children UK має офіційний сайт, а також соціальні мережі: фейсбук та інстаграм. В соціальних мережах публікуються дописи про роботу волонтерської організації її досягнення та успіхи. [26].

Отже, волонтерська робота Save the Children UK дозволяє людям активно допомагати дітям у складних умовах та зробити вагомий внесок у їх майбутнє. Волонтери можуть брати участь у різних програмах та проектах організації, спрямованих на поліпшення життя дітей у великій Британії та по всьому світу.

Volunteer Scotland це національний центр волонтерства, що базується в Шотландії. Організація працює із метою підтримки та розвитку волонтерства у всіх аспектах, додаючи ресурси та інструменти як волонтерам, так і організаціям які співпрацюють з волонтерами. Організація надає інформацію про різноманітні волонтерські можливості в Шотландії. Це може бути все, від

робіт у місцевих громадах до волонтерських програм у школах чи охороні здоров'я [27]. Volunteer Scotland сприяє розвитку волонтерства в Шотландії, надаючи підтримку та консультації організаціям, які шукають волонтерів або прагнуть покращити свою програму, також пропонує різноманітні навчальні та розвивальні програми для волонтерів та організацій спрямовані на підвищення їх ефективності та впливу. Організація здійснює дослідження та аналіз різних організацій та їх роботи, щоб зрозуміти тенденції та проблеми сектору волонтерства, а також сприяти розвитку кращих практик. Volunteer Scotland має сторінки в соціальних мережах таких як інстаграм та фейсбук. Соціальні мережі наповнені дописами про організацію та її послуги. Соціальні мережі добре розвинені та насправді допомагають в комунікуванні людей з організацією.

Отже, Volunteer Scotland відіграє важливу роль у підтримці та розвитку волонтерства в Шотландії, сприяючи побудові міцних та ефективних волонтерських спільнот.

Організації, Volunteer Scotland, British Red Cross, Save the Children UK — представляють різні аспекти волонтерського сектору, які відображають багатогранність та вагомість волонтерства для суспільства. British Red Cross зосереджується на гуманітарній допомозі та підтримці у кризових ситуаціях, Save the Children UK забезпечує захист та допомогу дітям у всьому світі, а Volunteer Scotland сприяє розвитку волонтерства в Шотландії та підтримує спільноти через волонтерську діяльність.

Висновок полягає в тому, що волонтерство відіграє ключову роль у підтримці та розвитку різних аспектів життя суспільства, включаючи гуманітарну допомогу захист дітей розвиток громад та багато іншого. Ці організації віддано працюють над розв'язанням різноманітних проблем та надання підтримки тим хто цього потребує, і вони залежать від волонтерів як ключових учасників своєї діяльності. Волонтерство сприяє побудові сильних громад, а ці організації відіграють важливу роль у забезпеченні успіху цього процесу.

## **2.2. Розробка контент-стратегії та інструменти популяризації організації в соціальних мережах**

У сучасному цифровому середовищі розробка ефективних контент стратегій та використання відповідних інструментів для популяризації організації в соціальних мережах є актуальною та стратегічно значущою задачею для діяльності громадських організацій та інших суб'єктів.

Зростаюча популярність соціальної мережі як платформи для комунікації та спілкування відкриває широкі можливості для підвищення інформації про організацію, залучення цільової аудиторії та формування позитивного іміджу. Однак успішна реалізація цих завдань вимагає комплексного підходу, що базується на наукових принципах та практичних стратегіях у сфері маркетингу, комунікації та інформаційних технологій. Враховуючи динамічність соціальної мережі та постійні зміни у вимогах споживачів, розробка та впровадження відповідних стратегій інтеграції організації в цей інформаційний простір вимагають постійного аналізу, тестування та оптимізації методів впливу, що є предметом подальшого наукового дослідження.

Корпоративна соціальна відповідальність є важливою складовою діяльності Ukrainian Kids Club in Coatbridge оскільки клуб прагне активно сприяти покращенню благополуччя спільноти та розвитку соціальної відповідальності взагалі. Волонтерська організація реалізує ряд ініціатив та практик, спрямованих на досягнення цих цілей. Ukrainian Kids Club in Coatbridge проводить різноманітні соціальні програми, спрямовані на підтримку дітей та молоді в місцевій спільноті. Ці програми включають безкоштовні заняття, майстер-класи, освітні заходи та культурні події, що сприяють розвитку та навчанню. Організація активно залучає волонтерів для реалізації проектів та програм. Це не лише допомагає забезпечити більшу ефективність діяльності, а й стимулює громадську активність та соціально відповідальний серед молоді, роблячи їх активними учасниками соціального життя. Ukrainian Kids Club in Coatbridge розробляє програми та надає ресурси, спрямовані на розвиток навичок та освіти дітей це включає в себе навчання мистецтву, спорт, науку а

також підтримку в різноманітному учбовому процесі. Ukrainian Kids Club стимулює взаєморозуміння та співпрацю між різними культурами та спільнотами через організацію різних заходів. Ці заходи сприяють побудові позитивних відносин та розвитку взаємного розуміння та толерантності.

Сьогодні волонтерські організації відіграють надзвичайно важливу роль у суспільстві, спрямовуючи зусилля та енергію волонтерів на різноманітні благодійні та добродійні ініціативи.

Розробка контент стратегії для волонтерської організації має кілька важливих цілей та може стати ключовим інструментом для досягнення успіху у її місії. Перш за все, контент стратегія допомагає волонтерській організації чітко планувати способи взаємодії зі своєю аудиторією, хай то потенційні волонтери, або люди яким намагаються допомогти.

Контент стратегія спрямовує рамки для створення та розповсюдження змісту, який інформує надихає та залучає аудиторію. Також контент стратегія є ефективним засобом підвищення свідомості про діяльність організації та просування її цілей. Шляхом створення цільового контенту і розміщення його на різних платформах соціальних мереж, волонтерська організація залучає увагу до своєї діяльності, розповідає історію успіху та впливу, а також залучає нових волонтерів.

Контент стратегія є важливим інструментом для збору даних та відстеження ефективності зусиль волонтерської організації. Шляхом аналізу реакції аудиторії на різні види контенту, організація може визначити, які підходи є найбільш успішними та налагодити свою стратегію відповідно до них.

Тож можна дійти до висновку що, розробка контент стратегії для волонтерських організацій є важливим кроком для досягнення мети та максималізації її впливу на суспільство. План розробки контент стратегії для волонтерської організації Ukrainian Kids Club in Coatbridge зображена в таблиці 2.1

Таблиця 2.1

План розробки контент стратегії та інструменти популяризації в соціальних мережах Ukrainian Kids Club in Coatbridge

Етап	Дії	Інструменти
1. Аналіз аудиторії	Визначення цільової аудиторії, її інтереси та потреби.	Аналітичні засоби соціальних мереж, наприклад : фейсбук, інстаграм.
2. Визначення мети	Встановлення цілей присутності в соціальних мережах.	Допоміжні програми Планери, наприклад: трелло, асана.
3. Створення контенту	Розробка контенту та розкладу публікацій для різних платформ.	Графічні редактори: канва, адобі фотошоп, кап кат.
4. Використання візуального контенту	Створення привабливого візуального контенту такого як фото та відео.	Фото та відео редактори: адобі фотошоп, кап кат, лайтрум.
5. Взаємодія з аудиторією	Відповідь на коментарі, проведення опитувань.	Базові інструменти соціальних мереж.

Таблиця створена автором.

Працюючи за планом ми визначили що, цільова аудиторія складається з батьків українських дітей, які проживають у місті Coatbridge, та районах поблизу. Головні інтереси цільової аудиторії Ukrainian Kids Club in Coatbridge включають освітні можливості для дітей, збереження культурної спадщини та розвиток. Потреби цільової аудиторії включають доступ до програм та заходів, які допомагають дітям засвоювати українську мову та культуру, а також можливість спілкування та взаємодії з іншими українськими сім'ями. Також цільовою аудиторією є засновники волонтерської організації які прагнуть надати допомогу всім дітям які цього потребують.

Основна мета у соціальних мережах полягає в тому, щоб залучити увагу цільової аудиторії, збільшити свідомість діяльності клубу, а також збільшити комунікацію з потенційними учасниками. Це є залученням нових волонтерів, організацію заходів та програм, а також збір коштів для підтримки діяльності клубу. Для досягнення поставленої мети був розроблений відповідний контент, який відповідає інтересам та потребам цільової аудиторії. Це оголошення про майстер-класи, оновлення щодо подій та заходів клубу, інформацію про можливості для дітей, а також фото та відео матеріали які демонструють активності та досягнення клубу. Також в соціальних мережах демонструється повсякденне життя клубу, навчання дітей та підготовку до заходів. Підібраний контент був оптимізований для різних платформ соціальних мереж таких як фейсбук, інстаграм та тік ток, з урахуванням особливостей аудиторії та самої соціальної мережі.

Для привернення уваги цільової аудиторії було створено привабливі візуальні матеріали, такі як фотографії та відео що демонструє діяльність клубу та участь дітей у різних заходах. Використано фото та відео редактори такі як адобі фотошоп, кап кат, лайтрум. Ці застосунки допомагають створювати якісний візуальний контент.

Основними інструментами взаємодії з аудиторією в соціальних мережах є базові функції цих платформ, такі як, коментування, відповіді на повідомлення та проведення опитувань. Це дозволяє клубу активно взаємодіяти з батьками та іншими зацікавленими особами, відповідати на запитання та враховувати побажання та відгуки.

Отже, розробка контент стратегії є важливим кроком для досягнення мети волонтерської організації та максималізації впливу на суспільство. План розробки контент стратегії для організації Ukrainian Kids Club in Coatbridge враховує аналіз аудиторії, визначення цілей, створення контенту, використання візуального контенту та взаємодію з аудиторією за допомогою відповідних інструментів та технік.

Розробка плану періодичності публікації в інстаграм та тік ток



Розробка плану періодичності публікації в інстаграм та тік ток є важливим кроком для ефективного управління сторінки в соціальних мережах. Такий план допомагає забезпечити регулярно активність, утримати зацікавленість підписників та сприяти зростання аудиторії.

Для розробки плану періодичності публікації були визначені певні етапи.

1. Визначення цілей таких як, збільшення кількості підписників, підвищення рівня залученості.
2. Визначення цільової аудиторії є критично важливим етапом для розробки плану публікацій. Цільова аудиторія волонтерської організації в соціальних мережах інстаграм та тік ток, це українці які проживають в Шотландії переважно сімейні пари які мають діток та зацікавлені в послугах волонтерської організації, також молодь віком від 18 років яка зацікавлена у допомозі проведення різних пізнавальних занять з дітками. Шотландії які цікавляться життям українських дітей в їхній країні.
3. Створення контент календаря . Контент календар є основою плану публікації. Контент календар включає в себе дату та час публікації, теми та формати контенту, спеціальні події та акції які потрібно висвітлити, чітке визначення публікацій на тиждень та розписані дні під різні види контенту.
4. Забезпечення різноманітності контенту наприклад освітні пости та відео, розважальний контент, інформаційні статті, конкурси та опитування. Різноманітний контент допомагає залучити різні сегменти цільової аудиторії.
5. Визначення найкращого часу для публікації. Аналіз даних активності цільової аудиторії відображає, що оптимальний час для перегляду публікації в інстаграм та тік ток від шостої вечора до десятої вечора. В цей час підписники є найбільш активними та кількість переглядів значно більша ніж вранці та в обідній час.

За допомогою визначених етапів було розроблено план публікацій інстаграм та описано в таблиці 2.2

Таблиця 2.2

День тижня	Час	Тип контенту	Тема	Примітка
Понеділок	18:30	Фото	Заняття в хобі румі.	Фото з описом та хештегами
Середа	19:00	Фото	Майстер клас	Фото з описом та хештегами
Субота	20:30	Відео або рілс	Проведення будь якої події.	Відео з описом та хештегами.

Таблиця була розроблена автором.

Також було проведено опитування.

План періодичності публікації в інстаграмі забезпечує регулярну активність, що сприяє зростанню підписників та підвищенню рівня їхньої залученості. Регулярні фото занять та майстер класів, а також відео про проведення занять формують позитивний імідж та підвищують обізнаність про волонтерську організацію Ukrainian Kids Club in Coatbridge. Постільний аналіз результатів дозволяє своєчасно коригувати стратегію, забезпечувати її максимальну ефективність.

Однією з головних цілей в інстаграмі є залучення нових підписників. План періодичності публікації, що передбачає дворазове розміщення світлин з заняття майстер класів на тиждень, а також 1 відео про проведення занять кожні 2 тижні, створює стабільний потік контенту. Така регулярність дозволяє підписникам очікувати новий контент у визначенні дні, що стимулює їх до відвідування сторінки. Також регулярні публікації не лише привертають нових увагу підписників, але активізують існуючих.

План публікацій в соціальні мережі тік ток описано в таблиці 2.3

Таблиця 2.3

День тижня	Час публікації	Тема	Тип контенту	Примітки
Вівторок	18:00	Тренд, проведення подій	Відео	Показ проведення події
Четвер	21:00	Заняття, концерт або захід	Відео	Моменти з концерту або заходу.

Таблиця розроблена автором

У висновку до плану публікації в соціальній мережі тік ток можна зазначити, що цей план є важливим елементом успішної стратегії присутності в соціальній мережі. Регулярність публікації, різноманітність контенту допомагають залучити аудиторію, підвищувати рівень впізнаваності волонтерської організації Ukrainian Kids Club in Coatbridge. Аналіз результатів і постійне вдосконалення дозволяють досягти найкращих результатів.

Розробка оголошень, та сертифікатів для Ukrainian Kids Club in Coatbridge.

Волонтерська організація Ukrainian Kids Club in Coatbridge також присутня в соціальній мережі телеграм в якій має групу з батьками дітей. Для оголошення різних занять, заходів та майстер-класів було виготовлено публікації з інформацією та описом. Данні публікації можна переглянути в [Додаток Е].

### 2.3 Оцінка ефективності контент стратегії

В сучасному цифровому світі контент стратегія відіграє ключову роль у розвитку компанії та організації. Оцінка ефективності є важливим етапом в процесі визначення успіху та виправлення можливих недоліків. Контент стратегія містить планування, створення та розповсюдження різноманітного контенту з метою залучення уваги аудиторії та досягнення поставлених цілей [34].

Нині соціальні мережі стають не лише платформою для особистих комунікацій, але потужним інструментом для просування різних організацій. Український дитячий клуб *Ukrainian Kids Club in Coatbridge* не є виключенням. Присутність в інстаграм це не лише спроба показати свою діяльність та зацікавити громадськість, але шлях заучення нових учасників. Переглянувши статистику можна зазначити, що сторінка в інстаграм нараховує 78 підписників [Додаток Б], [29] Розширення аудиторії — це завдання, над яким потрібно працювати, залучаючи нових учасників та розповідаючи про діяльність клубу. Щодо контенту, *Ukrainian Kids Club in Coatbridge* має різноманітні публікації. Фотографії, відео та рілс усе це допомагає створити живий образ клубу то показати його різнобічність. Однак, аналіз показує, що середня кількість вподобайок на публікаціях є досить низькою 10, 12. Це свідчить про те, що контент не завжди зацікавлює аудиторію, тому варто працювати над створенням більш привабливого та вражаючого контенту який може стати ключовим для залучення більшої уваги та взаємодії з аудиторію. Одним із ключовими спектрів успіху в соціальних мережах є взаємодія з аудиторією, *Ukrainian Kids Club* є активним у спілкуванні з своїми підписниками, відповідає на коментарі та повідомлення. Основна мета стратегії — популяризувати організацію та привернути якомога більше уваги аудиторії. Це важливо для залучення нових учасників та забезпечення підтримки від громадськості. На сьогоднішній день волонтерська організація залучає нову аудиторію та відповідає стратегії.

Аналіз популяризації волонтерської організації в тік ток [32] дозволяє глибше зрозуміти стратегію присутності в цій соціальні мережі та визначити можливості для покращення. На даний момент сторінка налічує 62 підписника та 40 дописів [Додаток В]. Це розглядається як початкова база, проте для досягнення більшого впливу та залучення нових учасників варто працювати над збільшенням аудиторії. Контент *Ukrainian Kids Club* включає різноманітні відео, які відображають різні аспекти діяльності клубу, включаючи виступи, анімації з дітьми, та інші заходи. Використання трендової музики та хештегів

сприяє підвищенню видимості контенту серед нової аудиторії. Активність під дописами різна, проте окремі відео нараховують від 1000 до 3000 переглядів, а також від 20 до 40 лайків та декілька коментарів. Це свідчить про певний рівень зацікавленості аудиторії, проте для збільшення припливу варто працювати над збільшенням активності та взаємодії з підписниками. Трендовість та оригінальність контенту грають важливу роль у привернення уваги аудиторії. Використання трендових елементів допомагає залучити нових користувачів. Варто зазначити, що контент відображає унікальні аспекти діяльності дитячого клубу. Для покращення популяризації в Тік Ток варто активно просувати сторінку та залучати нових підписників, та взаємодіяти з існуючими підписниками. Надалі створювати цікавий контент який відображає діяльність дитячого клубу та привертає увагу аудиторії. Активно спілкуватися з підписниками відповідати на коментарі та брати зауваження до уваги. Час від часу аналізувати ефективність стратегії та реакцію аудиторії на контент вносити корективи та покращувати підходи на основі отриманих даних.

Ukrainian Kids Club також присутній у соціальній мережі фейсбук. Нині фейсбук є ключовим каналом комунікації з аудиторією. Аналіз показує, що на даний момент фейсбук сторінка налічує 278 підписників [Додаток Г], [33]. Це свідчить про зацікавленість аудиторії у діяльності організації. Однак, для досягнення більшого впливу та залучення нових учасників, доцільно працювати над збільшенням цієї аудиторії та урізноманітнювати контент. У контент стратегії Ukrainian Kids Club in Coatbridge для сторінки фейсбук важливе місце займають фотографії та відео, які відображають різноманітні аспекти діяльності клубу, такі як заняття в хобі румі, виступи дітей, репетиції, та діяльність волонтерів окремо від дітей, також не менш важливими є пости до викладених відео та фото в яких розповідається детально який був захід чи нове заняття. Наявність лайків у діапазоні від 20 до 55 та коментарів під більшістю дописів свідчить про активність аудиторії та зацікавленість у представленому контенті. Узагальнюючи, контент стратегія Ukrainian Kids Club in Coatbridge для сторінки фейсбук виявляється ефективною з огляду на наявність аудиторії, і

різноманітного контенту та активну взаємодію з контентом. Для подальшого підвищення ефективності стратегії варто надалі працювати над збільшенням аудиторії та покращенням контенту на основі аналізу реакції аудиторії.

Також було проведено опитування серед підписників про те чи задовольняє контент в соціальних мережах цільову аудиторію. Опитування щодо задоволеності підписників контентом у соціальних мережах інстаграм, тік ток, зібрало цікаві результати. Одним із перших питань, щодо уподобань формату контенту, більшість людей 57% обрали варіант(всі види контенту), 28,6% віддали перевагу (відео контенту) та 14,3% обрали (фото контент) як основне джерело свого інтересу [Додаток Д]. Ці результати вказують на те, що різноманіття контенту є ключовим фактором для задоволення аудиторії. Важливо продовжувати досліджувати та будувати контент стратегії, щоб відповідати вимогам та інтересам своєї аудиторії.

Друге питання: чи вважаєте ви, що ми відображаємо достатньо різноманітності в нашому контенті? Якщо ні, що саме вам бракує? Має такі відповіді більшість, а саме 66,7% підписників вважають, що контент який опублікований на сторінках в соціальних мережах є достатньо різноманітним. Це свідчить про те, що багато хто задоволений тим, що пропонується, та ці підписники не відчують потреби в значних змінах. Проте існують деякі голоси які вказали на конкретні аспекти, яких бракує. Наприклад 23,8% відповідей вказали на відсутність різноманітності в темах, 4,8% вказали на бажання більшої різноманітності в форматах контенту, та 4,8% підписників зазначили що бракує інтерактивності [Додаток Д].

Третє питання має довільну відповідь. Чи є якась конкретна тема або питання, про яке ви хотіли б дізнатися більше через нашу сторінку? На цьому етапі опитування було звернено увагу на інтереси аудиторії, відповіді були різноманітні. Перш за все багато підписників зазначили що нічого конкретного їх не цікавить відповіді були (Ні , немає, ні все влаштовує, та подібні). Однак менша частина підписників цікавиться адаптацію дітей в Великобританії, інші хочуть дізнатись про те, як діти проводять свій вільний час, інші зацікавлені

контентом про розвиваючі ігри для дітей. Ці відповіді є корисною інформацією для розробки контент стратегії, оскільки вони вказують на певні теми які зацікавлюють потенційну аудиторію [Додаток Д].

Четверте питання: чи є у вас які-небудь побажання або ідеї щодо того, як ми можемо покращити нашу сторінку? Більшість підписників вказала, що їх все влаштовує. Невелика кількість відповідей містить корисні рекомендації наприклад, деякі підписники відмітили, що бажають бачити якісні відео та більше фото, інші висловили думку, що слід збільшити кількість відео, також є аудиторія яка бажає бачити більше тематичних відео, що може свідчити про інтерес до певних тем або форматів контенту [Додаток Д].

П'яте питання спрямоване на збір ідей та пропозицій щодо того, що аудиторія хотіла бачити на сторінці у майбутньому. Підписники хочуть бачити більше розважального контенту, що може включати в себе різні формати розваг, такі як челленджи та танці. Деякі відповіді підкреслюють бажання бачити більше відео та фото контенту, що може підтримувати візуальний інтерес аудиторії. Також підписники висловили бажання бачити реакції та подяки від дітей та батьків та більшість вказують, що задоволені соціальними мережами та важко знайти, щось, чого б не вистачало [Додаток Д].

Та остання питання: що саме вам найбільше подобається у нашому поточному контенті. Найбільше голосів зібрав варіант фото та відео 47,6% , 19% обрали інформативність як особливий аспект контенту, який їм подобається. Це свідчить про значення якісної інформації та корисного контенту для аудиторії. Та 33,3% відсотки обрали креативність як важливий аспект поточного контенту це вказує на те, що контент є унікальним та оригінальним в соціальних мережах волонтерської організації [Додаток Д].

Узагальнюючи результати опитування, можна сказати, що отримана інформація цінним джерелом відгуків від аудиторії, яка допомагає зрозуміти її потреби та уподобання. Зокрема, багато людей виявили зацікавленість різноманітністю контенту, виразила бажання бачити якісні відео та фото, а також відзначили креативність та інформативність які є присутні на сторінці.

Український дитячий клуб Ukrainian Kids Club in Coatbridge демонструє свою активну присутність у соціальних мережах як ефективний інструмент комунікації та просування в усіх соціальних мережах пропонується різноманітний контент який відображає різні аспекти діяльності волонтерської організації. Використання різних форматів таких як фотографії відео та рілс сприяють створенню живого образу клубу та привертають увагу аудиторії. Аналіз показує, що середня кількість вподобайок та взаємодія з контентом на деяких платформах відрізняється та в деяких є трішки нижчою, що свідчить про необхідність подальшої роботи над контентом, щоб зробити його більш привабливим та вражаючим для аудиторії. Важливо відзначити активно взаємодію клубу з підписниками таку як відповіді на коментарі та повідомлення, що допомагають підтримувати інтерес та залучати нових учасників. Сторінка фейсбук також має значну аудиторію та різноманітний контент, який викликає ефективну взаємодію з аудиторією. Збереження цієї активності та розвиток стратегії комунікації важливим завданням для подальших успіхів клубу.

## **Висновки до розділу 2**

Отже, у другому розділі було розкрито місію та переваги волонтерської організації Ukrainian Kids Club in Coatbridge. Також виконану роботу в соціальних мережах таких як інстаграм та тік ток які були створені автором, було аналізовано та розглянуто.

Було створено контент стратегію популяризації соціальних мереж та проаналізовано результати досягнень роботи. Висвітлено активність підписників в соціальних мережах, прийнято до уваги пропозиції та рекомендації. На сторінках було опубліковано різні види контенту, та проведений аналіз успішності обраної контент стратегії. Опитування серед підписників показало приємні результати та вказало на недоліки та побажання цільової аудиторії.



Також було розроблено дописи для соціальні мережі телеграм для взаємодії з батьками дітей волонтерської організації Ukrainian Kids Club in Coatbridge. Публікації з інформацією та описом занять, заходів та майстер класів дозволяють ефективно оголошувати події та залучати учасників.

Для створення публікації були використані наступні інструменти такі як канва, інстаграм інструменти, відео редактор іншот, кап кат, фото редактори адобі фотошоп, лайтрум. Підсумовуючи Ukrainian Kids Club in Coatbridge показує позитивний напрямок руху в соціальних мережах та для більшого досягнення та залучення нових учасників вимагає продовжувати працювати над розширенням аудиторії, удосконаленням контенту, та активно взаємодіяти з підписниками.

Загальні висновки щодо планів публікації в інстаграм та тік ток показують, що регулярна активність, різноманітний контент та адаптація до потреб аудиторії є ключовим для успішної стратегії в соціальних мережах. Аналіз результатів і постійне вдосконалення стратегії допомагає досягти цілей і підвищувати впізнаваність організації.

## ВИСНОВКИ

У теоретичному розділі було досліджено питання про роль соціальних мереж у інформаційному просторі. Розглянуто та проаналізовано інформацію з різних джерел про соціальні мережі їх виникнення та важливість в сьогодення. Також вивчено основні особливості інтернет платформ та їх вплив на аудиторію. Розглядання та опрацювання цих питань підсумовується тим, що інтернет та соціальні мережі стали невід'ємною частиною сучасного суспільства завдяки своїм інтерактивним можливостям та здатності до розповсюдження мультимедійного контенту. Це значно розширює можливості комунікації та дозволяє ефективніше доносити інформацію до широкої аудиторії.

Основні особливості інтернет платформ такі як інтерактивність, гіпертекстове природа мультимедійні можливості та мережева навігація, значно розширюють можливості комунікації та сприяють ефективнішому доступу до інформації. Проте разом з можливостями приходять і виклики, зокрема ризики поширення маніпулятивних і або фальшивої інформації. Що підкреслює важливість розвитку медіа грамотності та критичного мислення серед користувачів.

У рамках дослідження популяризації діяльності волонтерської організації Ukrainian Kids Club in Coatbridge у соціальних мережах було виконано ряд завдань, спрямованих на визначення ефективної стратегії та методів комунікації з метою залучення уваги громадськості збільшення підтримки від спільноти, а також залучення нових волонтерів і партнерів.

Висновки дослідження охоплюють ключові аспекти, які були проаналізовані та дослідженні протягом роботи. Було проведено детальний аналіз активності та присутності організації в різних соціальних мережах. Зокрема було вивчено

роботу на платформах інстаграм тік ток, що дозволило виявити сильні та слабкі сторони поточних підходів до комунікації.

На основі аналізу було розроблено контент стратегію яка відповідає потребам цієї аудиторії, це включало створення різноманітного контенту, враховуючи мультимедійні можливості та інтереси підписників.

Було проведено експерименти з різними форматами контенту та методами залучення уваги аудиторії. Ці експерименти допомогли визначити найбільш ефективні підходи та взаємодії з підписниками.

За допомогою аналітики соціальних мереж було оцінено ефективність різних стратегій та методів популяризації це включала аналіз залученості, активності підписників та результатів опитувань. На основі отриманих даних були сформульовані рекомендації для подальшого вдосконалення стратегій популяризації, залучення волонтерів та підтримки від громадськості.

Рекомендації включають продовження роботи над розширенням аудиторії, удосконаленням контенту та активної взаємодії з підписниками. Дослідження показало, що інтернет та соціальні мережі є потужним інструментом для популяризації волонтерської організації Ukrainian Kids Club in Coatbridge.

Результати дослідження підтверджують, що волонтерська організація показує позитивний напрямок руху в соціальних мережах. Створені та реалізовані стратегії популяризації призвели до збільшення активності підписників і позитивних відгуків.

Використання інструментів для створення контенту таких як канва, інстаграм інструменти, відео редактори іншот та кап кат, а також фото редактори адобі фотошоп та лайтрум допомогли підвищити якість та привабливість публікації.

Таким чином для досягнення подальших успіхів та залучення нових учасників, організація буде продовжувати працювати над розширенням аудиторії, удосконалювати контент та активно взаємодіяти з підписниками. Впровадження рекомендацій, заснованих на результатах досліджень, сприятиме

зміцненню позиції організації Ukrainian Kids Club in Coatbridge у соціальних мережах та підвищенню її впливу у спільноті.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Б. В. Ковалевич. Соціальні мережі як новий інструмент ведення інформаційних війн у сучасному світі, Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/268617385.pdf>
2. Б. Вальковський. Як соціальні мережі впливають на суспільство та бізнес. URL: <https://inproject.org/vplyv-soczialnuh-merezh-na-suspilstvo-i-biznes/>
3. Бондаренко Н.А. Віртуальна реальність як інноваційний інструмент сучасної дизайн освіти. Інноваційна педагогіка. Випуск 65. Том 2. 2023 УДК 37.016:7.012]004.031.42:004.946 URL: <https://doi.org/10.32782/2663-6085/2023/65.2.4>
4. Вища освіта. Інформаційно-аналітичний портал про вищу освіту в Україні та за кордоном., Дистанційна освіта. URL: <http://vnz.org.ua/dystantsijna-osvita/pro>
5. Використання електронних (цифрових) доказів у кримінальних провадженнях : метод. реком. / [М. В. Гуцалюк, В. Д. Гавловський, В. Г. Хахановський та ін.] ; за заг. ред. О. В. Корнейка. — Вид. 2-ге, доп. — Київ : Вид-во Нац. акад. внутр. справ, 2020. — 104 с. URL: <https://elar.naiu.kiev.ua/server/api/core/bitstreams/8e9e5637-7b62-475c-8c41-9850e317bfc4/content>
6. Вікторія Шевченко. Медіадизайн як напрямок фахової підготовки журналістів URL: <https://univnewmedia.wordpress.com/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96/>
7. В. М. Балардим Роль соціальних мереж та віртуальних спільнот в освіті учнівської молоді. Інститут інформаційних технологій і засобів навчання НАПН України. Київ, 2015. URL: [http://lib.iitta.gov.ua/10355/1/Barladym\\_zvitna\\_19\\_03\\_2015.pdf](http://lib.iitta.gov.ua/10355/1/Barladym_zvitna_19_03_2015.pdf)

8. Вісник СумДУ. Серія «Економіка», № 3' 2020 URL:  
[https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/3\\_2020/14.pdf](https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/3_2020/14.pdf)
9. Данько Ю.А. Феномен соціальних мереж у контексті становлення і розвитку мережевого суспільства. Вісник Міжнародного Слов'янського університету. Харків Серія «Соціологічні науки». Том XV. № 1, 2. 2012. URL :  
<https://dspace.hnpu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/02c11f38-8228-42bd-ade0-392f5b95785e/content>
10. Дербеньова Яна Валеріївна. Сучасний контент маркетинг : сутність та КРІ. URL:  
[https://www.researchgate.net/publication/379686907\\_SUCASNIJ\\_KONTENT-MARKETING\\_SUTNIST\\_TA\\_KPI](https://www.researchgate.net/publication/379686907_SUCASNIJ_KONTENT-MARKETING_SUTNIST_TA_KPI)
11. З. В. Григорова, к. е. н., доцент, КПІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, Україна  
Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі – ієрархія інформаційного простору. URL:  
file:///C:/Users/user/Downloads/Novi\_media\_socialni\_media\_socialni\_merezi\_-\_ierarh.pdf
12. Іванов Сергій Миколайович. Соціальні мережі в структурі сучасного суспільства. URL:  
[https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/1008537/mod\\_resource/content/1/%D0%BF%D1%96%D0%B4%D1%80%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA-8-20.pdf](https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/1008537/mod_resource/content/1/%D0%BF%D1%96%D0%B4%D1%80%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA-8-20.pdf)
13. Контент-маркетинг: стратегія і тактика URL:  
<https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/0728ec45-5f5c-4ada-88f5-fbed68ff6e8e/content>
14. Контент-маркетинг та контент-стратегія: у чому різниця? URL:  
<https://genius.space/lab/kontent-marketing-ta-kontent-strategiya-u-chomu-riznitsya/>
15. Кросмедіа: контент, технології, перспективи колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. URL:  
<http://journlib.univ.kiev.ua/mono/cross.pdf>

16. Культура цифрових медіа. навчальний посібник / О. І. Пушкар, Є. М. Грабовський. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2022. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/28184/1/2022-%D0%9F%D1%83%D1%88%D0%BA%D0%B0%D1%80%20%D0%9E%20%D0%86%2C%20%D0%93%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9%20%D0%84%20%D0%9C.pdf>
17. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 332 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/147035495.pdf>
18. Луцький національний технічний університет. Лекція Соціальні мережі як інструмент комунікацій та просування бізнесу URL: <https://etk.lntu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=6753>
19. Люба Турчин ,Віктор Островерхов. Тернопільський національний економічний університет. Сучасні тренди інтернет-маркетингу. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. 2019. Вип. 24 URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/38298/1/%D0%A2%D1%83%D1%80%D1%87%D0%B8%D0%BD.pdf>
20. Маркетинг навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/42757/3/%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%202021%20%283%29%20%281%29.pdf>
21. Мина Ж. В. Соціальні мережі як засіб інформаційної підтримки учнівської та студентської молоді у навчально-виховному процесі та професійному виборі. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. URL: [https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/1\\_2021/part\\_3/47.pdf](https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/1_2021/part_3/47.pdf)

22. О. Белянська,, Огерчук, Ю. (2021). Соціальні мережі та бізнес : значимість, переваги та проблеми. Економіка та суспільство, (32). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-70>
23. О. Літвак, Соціальні мережі: поняття, історія виникнення. URL: <https://zounb.zp.ua/resourse/zaporizkyy-kray/zaporizhzhya-bibliotechne/fahova-osvita/socialni-merezhi-piv>
24. Ольвія Гусак НТУУ "КПІ". Основні тенденції поведінки аудиторії сучасних інтернет-ЗМІ. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/47236578.pdf>
25. Офіційний сайт British Red Cross. URL: <https://www.redcross.org.uk/>
26. Офіційний сайт Save the Children UK URL: <https://www.savethechildren.org.uk/>
27. Офіційний сайт Volunteer Scotland URL: <https://www.volunteerscotland.net/>
28. Підмогильна Н. В., Старков В. І. Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара. Соціальні мережі як інструмент маркетингу промислового підприємства. URL: [https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/2\\_2023/part\\_2/18.pdf](https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/2_2023/part_2/18.pdf)
29. Посилання на інстаграм сторінку Ukrainian Kids Club in Coatbridge URL: [https://www.instagram.com/uk\\_kids\\_coatbrige/](https://www.instagram.com/uk_kids_coatbrige/)
- 30.Посилання на сторінку компанії морських суден. URL: <https://landrykling.com/>
31. Посилання на сторінку Mission of Innocents URL: <https://www.missionofinnocents.org/mission-and-history>
- 32.Посилання на тікток сторінку Ukrainian Kids Club in Coatbridge URL: [https://www.tiktok.com/@ua.kids.in.coatbridge?\\_t=8mSk1RQKchZ&\\_r=1](https://www.tiktok.com/@ua.kids.in.coatbridge?_t=8mSk1RQKchZ&_r=1)
33. Посилання на фейсбук сторінку Ukrainian Kids Club in Coatbridge URL: [https://www.facebook.com/profile.php?id=100094530038056&mibextid=kFxxJD&rid=Z8Acs5qE4b9FIgV0&share\\_url=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fshare%2FpknMw8Vfw6ve5i8R%2F%3Fmibextid%3DkFxxJ](https://www.facebook.com/profile.php?id=100094530038056&mibextid=kFxxJD&rid=Z8Acs5qE4b9FIgV0&share_url=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fshare%2FpknMw8Vfw6ve5i8R%2F%3Fmibextid%3DkFxxJ)



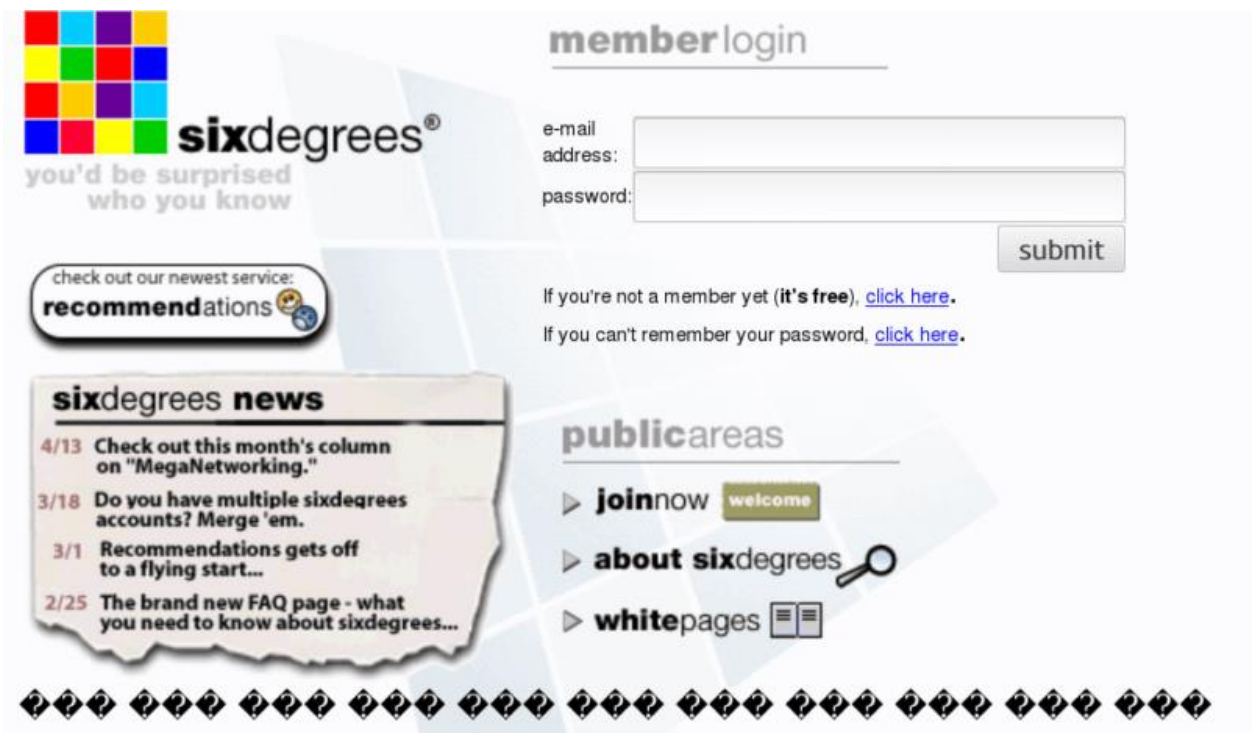
34. Р. С. Паздерська О. В. Марковець. Визначення контенту та стратегій підвищення його ефективності у віртуальних спільнотах.. URL: <https://doi.org/10.31649/1997-9266-2021-156-3-69-77>
35. Рунчева Н. В. Принципи реалізації стратегії контент-маркетингу / Н. В. Рунчева, О. О. Чапала, Я. О. Монаєнко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2018. — № 4 (44). — С. 76–82. URL: [http://old.bumib.edu.ua/sites/default/files/visnyk/17\\_19.pdf](http://old.bumib.edu.ua/sites/default/files/visnyk/17_19.pdf)
36. С. І. Сологуб. Соціальні мережі в науковій роботі: Навчальний посібник. / С.І. Сологуб, – К. ІІДО, 2023. – 89 с. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/ec48eaf2-e9b5-4f41-87cf-651c42e1a7b0/content>
37. Т. А. Пода. Феномен соціальних мереж та їхній вплив на суспільно-політичні процеси у глобалізованому світі. Вісник НАУ. Серія: Філософія. Культурологія. – 2019. – № 1 URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/296359879.pdf>
38. Т. В. Альошина, Д. Е. Козенков, М. Д. Сало, Контент маркетинг як сучасний елемент маркетингової стратегії підприємства. Економічний вісник, 2022, №3. URL: <https://doi.org/10.33271/ebdut/79.059>
39. Фаріон І. Д. Стратегічний аналіз: Навчальний посібник для студентів і аспірантів. – Тернопіль: ТНЕУ, 2009. – 635 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/jspui/bitstream/316497/656/1/%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%B0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7.pdf>
40. Червонюк А.Д. Проблеми впливу на свідомість громадськості медіа дизайну та візуальної комунікації. Матеріали студентської наукової конференції. Київ: НАУ, Факультет міжнародних відносин, кафедра реклама та зв'язки з громадськістю, 2024. С.171.
41. Чуйко Галина Василівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри психології Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Маніпулятивність інформаційного впливу. URL: <https://doi.org/10.31108/3.2019.2.8.5>

42. Ю. О. Головчук, Л. В. Дибчук, Л. П. Середницька, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ORCID ID: 0000-0002-7730-0963. Контент-маркетинг як стратегія просування на ринок та поширення послуг. URL: [https://www.researchgate.net/publication/363694140\\_KONTENT-MARKETING\\_AK\\_STRATEGIA\\_PROSUVANNA\\_NA\\_RINOK\\_TA\\_POSIRENNIYA\\_POSLUG\\_CONTENT-MARKETING\\_AS\\_A\\_PROMOTING\\_STRATEGY\\_AND\\_SERVICES\\_DISTRIBUTION](https://www.researchgate.net/publication/363694140_KONTENT-MARKETING_AK_STRATEGIA_PROSUVANNA_NA_RINOK_TA_POSIRENNIYA_POSLUG_CONTENT-MARKETING_AS_A_PROMOTING_STRATEGY_AND_SERVICES_DISTRIBUTION)
43. Юрій Телець. Система КРІ: розробка та застосування показників бізнес-процесу. Показники ефективності. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/sistema-kpi-rozrobka-ta-zastosuvannya-pokaznikiv-biznes-procesu-pokazniki-efektivnosti/>
44. Ярмолюк О.Я. Фісун Ю.В. Шаповалова А.А. Соціальні мережі як сучасний інструмент просування. Підприємництво та інновації 2020. URL: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.28>
45. Ярмолюк О., Фісун Ю., Шаповалова А. (2020). Соціальні мережі як сучасний інструмент просування. Підприємництво та інновації, (11-2), 62-65. URL: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.28>
46. Labriola J. T., Getto G., Ruszkiewicz S. Content Strategy: A How-To Guide. Taylor & Francis Group, 2022. URL: <https://www.researchgate.net/publication/364559426>

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Скриншот першої соціальної мережі SixDegrees



[36 с. 10]

## Додаток Б

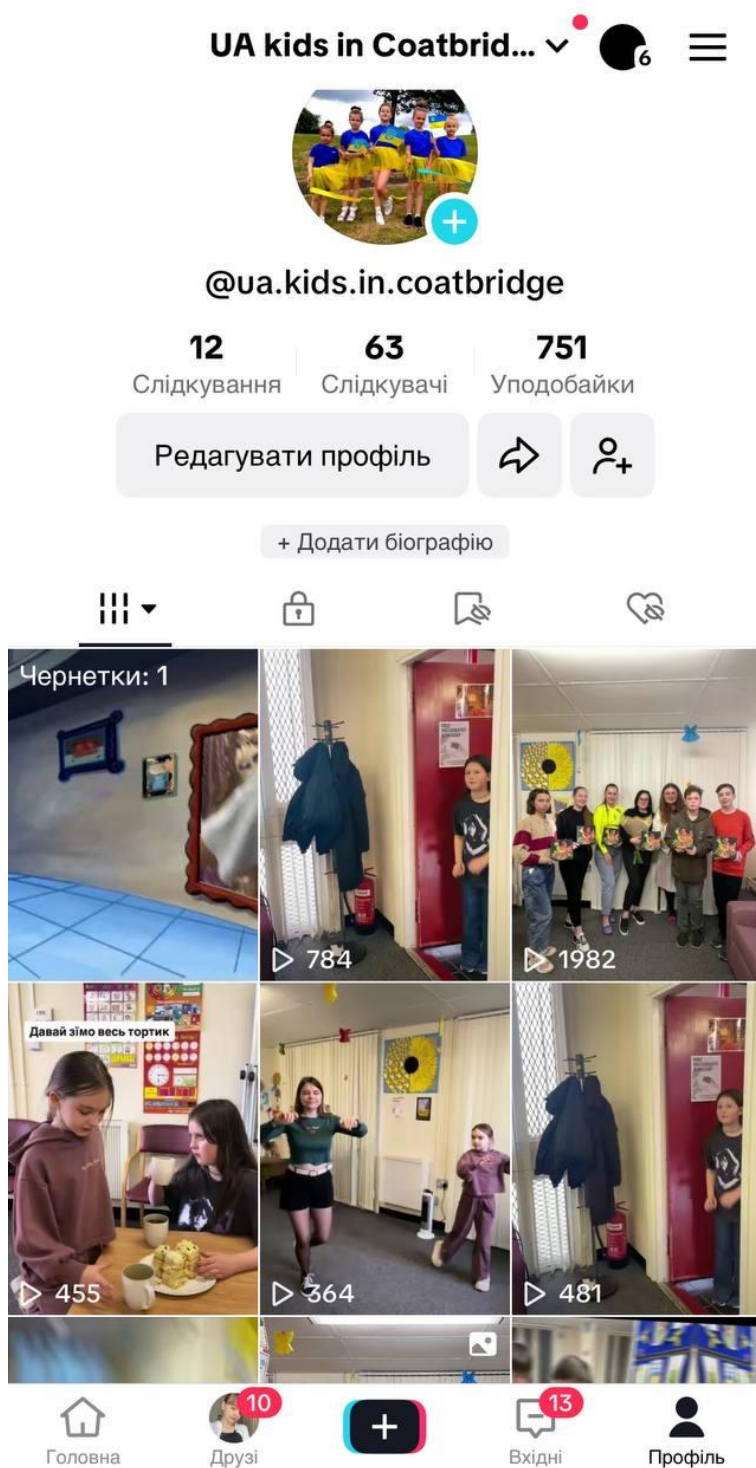
## Скріншот інстаграм сторінки створеної автором



«Розроблено автором»

## Додаток В

## Скріншот тік ток сторінки створеної автором



«Розроблено автором»

## Додаток Г

## Скріншот фейсбук сторінки

← Ukrainian kids club in Coatbr...  



**Ukrainian kids club in Coatbridge**

163 позначок «Подобається» • читачі: 284

Заохочуємо та розвиваємо таланти українських дітей в обмін на їхні щирі емоції та радісні посмішки 😊

 Вподобано

 Повідомлення 

Дописи   Інформація   Більше ▾

**Подобиці**

 Сторінка · Неприбуткова організація

 [missionofinnocents.org](https://missionofinnocents.org)

 Головна    <sup>6</sup> Відео    Друзі    Marketplace    <sup>понад 9</sup> Сповідання    Меню

[33]

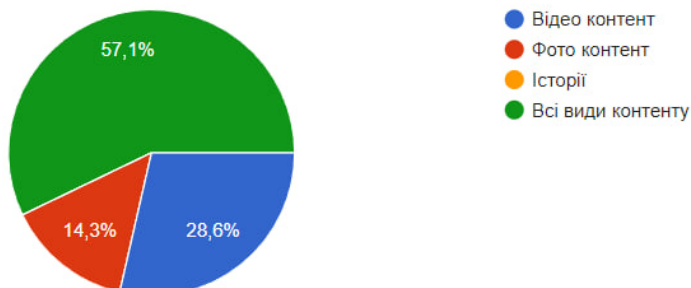
## Додаток Д

## Результати опитування

Яка форма контенту тобі подобається

 Копіювати

21 відповідь



Чи вважаєте ви, що ми відображаємо достатньо різноманітності в нашому контенті? Якщо ні, що саме вам бракує?

 Копіювати

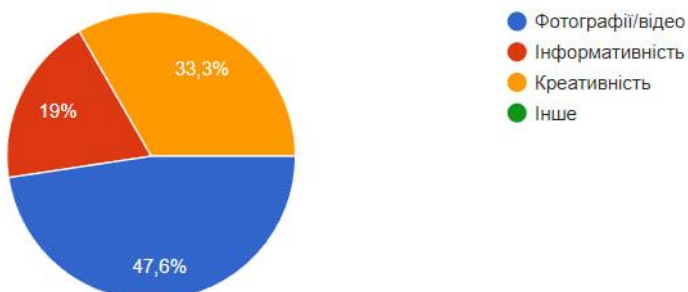
21 відповідь



Що саме вам найбільше подобається у нашому поточному контенті?

 Копіювати

21 відповідь



Чи є якась конкретна тема або питання, про яке ви хотіли б дізнатися більше через нашу сторінку?

9 відповідей

Ні

Поки немає

Ні, все влаштовує

Немає

Розвиваючі ігри для дітей

Хотілося б більше дізнатися про адаптацію дітей в Великобританії

немає

Як діти проводять вільний час

Чи є у вас які-небудь побажання або ідеї щодо того, як ми можемо покращити нашу сторінку?

11 відповідей

Чудова сторінка, саме найголовніше все відображає

Дуже гарно все

Мені все подобається :)

Публікувати більше тематичних відео

Ні

Ні, немає

Обрати єдиний формат і стратегію просування

Ні, все влаштовує

немає



Що б ви хотіли бачити на нашій сторінці в майбутньому, що ми ще не робимо?

10 відповідей

Челендж

Більше танцю)

Реакції та подяки дітей та батьків

Ваша сторінка дуже цікава , тяжко сказати що чогось бракує

Більше розважального контенту

Якихось конкретних порад не маю, все влаштовує

Тренди зняті дітками

вказано вище

багато відео- та фото- контенту

«Розроблено автором»

## Додаток Е

### Оголошення та публікації для групи в телеграмі

EM@JIS  
UKRAINIAN KIDS CLUB  
IN COATBRIDGE

ПОДОРОЖІ КРАЇНАМИ МРІЙ  
ТВОРЧА МАЙСТЕРНЯ ЛЕПБУКІВ

NORTH LANARKSHIRE COUNCIL

Mission of Innocents

Вітаю! Ви коли-небудь мріяли про захоплюючу подорож світом, не покидаючи власного дому? Ми запрошуємо ваших дітей взяти участь у захоплюючому проєкті створення власного лепбуку про країни світу!

Створення лепбуку - це відмінний спосіб не лише вивчати культури, традиції та географію різних країн, але й розвивати творчість, навички дослідження та представлення інформації. Ваші діти матимуть можливість зануритися в світ нових знань та відкрити для себе незабутні пригоди.

**Разом ми:**

- Дослідимо цікаві факти та особливості різних країн.
- Створимо унікальні мапи, відображаючи географічні особливості та визначні місця.
- Розглянемо традиції, кухню, мову та культурні події різних народів.
- Зануримося у фотографії та ілюстрації, які оживлять наш лепбук.

Запрошуємо вас разом з нами відправитися у захопливу подорож навколо світу та створити власні шедеври лепбуків.

**Чекаємо на вас у нашій подорожі!**

**СЕРТИФІКАТ**

**УЧАСНИКА ТВОРЧОЇ МАЙСТЕРНІ ЛЕПБУКІВ  
"ПОДОРОЖ КРАЇНОЮ МРІЙ: ЯПОНІЯ"**

**ДЕМОНСТРУВАВ(ЛА) СВОЮ ТВОРЧІСТЬ, УМІННЯ СПІВПРАЦЮВАТИ В КОМАНДІ, ЗДАТНІСТЬ ДО ВТІЛЕННЯ СВОЇХ МРІЙ ТА КРАЩОГО ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ У ФОРМІ ЛЕПБУКІВ, ЩО ВРАЗИЛИ ОРИГІНАЛЬНІСТЮ ТА ВМІННЯМ ВИКОРИСТОВУВАТИ РІЗНОМАНІТНІ МАТЕРІАЛИ.**

*Сертифікат виданий куратором майстерні Червонюк Іриною Юріївною*

**ДАТА**

**ПІДПИС**



«Розроблено автором»