

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
ЗДОБУВАЧКИ ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»  
СТВОРЕННЯ ІНСТАГРАМ-БЛОГУ ПРО АВІАЦІЮ «АВІАРУХ»

Виконавець: Івасенко Карина Вадимівна \_\_\_\_\_

Науковий керівник: канд. пед. наук

Остапчук Світлана Сергіївна \_\_\_\_\_

Нормоконтролер: канд. пед. наук

Остапчук Світлана Сергіївна \_\_\_\_\_

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ 1. СТВОРЕННЯ ІНСТАГРАМ-БЛОГУ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ .....	6
1.1. Особливості та специфіка ведення інстаграм-блогу .....	6
1.2. Популярні й успішні блоги про авіацію: використання текстового, фото-, відеоконтенту.....	13
1.3. Основні аспекти авіаційної тематики, що привертають увагу.....	22
аудиторії .....	22
Висновки до розділу 1 .....	30
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ІНСТАГРАМ-БЛОГУ «АВІАРУХ» .....	31
2.1. Концепція створення інстаграм-блогу.....	31
2.3. Методи просування, перспективи використання контенту інстаграм-блогу в авіаційній сфері .....	39
Висновки до розділу 2 .....	43
ВИСНОВКИ.....	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	46

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження** полягає в тому, що інстаграм є однією з найпопулярніших соціальних мереж у світі, і вивчення того, як створити та управляти інстаграм-блогом, може бути корисним для багатьох осіб. Створення інстаграм-блогу про авіацію «Авіарух» є актуальним у контексті зростання загального інтересу до авіаційної тематики в соціальних мережах через війну в Україні. Тому існує потреба в різноманітній та цікавій інформації про авіацію та створення нових інформаційних ресурсів. «Авіарух» може відповісти на цю потребу, надаючи інформативний та захопливий контент. Використання сучасних технологій у сфері авіації створює контекст для дослідження та популяризації авіаційної тематики через інстаграм-блог. Такий проєкт може не лише задовольнити потреби аудиторії, але й стати прикладом використання цифрових технологій для розвитку індустрії та підтримки авіаційної галузі.

Розвиток та функціонування блогінгу вивчали науковці Вернік Ю. В., Гуменюк Т. К., Досенко А. К., Кузнецова О. Д., Мальцева Л. В., Михайлова О. Ю., Плещенко К. В. та інші [6; 7; 8; 9; 10; 11; 13].

**Метою дослідження** є розкриття особливостей ведення блогу в соціальній мережі та створення інстаграм-блогу про авіацію «Авіарух».

Для досягнення мети необхідно вирішити такі **завдання**:

1. Визначити особливості та специфіку ведення інстаграм-блогу.
2. Схарактеризувати популярні блоги про авіацію.
3. Розкрити основні аспекти авіаційної тематики, що привертають увагу аудиторії.
4. Створити інстаграм-блог про авіацію «Авіарух».

**Об'єктом дослідження** є інстаграм-блоги про авіацію.

**Предметом дослідження** – технологія створення та розвиток інстаграм-блогу про авіацію «Авіарух».

**Методи дослідження:**

- *метод термінологічного аналізу* допоміг визначити терміни з проблеми дослідження;
- *контент-аналіз* був використаний для аналізу блогів авіаційної тематики та створення унікального контенту блогу «Авіарух»;
- *метод порівняння* дав можливість визначити подібне і відмінне в інстаграм-блогах про авіацію;
- *аналітичний* – допоміг визначити цільову аудиторію власного інстаграм-блогу;
- *метод спостереження* – допоміг створити інстаграм-блог «Авіарух».

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає у розкритті специфіки створення інстаграм-блогу про авіацію та в обґрунтуванні вдосконалення діяльності в цьому напрямку на прикладі розробки блогу «Авіарух» на платформі «Інстаграм».

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в тому, що матеріали дослідження можуть бути використані для створення проєктів на авіаційну тематику, в процесі вивчення журналістських дисциплін у закладах вищої освіти та в практичній діяльності медійників.

**Апробація результатів дослідження.** Зміст і результати дослідження висвітлювалися на III Науково-методологічному семінарі «Права людини: відображення у медіапросторі» (Київ, 2024), X Всеукраїнській студентській науковій конференції «Актуальні проблеми соціальних комунікацій» (Київ, 2024).

**Публікації.** Основні положення кваліфікаційної роботи було викладено в публікаціях:

- Івасенко К. В. Захист інформаційних прав користувачів у соціальних мережах. *Права людини: відображення у медіапросторі: матеріали III науково-методологічного семінару*. Київ: НАУ, 2024. С. 81–83.

– Івасенко К. В. Формування громадянської свідомості: роль медіа в суспільстві. *Актуальні проблеми соціальних комунікацій: матеріали X Всеукраїнської студентської наукової конференції*. Київ: НАУ, 2024. С. 42–44.

**Структура й обсяг кваліфікаційної роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 2 розділів (6 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (30 джерел). Загальний обсяг роботи становить 49 сторінок, основний текст викладено на 43 сторінках.

## РОЗДІЛ 1

### СТВОРЕННЯ ІНСТАГРАМ-БЛОГУ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

#### **1.1. Особливості та специфіка ведення інстаграм-блогу**

Соціальні мережі в сучасному світі відіграють значну роль в житті людини, відображаючи його соціальні, емоційні та інтелектуальні аспекти. За допомогою соціальних мереж індивід може побудувати свою онлайн-ідентичність, виразити свої думки та погляди, спілкуватися з іншими, ділитися враженнями від подій, а також отримувати інформацію про навколишній світ. Соціальні мережі створюють платформу для формування віртуальних спільнот, які можуть об'єднувати людей з різних куточків світу навколо спільних інтересів та цінностей. За даними січня 2024 року, майже дві третини всього населення України використовували соцмережі, що свідчить про їх велике значення в суспільстві [22].

Інстаграм є соціальною мережею та мобільним додатком, який надає користувачам можливість ділитися своїми фотографіями й відеозаписами. Заснований у 2010 році, цей сервіс став важливою складовою сучасної культури спілкування та візуальної культури [21].

Інстаграм дозволяє користувачам створювати профілі, де вони можуть розмішувати свої зображення та відео, додавати текстові описи, застосовувати фільтри та редагувати вміст. Крім того, платформа підтримує можливість взаємодії між користувачами через коментарі, приватні повідомлення та взаємне вподобання контенту. Ця соціальна мережа стала не тільки місцем для особистої самовираженості, але й потужним інструментом для маркетингу та реклами. Багато компаній, брендів та підприємств використовують її для просування своїх продуктів і послуг, створення спільноти фанатів та залучення цільової аудиторії. Крім того, інстаграм впливає на культурні й суспільні процеси, сприяючи формуванню трендів у фотографії, моді, громадських рухах тощо. Впливові

користувачі використовують свої акаунти для спілкування з аудиторією, впливу на громадську думку та підтримки соціальних кампаній.

В інстаграмі існує поняття «інстаграм-блоги». Це акаунти користувачів, які ведуть свої сторінки на цій платформі з метою публікації власного контенту, такого як фотографії, відео, текстові пости та сторіз. Інстаграм-блогери можуть спеціалізуватися на різних темах, таких як подорожі, кулінарія, мода, краса, спорт, мистецтво, освіта та багато інших. Вони активно спілкуються зі своєю аудиторією, взаємодіють за допомогою коментарів, лайків, приватних повідомлень та інших функцій соціальної мережі. Інстаграм-блоги можуть бути використані як для особистого самовираження, так і для комерційних цілей, таких як реклама продуктів або послуг, розвиток особистого бренду та отримання прибутку через спонсорські контракти або партнерські програми.

Науковець Бондаренко Т. вважає, що блог – це онлайн-щоденник, розміщений в інтернеті. Його може читати або переглядати будь-хто. Записи в таких блогах впорядковані за днем їх створення [3, с. 22].

Блоги дійсно можуть виступати як цифрові щоденники, де автори розміщують свої записи та думки на різні теми, впорядковані за днем їх створення. Цей підхід дає можливість користувачам спостерігати за еволюцією думок та подій у часі, створюючи певну хронологічну послідовність.

Однак, блоги можуть виступати не лише як особисті щоденники, але і як платформи для висловлення експертної думки, інформування про новини та події, ведення діалогу з аудиторією та інші цілі. Такий формат дозволяє не лише відтворювати події в хронологічному порядку, але й створювати більш різноманітний та цікавий контент, який привертає увагу широкого кола читачів. Тому, хоча опис Бондаренко Т. відображає одну з можливих функцій блогів, варто також враховувати їхню багатогранність та різноманітність використання в сучасному інтернет-просторі.

Ведення інстаграм-блогу є складним процесом, що вимагає ретельного аналізу, стратегічного планування та системного впровадження. Цей процес

об'єднує в собі елементи маркетингу, комунікації та візуальної естетики з метою залучення та утримання цільової аудиторії.

Однією з ключових особливостей ведення інстаграм-блогу є розробка стратегії контенту, яка базується на аналізі цільової аудиторії та вивченні її вподобань і потреб. Успішні інстаграм-блогери зосереджуються на створенні якісного та різноманітного контенту, що відповідає інтересам їхньої аудиторії.

Крім того, ефективно ведення інстаграм-блогу передбачає систематичне використання аналітичних інструментів для вимірювання результатів та аналізу впливу різних стратегій та підходів на успішність блогу. Це дозволяє розробляти та вдосконалювати свою стратегію з часом, щоб досягти максимального ефекту. Блогери підтримують теми, які є цікавими, актуальними та важливими, і використовують образи своїх улюблених діалогів [13, с. 61].

Важливо також враховувати особливості алгоритму інстаграму, який постійно змінюється, та адаптувати свою стратегію відповідно до цих змін. Це може включати оптимізацію часу публікацій, використання відповідних хештегів та взаємодію з іншими користувачами для збільшення видимості та взаємодії з контентом.

Блоги можуть бути особистими, груповими або публічними, залежно від структури суспільства [6, с. 628].

Особисті інстаграм-блоги визначаються як індивідуальні акаунти на платформі «Інстаграм», які призначені для особистого самовираження, спілкування з аудиторією та відображення різноманітних аспектів життя власника. Ці блоги стають платформою для відображення індивідуальної особистості та унікального стилю власника. Вони дозволяють власникам ділитися своїми думками, переживаннями, радощами та турботами зі світом через візуальні зображення та текстові пости. Крім того, вони створюють можливість для побудови спільноти фанатів та прихильників, які спільно відчують та підтримують власника блогу.

Управління особистим інстаграм-блогом вимагає уваги до деталей та розуміння потреб й очікувань аудиторії. Власники блогів зазвичай розробляють



стратегії контенту, планують публікації, редагують фотографії та відео, використовують хештеги та взаємодіють з підписниками, щоб залучити й утримати їхню увагу. Крім того, вони можуть використовувати аналітичні інструменти для вимірювання ефективності своїх стратегій та вдосконалення своєї присутності в інстаграмі.

Групові або публічні інстаграм-блоги – це колективні акаунти, що створені для спільного самовираження та співпраці між кількома користувачами. Ці блоги можуть бути присвячені різним темам та можуть охоплювати контент, створений як одним автором, так і кількома.

Однією з ключових особливостей групових або публічних інстаграм-блогів є можливість об'єднувати кількох авторів для спільного створення й публікації контенту. Це дозволяє залучити широку аудиторію, а також розширити спектр представленої контенту.

Управління груповим або публічним інстаграм-блогом вимагає злагодженої комунікації та співпраці між авторами, розподілу обов'язків, планування та координації публікацій, а також взаємодії з аудиторією. Крім того, важливо створити єдиний стиль та голос блогу, щоб забезпечити єдність та цільово-спрямовану комунікацію.

Аналіз результатів та вдосконалення стратегій є також важливим етапом управління груповим або публічним інстаграм-блогом. Використання аналітичних інструментів дозволяє визначити найефективніші стратегії та вдосконалити їх для досягнення максимального впливу та залучення аудиторії.

Важливим аспектом є відстеження реакції громадськості на власні або чужі дії. Це може включати аналіз вподобань, коментарів, репостів та інших форм взаємодії з публікаціями, що дозволяє авторам та читачам зрозуміти загальну реакцію аудиторії та оцінити ефективність своїх виступів [23].

Специфіка ведення інстаграм-акаунтів полягає у врахуванні унікальних особливостей цієї соціальної мережі та вимог до контенту й взаємодії з аудиторією. Інстаграм є доцільною платформою для візуального вираження і самовираження, де основний акцент робиться на фотографіях та відео.

Управління інстаграм-акаунтом вимагає ретельного планування стратегії контенту, яка відображає інтереси та цілі аудиторії. Важливо розробляти високоякісний та привабливий візуальний контент, який привертає увагу та стимулює взаємодію з публікою. Крім того, успішне ведення інстаграм-акаунту передбачає активну взаємодію з аудиторією, відповідь на коментарі та приватні повідомлення, а також залучення підписників через сторіз, живі трансляції та інші формати контенту.

Застосування аналітичних інструментів дозволяє вимірювати ефективність стратегій та аналізувати взаємодію з аудиторією, щоб вдосконалити контент та підвищувати його залученість. У цілому, ведення інстаграм-акаунта вимагає творчості, сталого розвитку та вміння адаптуватися до змін у поведінці користувачів та алгоритмах платформи для досягнення успіху.

Блоги з розважальним контентом завойовують все більшу популярність, і це не випадковість. Такий контент має ряд переваг, а саме: він викликає позитивні емоції, роблячи читачів більш сприйнятливими до інформації та змушуючи їх повертатися за новими публікаціями; допомагає розслабитися та відволіктися від стресів, роблячи блоги цінним ресурсом для людей, які шукають покращення психічного добробуту; об'єднує людей зі спільними інтересами, створюючи відчуття спільноти. Публікації розважального контенту блогосфери добре ілюстровані й складаються з зображень, включаючи фотографії, карикатури та гумористичні колажі [11, с. 135].

Величезні інформаційні ресурси у сфері блогінгу є надзвичайно інформативними. Характер матеріалів, які там публікуються, дещо специфічний і принципово відрізняється від традиційних ЗМІ. Однак це не повинно зменшувати масштаб важливості блогів для суспільства. Основна інформаційна значущість такого ресурсу полягає в здатності задовольнити аудиторію та втамувати її інформаційний голод [8, с. 174].

Специфіка ведення інстаграм-блогу відрізняється від журналістської діяльності через ряд фундаментальних відмінностей. У журналістиці основною метою є передача об'єктивної інформації, зокрема новин та аналітики, з метою

освіти та формування громадської думки. Журналісти використовують різноманітні джерела інформації та підтверджені факти для створення своїх матеріалів, керуючись журналістськими етичними стандартами, водночас інстаграм-блогери зосереджені на особистому самовираженні та комунікації з аудиторією через власний досвід та переживання. Вони створюють різноманітний контент, включаючи фотографії, відео, сторіз та текстові пости, з метою створення спільноти за інтересами або поділу своїх ідей та думок. Інстаграм-блогери часто використовують емоційний та особистий підхід до спілкування з аудиторією, що відрізняється від формального стилю журналістики [24].

Таким чином, хоча інстаграм-блогери та журналісти створюють контент для спілкування з аудиторією, їхні підходи, мета та методи різняться залежно від специфіки діяльності та цільової аудиторії.

Читачі в інтернеті знаходять своїх блогерів, незалежно від того, чи належать вони до певного видання. Водночас блогери мають те, чого не мають журналісти жодного видання, а саме: незалежність та змогу обирати способи подачі, стиль та теми публікацій [4, с. 120].

Блогери відіграють унікальну роль у медіапейзажі, оскільки вони можуть привертати увагу аудиторії через свою незалежність і гнучкість у виборі контенту. Однією з ключових переваг блогерів порівняно з традиційними журналістами є їхня свобода виразу та можливість розвивати унікальний стиль. Це означає, що вони можуть вибирати теми, які справді цікавлять їх та їхню аудиторію, і висловлювати свою думку вільно, без впливу редакційних обмежень чи корпоративних інтересів. Така автентичність і прямий контакт зі своєю аудиторією дозволяють блогерам побудувати міцніші та ближчі відносини з читачами.

Крім того, блогери можуть експериментувати з форматами та стилями подачі контенту, що дозволяє їм залучати увагу різноманітної аудиторії. Це може охоплювати відеоблоги, фотогалереї, інтерактивні історії та інші творчі підходи, які відкривають нові шляхи спілкування зі своєю аудиторією. Блогери мають

унікальну можливість створювати контент, який відображає їхні власні інтереси та погляди, а також взаємодіяти з аудиторією у більш особистий та прямий спосіб, що робить їхню роль надзвичайно цінною у сучасній медіаекосистемі.

Візуалізація в інстаграм-блогах є ключовим елементом успішного ведення акаунта на цій соціальній платформі [18, с. 96]. Це важлива стратегія, яка включає в себе створення та поширення візуального контенту з метою привернення уваги аудиторії та сприяння взаємодії. Візуальний контент, який охоплює фотографії, відео, сторіз та інші візуальні елементи, відіграє важливу роль у встановленні естетичного ідентифікатора акаунту та вираженні його унікальності.

Стратегія візуалізації в інстаграм-блогах вимагає врахування цільової аудиторії та її вподобань, а також трендів та особливостей платформи. Важливо створювати високоякісний та привабливий контент, який буде відповідати інтересам та очікуванням підписників. Часто використовуються техніки обробки фотографій, створення стилізованих зображень та естетичні ефекти для привертання уваги цільової аудиторії.

Успішна візуалізація також включає в себе регулярність публікацій та різноманітність контенту. Важливо підтримувати інтерес аудиторії шляхом поширення різноманітних типів контенту, таких як фотографії, відео, сторіз, рекламні пости тощо. Крім того, важливо створювати контент, який відображає унікальність та ідентичність акаунту, щоб підвищити його впізнаваність і привабливість для аудиторії.

Блогери мають велику відповідальність перед своїми підписниками, тому перевірка інформації, яку вони публікують, є важливою складовою їхньої діяльності. Це особливо актуально у світі онлайн-комунікацій, де розповсюдження неперевіреної інформації може мати серйозні наслідки. Перевірка фактів та достовірності інформації перед публікацією є не лише етичним, але й професійним підходом для блогерів. Це дозволяє підтримувати довіру аудиторії та зберігати репутацію як надійного джерела інформації. Перевірка інформації може включати декілька етапів, таких як перевірка джерел

та інформації з кількох джерел, достовірності даних та фактів, а також консультацію з експертами відповідної галузі.

Загалом, ведення інстаграм-блогу є складним та водночас захопливим процесом, що потребує від блогера не лише креативності й ентузіазму, але й систематичності та професіоналізму. Особливості й специфіка цього виду діяльності полягають у поєднанні візуального й текстового контенту, використанні різноманітних інструментів для створення цікавого й привабливого вмісту, а також у здатності взаємодіяти з аудиторією та підтримувати її інтерес до профілю.

Ключовими аспектами успішного ведення інстаграм-блогу є регулярне оновлення контенту, використання креативних підходів до створення постів та історій, а також взаємодія з аудиторією через коментарі, лайки та повідомлення. При цьому важливо не лише створювати вміст, але й вчитися на своїх помилках, аналізувати реакцію аудиторії та постійно вдосконалювати свої навички.

Інстаграм-блог може бути потужним інструментом для вираження ідеї, спілкування з аудиторією та створення особистого бренду. Шлях до успіху може бути важким і вимагати часу та зусиль, проте з відповідним підходом та наполегливістю він може призвести до досягнення поставлених цілей та задоволення від творчого процесу.

## **1.2. Популярні й успішні блоги про авіацію: використання текстового, фото-, відеоконтенту**

Блоги в інстаграмі стають все більш популярними завдяки різноманітному та привабливому контенту, який пропонується їхніми авторами. Зазвичай успішні блоги відзначаються цікавими візуальними елементами, такими як естетичні фотографії, стильні дизайни та привабливі графічні ефекти. Крім того, якісний контент, який надає корисну інформацію або цікаві розважальні матеріали, також сприяє популярності блогів. Важливою складовою успіху є також регулярна активність, взаємодія з аудиторією та використання відповідних хештегів для просування контенту. З часом успішні блогери можуть розвивати

свою аудиторію, встановлювати партнерські відносини з брендами та навіть заробляти на своїй діяльності.

Соціальна мобільність у блогінгу позбавляється багатьох обтяжливих елементів. Тут кожен має шанс приєднатися до списку успішних людей, але для цього, потрібно вміти добре писати [14, с. 129]. Таким чином, блогери, які володіють майстерністю у слові, здатні привернути увагу аудиторії, виражати свої думки чітко та переконливо, а також будувати відносини з читачами. Вміння створювати цікавий та цінний контент дозволяє блогерам здобувати популярність, вплив та навіть заробляти гроші через спонсорські угоди, рекламу чи продаж власних продуктів.

Однак, варто пам'ятати, що успіх у блогінгу не обмежується лише вмінням писати. Важливо також розуміти свою аудиторію, вміти працювати з соціальними мережами, бути креативним та інноваційним у створенні контенту.

Існують незалежні авторські блоги, які створюють журналісти в соціальних мережах. Деякі з них вважають, що в пресі демократичні свободи обмежені, а в блогах більше свободи самовираження. Блоги популярніші, якщо їх ведуть цікаві автори, тобто не просто відомий автор, а цікавий співрозмовник, непересічна постать із сучасним мисленням [9, с. 118].

Різноманітність тематик у блогах в інстаграмі відображає широкий спектр інтересів і потреб аудиторії. Вони охоплюють різні сфери життя: від моди, краси та подорожей до науки, технологій та мистецтва. Кожен блог може мати унікальну специфіку та стиль, що відображає індивідуальність автора й відповідає інтересам аудиторії.

Для дослідження візьмемо популярний блог на авіаційну тематику – @avgeekery\_news [26], який має 60 тисяч підписників. Цей блог спеціалізується на візуальному контенті, такому як фотографії та відео літаків. Крім того, він також поширює інформаційний контент, включаючи новини авіаційної промисловості. Ця комбінація візуального та інформаційного контенту допомагає залучити та утримати аудиторію, яка цікавиться авіацією. Такий

підхід сприяє побудові активної спільноти фанатів авіації, що сприяє подальшому зростанню та успіху блогу.

На просторах українського авіаційного контенту є блог стюардеси зі Львова, яка працює в міжнародній авіації, – @Ivovna\_morkovna [28]. Кількість підписників – 7 тисяч, контент різноманітний, серед публікацій наявні фото з подорожей. Вона також поєднує авіаційну тематику з особистими історіями та порадами. Завдяки візуально привабливим фотографіям з подорожей, інтерв'ю з авіаційними фахівцями та активною взаємодією з аудиторією, цей блог залучає увагу та викликає інтерес як серед любителів авіації, так і серед тих, хто цікавиться особистими історіями та корисними порадами для подорожей.

Поєднання контенту на авіаційну тематику з власними життєвими історіями та досвідом може забезпечити успішність блогу. Це може бути пояснено через психологічні та соціальні аспекти взаємодії з аудиторією. Об'єднання авіаційного контенту з особистими історіями створює емоційний зв'язок з аудиторією, яка може ідентифікуватися з життєвими ситуаціями та відчутти близькість до автора. Крім того, такий підхід дозволяє розширити спектр інтересів аудиторії, привернути нових підписників та підвищити залученість до контенту, що сприяє загальному успіху блогу.

Інстаграм має значний вплив на створення та підвищення обізнаності про бізнес компанії та залучення підписників до облікового запису блогів [20, с. 470]. Стеження за потенційними клієнтами дозволяє аналізувати поведінку користувачів та їхні уподобання. Це дає можливість створювати більш цільовий контент, який краще реагує на потреби аудиторії. Оцінка лайків, коментування публікацій та інші взаємодії з користувачами допомагають збільшувати зацікавленість аудиторії, розширювати охоплення публікацій та стимулювати взаємодію з обліковим записом. Для блогів на авіаційну тематику це може означати більшу увагу до контенту про авіаперевезення, поради щодо подорожей, огляди авіакомпаній та інше, що відповідає інтересам аудиторії.

Такий підхід дозволяє блогам на авіаційну тематику побудувати більш тісні відносини зі своєю аудиторією, підвищити рівень довіри та позитивної

репутації. Крім того, активна присутність в соціальних мережах сприяє збільшенню обізнаності про тематику блогу та може вплинути на ріст кількості підписників облікового запису.

Авіаційні блоги в інстаграмі створюють можливість для ентузіастів авіації та подорожей отримувати захопливий вміст, що стосується їхніх інтересів. Вони можуть присвячуватися різним аспектам авіації: від пасажирської та бізнесової до військової та авіаційної індустрії загалом. Ці блоги часто надають інформацію про нові моделі літаків, технологічні досягнення в галузі авіації. Вони також розглядають цікаві факти про історію авіації, легендарні літаки та випробування, які змінили обличчя авіаційної промисловості.

Блогери авіаційної тематики діляться своїм досвідом польотів та подорожей, розповідають про свої улюблені маршрути й місця призначення, а також дають поради щодо вибору авіакомпаній, пасажирських літаків та аеропортів. Вони часто взаємодіють зі своєю аудиторією, відповідаючи на запитання та коментарі, що створює відчуття спільноти серед фанатів авіації.

Окрім того, авіаційні блоги корисні для тих, хто мріє про кар'єру в авіаційній галузі. Вони надають поради щодо отримання ліцензій пілота, навчання в авіаційних школах, а також розповідають про різноманітні професійні можливості в цій галузі.

У цілому, авіаційні блоги в інстаграмі не лише розширюють знання про авіацію та подорожі й надають спільноті ентузіастів можливість обмінюватися думками, досвідом та емоціями, пов'язаними з цією захопливою галуззю.

Часто у блогах, присвячених авіації, можна бачити фотографії літаків. Одним з таких блогів є акаунт @lifelike.aircrafts [29] фотографа, який захоплюється літаками й публікує свої фото безпосередньо у своєму блозі. Ці фотографії зняті з різних кутів та позицій: з землі під час зльоту або посадки, з кабіни пілота під час польоту або навіть з боку віддалених спостережних пунктів біля аеропортів.

Ці фотографії літаків не лише естетично привабливі, але й надихають на подорожі, дослідження та вивчення авіаційної історії та технологій. Для багатьох



фанатів авіації ці фотографії стають джерелом натхнення та відображенням їхньої пристрасті до літаків та авіації взагалі.

Інстаграм надає користувачам кілька можливостей для створення текстового контенту. По-перше, в кожному пості можна додати опис, що супроводжує фотографії або відео. Це дозволяє користувачам розміщувати короткі або довгі текстові повідомлення, які описують зображення або виражають їхні думки, ідеї або поради.

По-друге, інструмент «Історії» дає можливість додавати текстові повідомлення, які відображаються профілі протягом 24 годин. Це може бути використано для швидкого публікування новин, анонсів, важливої інформації або навіть просто для вираження своїх думок [1, с. 255].

Крім цього, в історіях можна використовувати інші інтерактивні елементи, такі як питання, опитування, анімації тощо, що дозволяє взаємодіяти з аудиторією та створювати цікавий та захопливий контент. Таким чином, користувачі можуть ефективно використовувати ці можливості для створення різноманітного текстового контенту в інстаграмі.

Блоги характеризуються використанням зображень, аудіо- та відеоінформації на додаток до текстової [10, с. 279]. Використання різноманітних типів контенту, таких як текстові пости, фотографії та відео, є важливим стратегічним підходом для успішних блогів. Текстовий контент дозволяє висловлювати думки, ідеї та інформувати аудиторію про новини та події. Фотографії привертають увагу візуально і можуть емоційно зв'язатися з аудиторією, передаючи настрій та атмосферу. Відеоконтент, у свою чергу, надає можливість виразити ідеї та історії у більш динамічному форматі, залучаючи глядача своїм рухом, звуком та візуальними ефектами. За використанням різноманітних форматів контенту стоїть мета залучення та утримання уваги аудиторії, побудови взаємодії та створення цікавого та значущого вмісту.

Інстаграм як соціальна мережа спеціалізується на візуальному контенті, такому як фотографії та відео [5, с. 38]. Однак вона також надає користувачам можливість додавати текстовий контент для доповнення візуального змісту. Це

дозволяє створювати комплексні пости, які об'єднують в собі як візуальні, так і текстові елементи, щоб ефективно спілкуватися з аудиторією.

Використання фотоконтенту в інстаграмі відображається через різноманітні можливості функціонала, який сприяє зручному й ефективному створенню та розповсюдженню візуального контенту.

Користувачі можуть завантажувати фотографії безпосередньо зі своєї галереї або зйомки за допомогою камери в мобільному додатку. Після завантаження їх можна редагувати за допомогою вбудованих інструментів, які надає інстаграм, таких як фільтри, корекція кольору, різні налаштування якості та освітлення. Це дозволяє користувачам надати своїм фотографіям бажаного вигляду та стилю перед публікацією.

У додатку також доступна можливість створювати каруселі, що дозволяє додавати до одного поста кілька фотографій або відео. Це дозволяє користувачам розповідати історії або демонструвати кілька аспектів однієї теми в одному пості.

Фото контент у блогах про авіацію охоплює різноманітні зображення, що відображають різні аспекти авіаційного світу. Це включає фотографії різних моделей літаків, що можуть бути на злітно-посадкових смугах аеропортів або в повітрі, а також зображення аеропортів, внутрішньої інфраструктури літаків, технічних обслуговувань та будівель, пов'язаних з авіацією. Окрім того, в блогах можна знайти фотографії пейзажів з повітря, які включають в себе панорами міст, гірські масиви, водойми та заходи сонця. Також фото контент може включати знімки з повсякденного життя пілотів, стюардес, авіатехніків, а також експертні фотографії, які демонструють деталі та технічні характеристики літаків. Не менш важливим є включення історичних фотографій, які показують розвиток авіаційної техніки, відомі події та особистості в історії авіації.

Крім того, інструмент «Історії» дозволяє користувачам миттєво обмінюватися візуальним контентом. Це створює можливість для більш спонтанних та неодноманітних публікацій, що може бути особливо корисним для подій в реальному часі, анонсів або ексклюзивного змісту.

Блоги, присвячені авіаційній тематиці, можуть створювати різноманітні рубрики в історіях, де вони розміщують фото або відео з подорожей, що значно впливає на їхній успіх. Цей підхід є стратегічно важливим з кількох перспектив.

По-перше, створення різних рубрик дозволяє блогерам організувати контент, роблячи його більш структурованим та доступним для аудиторії. Це сприяє полегшенню навігації та зрозумінню того, що можна очікувати від кожної частини блогу.

По-друге, включення фотографій або відео з подорожей додає візуальну привабливість до контенту. Відображення захопливих моментів з подорожей може привернути увагу та зацікавленість аудиторії, спонукаючи їх до більш активної взаємодії з блогом.

Крім того, використання різних рубрик та візуального контенту сприяє створенню різноманітного та привабливого образу блогу, що в свою чергу може призвести до збільшення кількості підписників, підвищення зацікавленості аудиторії та збільшення популярності блогу в цілому. Такий підхід до створення контенту може бути важливим чинником у досягненні успіху блогу на авіаційну тематику.

Усі ці функції дозволяють користувачам інстаграму ефективно використовувати візуальний контент для спілкування зі своєю аудиторією, створювати захопливі історії та надихати їх своїми враженнями й ідеями.

Використання відеоконтенту в інстаграмі відкриває перед користувачами широкі можливості для створення захопливого та ефективного вмісту. Платформа дозволяє користувачам додавати відео до своїх постів, створювати відеоісторії, а також проводити прямі трансляції. Відео може бути коротким або довгим, і, залежно від його тривалості, користувачі можуть ефективно розповідати історії, демонструвати продукти або послуги, спілкуватися з аудиторією та навіть проводити навчальні сесії або вебінари [25].

Інстаграм також надає широкий вибір інструментів для редагування відео, таких як фільтри, ефекти, музика та інші елементи, що дозволяють користувачам створювати привабливі відеоролики.

Використання відеоконтенту в інстаграмі охоплює не лише створення та публікацію відео, але і використання різних інструментів та функцій, які допомагають зробити відеоролики більш привабливими та цікавими для аудиторії.

Однією з таких функцій є «Рілси» (Reels) – це короткі відеоролики тривалістю до 60 секунд, які можна створювати безпосередньо в додатку «Інстаграм». Рілси дозволяють користувачам створювати креативний вміст, використовуючи різноманітні ефекти, фільтри, музику та інші інтерактивні елементи.

Користувачі можуть знімати короткі відео, додавати до них музику з бібліотеки інстаграму або зі свого пристрою, застосовувати різноманітні ефекти та фільтри, а також використовувати різні інструменти для редагування, такі як заміну швидкості відтворення та інші.

За допомогою рілсів користувачі можуть створювати кілька цільовий вміст, який може бути використаний для розваг, креативного вираження, реклами продуктів чи послуг, навчальних відеороликів та багато іншого. Ця функція є додатковим інструментом для створення цікавого й привабливого відеоконтенту в інстаграмі.

Функція «Рілсів» в інстаграмі є важливим інструментом для блогерів на авіаційну тематику, оскільки вона дозволяє їм створювати та публікувати різноманітні відео контенту про літаки, надавати поради та ділитися цікавими фактами про авіаційну індустрію. Ця функція відкриває безліч можливостей для творчості та взаємодії з аудиторією.

Створення відео контенту в рілсах дозволяє блогерам показати різні аспекти авіаційного світу в динаміці, надаючи глядачам змогу отримати більш повний та захопливий образ про те, що відбувається у світі авіації. Наприклад, вони можуть знімати відео екскурсій по літаках, показувати процеси технічного обслуговування, демонструвати польоти, а також надавати практичні поради для пасажирів.

Завдяки функціоналу рілсів, блогери можуть створювати цікавий та змістовний відео контент, який не лише розважатиме аудиторію, а й надаватиме корисну інформацію про авіаційну сферу. Це сприяє залученню більшої уваги до їхнього профілю, збільшенню кількості підписників та підвищенню рівня взаємодії з аудиторією. Таким чином, функція рілсів у інстаграмі є корисним інструментом для успішного розвитку блогів на авіаційну тематику.

Дослідження різних блогів на авіаційну тематику в інстаграмі показало, що ця тематика блогів не завжди користується такою ж популярністю, як інші тематики. Хоча авіація має своїх прихильників, їхнє число зазвичай менше, ніж в інших сферах, таких як мода, кулінарія або подорожі. Однією з причин цього може бути складність та специфіка самої авіаційної тематики. Деякі аспекти авіації можуть бути важкими для розуміння або зацікавлення для широкої аудиторії, що зменшує загальний інтерес до цієї теми.

Крім того, важливо враховувати, що авіаційний контент вимагає спеціальних знань або інтересу в цій галузі, що обмежує його аудиторію. Таким чином, хоча авіаційна тематика може мати свою віддану аудиторію, але вона не така широко популярна серед загальної маси користувачів соціальних мереж.

Однак це не означає, що авіаційний контент не має свого місця на платформах соціальних мереж. Пошук цільової аудиторії, яка цікавиться авіацією, може допомогти збільшити популярність таких блогів. Креативний та привабливий контент, який демонструє захоплення авіацією й розповідає цікаві історії, може привертати увагу нових шанувальників.

Отже, популярні й успішні блоги про авіацію використовують широкий спектр контенту, щоб привернути увагу своєї аудиторії та забезпечити цікавий і змістовний досвід. Вони поєднують текстовий, фото- та відеоконтент, щоб ефективно комунікувати зі своєю аудиторією та передати атмосферу авіаційного світу.

Текстовий контент дозволяє докладно розповісти про події, новини та цікаві факти з авіаційної галузі, а також поділитися особистими враженнями й досвідом. Фотографії надають візуальної привабливості та дозволяють

демонструвати красу й захопливі моменти авіаційного життя, включаючи пейзажі, літаки та події. Відеоконтент додає динаміки, дозволяючи побачити реальність авіаційного світу в русі, а також надає можливість для розповіді цікавих історій та проведення навчальних сесій.

Використання різноманітних типів контенту допомагає популярним і успішним блогам про авіацію зберігати інтерес своєї аудиторії, розширювати свій вплив та взаємодіяти зі спільнотою. Такий підхід дозволяє створювати цікавий та різноманітний контент, який приваблює як любителів авіації, так і широку аудиторію, що допомагає підтримувати успішність та популярність блогу в інстаграмі.

### **1.3. Основні аспекти авіаційної тематики, що привертають увагу аудиторії**

Авіаційна тематика привертає увагу аудиторії завдяки своїй захопливості, незвичайності та технологічному прогресу. З моменту винайдення літака авіація стала символом вільного польоту та подорожей, що вразили уяву мільйонів людей по всьому світу. Сучасний світ авіації містить широке коло аспектів, від інноваційних технологій до захопливих подій, які надихають та зацікавлюють людей різного віку та професійної спрямованості. Розглянемо основні аспекти авіаційної тематики, що привертають увагу аудиторії, і розкриємо, чому ця галузь залишається такою привабливою та цікавою для багатьох.

Зацікавлення аудиторії авіаційною тематикою залежить від різноманітності аспектів, які ця галузь охоплює. Наприклад, для деяких осіб авіація представляє інтерес як засіб швидкого переміщення з одного місця до іншого, що важливо в сучасному світі, де час цінується надзвичайно високо. Інші можуть захоплюватися технічними аспектами літаків, такими як їхня будова, функціонування двигунів.

Для деяких людей авіація є символом свободи та можливості досліджувати нові місця та культури. Вони можуть захоплюватися не лише самими

перельотами, але й історіями подорожей, розповідями пілотів та пригодами в повітрі.

Крім того, авіація може бути джерелом захоплення для тих, хто цікавиться науковими аспектами, такими як аеродинаміка, аеронавтика та розробка нових технологій у галузі авіації. Вивчення цих аспектів може привести до поглибленого розуміння та захоплення цією галуззю.

Для того щоб зробити контент привабливим для широкої аудиторії з різними інтересами в авіаційній тематиці, важливо враховувати різноманітність аспектів, які ця галузь охоплює, такі як подорожі, історія, техніка, технології та культура, можна задовольнити потреби та інтереси різних груп аудиторії.

Для тих, хто цікавиться подорожами, контент може включати історії та поради щодо планування подорожей, огляди авіаліній та аеропортів, а також враження від польотів та місць призначення. Для технічно спрямованої аудиторії цікавими можуть бути матеріали про конструкцію літаків, функціонування двигунів та авіоніки, а також новітні технології у галузі авіації.

Контент, що висвітлює історію авіації, може включати історичні факти, розповіді про видатних пілотів та льотчиків, а також події, які вплинули на розвиток авіації. Для тих, хто цікавиться культурними аспектами авіації, контент може включати в себе історії про різні культури та традиції, пов'язані з авіацією, та розповіді про вплив авіації на суспільство й культуру.

Загальна мета полягає в тому, щоб створювати різноманітний та цікавий контент, який відповідає різним інтересам аудиторії, тим самим залучаючи та утримуючи увагу широкого спектра людей, які цікавляться авіацією.

Розробники інстаграму проти чорних схем використання соціальної мережі. Це свідчить про серйозний підхід до боротьби з штучним збільшенням активності. Блокування підозрілої активності й обмеження доступу стороннім додаткам можуть значно ускладнити роботу тих, хто намагається штучно підвищити свою популярність або вплив у соцмережі [2, с. 189]. Це може призвести до зниження якості взаємодії між користувачами, сприяти поширенню фейкових новин і зменшенню довіри до соціальних медіа.

Заборона на штучне збільшення активності аудиторії та дії щодо придушення чорних схем підтверджують зобов'язання інстаграму створювати безпечну й надійну платформу для своїх користувачів, яка ґрунтується на справжній активності та взаємодії. А блогерам в інстаграмі, в нашому випадку, тим, хто веде блоги про авіацію, краще не створювати штучну увагу аудиторії, оскільки це може привести до негативних наслідків для їхньої репутації й сприйняття серед користувачів.

Впливові блогери, які мають реальну аудиторію, часто спираються на цілі команди професіоналів, щоб забезпечити ефективну роботу своїх каналів у соціальних мережах. Ці команди можуть включати креативних директорів, контент-менеджерів, фотографів, відеооператорів, менеджерів соціальних мереж, рекламних спеціалістів та інших фахівців, які забезпечують якісне виробництво, підтримку та просування контенту [7, с. 64].

Є блогери, які самі управляють своїм контентом навіть у тому випадку, коли у них мільйони підписників, але загальним трендом на ринку є наявність професійних команд. Це пояснюється тим, що в умовах зростаючої конкуренції та вимог щодо якості контенту, важко одній особі впоратися з усіма аспектами блогерської діяльності. Професійні команди дозволяють оптимізувати робочі процеси, забезпечити регулярне оновлення контенту, займатися ефективною рекламою та підтримкою спільноти, що сприяє збереженню та зростанню популярності блогера в соціальних мережах.

Мультимедійність в інтернет-журналістиці блогу відображається у використанні різних семіотичних систем одночасно, зокрема візуального та звукового каналів. Це означає, що комунікація з аудиторією здійснюється за допомогою різноманітних медіаформатів, таких як графіка, фотографії, відео, анімація тощо, у поєднанні з вербальним текстом. Мультимедійний підхід дозволяє збагатити контент блогу, зробити його більш цікавим та привабливим для аудиторії [15, с. 232].

Крім того, гіпертекстуальність є важливою складовою мультимедійності блогів, оскільки вона дозволяє розширити можливості інформаційного викладу



та гібридизувати публіцистичний матеріал з іншими жанрами. Це означає, що блог може містити посилання на інші ресурси, відкривати можливість перенесення чи повного або часткового відображення контенту на інші платформи. Гіпертекстуальність дозволяє створити додаткові шляхи для сприйняття та осмислення інформації, розширюючи комунікаційні можливості блогу та його вплив на аудиторію.

В контексті блогів на авіаційну тематику мультимедійність та гіпертекстуальність можуть відігравати значну роль у залученні та утриманні аудиторії.

Мультимедійність допомагає блогерам передати різноманітні аспекти авіаційної тематики через візуальні та аудіовізуальні засоби. Наприклад, фотографії та відеоматеріали можуть допомогти показати різні типи повітряних суден, аеропорти, пейзажі під час польоту та інше. Анімації та інфографіка можуть допомогти пояснити складні концепції або процеси, пов'язані з авіацією, більш зрозуміло для аудиторії.

Гіпертекстуальність може дати можливість блогерам включати посилання на різноманітні джерела інформації про авіацію, такі як інші блоги, сайти авіакомпаній, офіційні джерела, наукові статті тощо. Це може додатково збагатити контент блогу та розширити обізнаність аудиторії з цією тематикою. Усе це разом може створити більш цікавий та інформативний контент для шанувальників авіації, сприяти залученню нових підписників та підвищити вплив блогера на цю специфічну аудиторію.

Хорошим прикладом використання мультимедійності у своєму блозі на авіаційну тематику слугує акаунт @ilya.thepilot [27] пілота, який має 12 тисяч підписників. Відео в стрічці публікацій часто супроводжується не тільки текстовим наповненням, а й приємним аудіоконтентом. Одне з таких відео набрало 1,7 мільйона переглядів. Це доводить, що використання різних засобів відтворення контенту сприяє позитивному сприйняттю читачами інформації в блогах про авіацію.

Для багатьох користувачів інстаграму подорожі, особливо в контексті авіації, є важливим аспектом відвідування блогів. Цікавість до подорожей у блогах про авіацію може бути пояснена кількома факторами.

По-перше, авіаційні подорожі дають можливість користувачам дослідити нові місця, культури та пережити незабутні пригоди. Відкриття нових країн та міст, екзотичність подорожей із застосуванням повітряного транспорту, а також спільні враження від польоту створюють цікавий контент для споживачів.

По-друге, авіаційні подорожі асоціюються зі статусністю та розкішшю для деяких користувачів. Фотографії з літака, відео з кабіни пілота чи публікації про переваги польоту першим класом можуть викликати зацікавленість аудиторії.

По-третє, блоги про авіацію можуть надавати корисну інформацію щодо маршрутів, авіакомпаній, варіантів бронювання квитків, а також поради щодо подорожей. Для тих, хто планує подорожі або просто цікавиться авіацією, такий контент може бути надзвичайно корисним та цікавим.

Отже, подорожі в блогах про авіацію викликають інтерес через можливість дослідження нових місць, асоціацію зі статусом та розкішшю, а також через надання корисної інформації щодо подорожей.

Підтвердженням того, що подорожі в блогах привертають увагу користувачів соціальних мереж, є акаунт @vlad\_makarchyk [30], який поєднує у своєму блозі теми авіації та подорожей. Стрічка історій повністю заповнена матеріалами про подорожі багатьма країнами. А отже, такі блоги привертають увагу користувачів соціальних мереж через кілька ключових аспектів. Вони стимулюють мріяти про подорожі, надаючи інспірацію та демонструючи екзотичні місця й культури. Такі блоги мають велику інформаційну цінність, надаючи корисну інформацію щодо планування подорожей. І, нарешті, вони забезпечують естетичне задоволення через якісне візуальне виконання фотографій та відео, що може викликати емоційну відповідь та привертати увагу аудиторії. Такий контент стає привабливим для користувачів, оскільки задовольняє їхні потреби у мріях про подорожі, отриманні корисної інформації та візуальній насолоді.

Короткі записи тимчасової значущості ефективно привертають увагу аудиторії в умовах швидких змін тенденцій та інтересів. Це дозволяє підтримувати актуальність і привертати увагу широкого кола підписників.

Рівень інтерактивності відіграє ключову роль у залученні аудиторії, оскільки забезпечує легкий доступ до виробників контенту та сприяє розвитку тісного зв'язку між аудиторією та джерелом інформації. Це взаємодія дозволяє аудиторії активно брати участь у процесі створення контенту, формуючи своєрідний зворотний зв'язок, що збагачує інформаційне наповнення та підвищує його актуальність [12, с. 6.2.149].

Створення унікального й цікавого контенту у фірмовому стилі є ще одним ключовим аспектом успішного ведення інстаграм-блогів. Це допомагає відрізнити блогера від конкурентів та підкреслити його особистий бренд. Автентичність та оригінальність в контенті допомагають залучати й утримувати аудиторію, а також підвищують ймовірність взаємодії та підписки [19, с. 294].

Такий підхід дозволяє блогерам не лише підтримувати активний інтерес аудиторії, а й розвивати свій профіль, будуючи стійку спільноту шанувальників. У блогах про авіацію він використовується для того, щоб тримати аудиторію в курсі найновіших подій та тенденцій у світі авіації. Блогери регулярно оновлюють свої сторінки новими відомостями про рейси, авіакомпанії, технологічні досягнення та інші аспекти авіаційної промисловості. Крім того, вони створюють унікальний вміст, який може включати в себе ексклюзивні фотографії та відео з польотів, розповіді про особистий досвід та інтерв'ю з фахівцями авіаційної галузі. Це дозволяє блогерам не лише тримати свою аудиторію зацікавленою, але й залучати нових читачів та підписників, які цікавляться авіацією. Такий підхід допомагає створити активну й віддану спільноту шанувальників авіації, що сприяє успіху блогера.

Хештеги в інстаграмі є ключовим інструментом для організації та збільшення відвідуваності контенту. Вони є словами або фразами, що позначаються символом решітки (#) і використовуються для категоризації та класифікації публікацій. Функція хештегів полягає в тому, щоб допомогти

користувачам знаходити контент за певними темами або інтересами. Користувачі можуть шукати цікаві для них публікації за конкретними хештегами, які, натомість, допомагають залучати нових підписників, розширюючи досяжність публікацій для широкої аудиторії [17, с. 58].

Блоги на авіаційну тематику можуть використовувати широкий спектр хештегів, щоб підкреслити тему свого контенту та залучити аудиторію.

Ось кілька прикладів популярних хештегів у цій ніші:

1. #авіація – загальний хештег, що використовується для публікацій, пов'язаних з авіацією.

2. #літак – для фотографій та відео літаків.

3. #життяпілота – для контенту, що демонструє життя пілотів та їхні подорожі.

4. #любителявіації – для зацікавленої аудиторії, що обожає авіацію.

5. #політ – для фото та відео, пов'язаних з польотами та підготовкою до них.

6. #аеропорт – для зображень аеропортів та аеропортового життя.

7. #авіаціяфото – для професійних або хобі фотографів, які спеціалізуються на авіаційних знімках.

8. #подорожлітаком – для публікацій про подорожі літаком та авіаційний туризм.

Використання різноманітних хештегів у блогах на авіаційну тематику є важливою стратегією для залучення аудиторії та підвищення видимості контенту в інстаграмі. Популярні хештеги, такі як #авіація, #літак та інші, дозволяють блогерам звертатися до широкого кола користувачів, які цікавляться авіацією. Це допомагає збільшити кількість підписників, залучити нових читачів та підвищити взаємодію з аудиторією. Крім того, використання хештегів сприяє категоризації контенту та полегшує користувачам пошук публікацій за певними темами. Таким чином, хештеги є важливим інструментом для успішного розвитку блогів на авіаційну тематику в інстаграмі.

Включення геолокаційної інформації в публікації блогів є важливим елементом стратегії привертання уваги аудиторії та підвищення її зацікавленості. Цей метод дає змогу користувачам створювати контент, який має привабливість для місцевої аудиторії та становить цінність для осіб, які перебувають в тому ж географічному регіоні [16, с. 191].

Геолокаційна інформація може значно підвищити взаємодію з публікаціями в соціальних мережах. Користувачі, які бачать публікації з місцевими геотегами, відчують себе більш залученими до контенту та більш зацікавленими у взаємодії з ним.

За допомогою геолокаційних тегів блогери можуть створювати більш персоналізований та релевантний контент для своєї аудиторії, що, в свою чергу, сприяє збільшенню взаємодії та залученню нових підписників. Такий підхід дозволяє підвищити ефективність маркетингових зусиль та покращити репутацію бренду в соціальних мережах.

Включення геолокаційної інформації в публікації блогів про авіацію може сприяти їх успішності з кількох перспектив.

По-перше, цей метод дозволяє блогерам залучати аудиторію, яка має зацікавленість у конкретних авіаційних подіях, які відбуваються в конкретних локаціях.

По-друге, включення геолокаційних тегів дозволяє блогерам створювати більш персоналізований та релевантний контент для своєї аудиторії. Це може включати інформацію про місцеві авіакомпанії, аеропорти, популярні місця для спостереження за літаками.

Загалом, використання геолокаційної інформації допомагає блогам про авіацію стати успішнішими, залучаючи більше уваги аудиторії, збільшуючи взаємодію з контентом та покращуючи репутацію блогу в авіаційній спільноті.

Отже, ми дослідили основні аспекти авіаційної тематики, що привертють увагу аудиторії. Виявилось, що авіаційна тематика має великий потенціал зацікавити різну аудиторію. Перш за все, це пов'язано з технологічними досягненнями у сфері авіації, що викликають захоплення і цікавість у людей.

Крім того, авіація надає можливості для подорожей, відкриття нових місць та культур, що завжди привертає увагу тих, хто мріє про пригоди та відкриття.

### **Висновки до розділу 1**

Для досягнення успішного ведення інстаграм-блогу необхідно враховувати кілька ключових аспектів. Перш за все, важливо забезпечити різноманітний та якісний контент, що включає текстові публікації, фотографії та відео. Такий контент допомагає утримати увагу аудиторії, оскільки візуальні елементи та інформативні тексти сприяють кращому сприйняттю інформації. Особливий інтерес до авіації зумовлений технологічними досягненнями, можливістю подорожувати та відкривати нові місця, що створює потужний стимул для розвитку таких блогів.

Важливим аспектом є активна взаємодія з аудиторією, яка включає відповіді на коментарі, проведення опитувань та участь у дискусіях. Це допомагає зміцнити зв'язок з підписниками та підвищити їх залученість.

Важливою складовою ведення блогів авіаційної тематики є використання різноманітних форматів контенту, таких як історії, цікаві публікації та спеціальні рубрики. Це дозволяє урізноманітнити інформаційне наповнення блогу і тримати аудиторію в постійній зацікавленості. Комплексний та інноваційний підхід до ведення авіаційного інстаграм-блогу, який включає аналіз інтересів аудиторії, використання сучасних трендів та технологій, є запорукою його успішності та стабільного зростання кількості підписників.

## РОЗДІЛ 2

### РОЗРОБКА ІНСТАГРАМ-БЛОГУ «АВІАРУХ»

#### 2.1. Концепція створення інстаграм-блогу

Вибір авіаційної тематики для створення блогу про авіацію «Авіарух» зумовлений тим, що авіація є сферою, яка викликає значний інтерес та захоплення певної кількості людей, які цікавляться літаками, польотами, технологіями повітряного транспорту та подорожами. Таким чином, вибір авіаційної тематики сприяв приверненню уваги аудиторії до блогу «Авіарух».

Авіаційна індустрія постійно розвивається і є однією з найбільш технологічно продуктивних галузей. Дослідження в цій сфері постійно привертають увагу науковців, інженерів та широкої громадськості. Крім того, авіаційна тематика може відкривати широкий спектр можливостей для дослідження та розкриття цікавих історій. Вона включає в себе різноманітні аспекти, такі як історія авіації, технічні характеристики літаків, розповіді про пілотів та їхні досягнення.

Тематика інстаграм-блогу «Авіарух» орієнтується на всебічне відображення всіх аспектів авіаційної індустрії та пов'язаних з нею тем. Блог ставить за мету привертати увагу широкої аудиторії до цієї захопливої сфери, надаючи інформацію, яка була б корисною та цікавою як для фахівців, так і для широкого загалу.

Формат інстаграм-блогу «Авіарух» переважно зосереджується на фотографіях та створених анімаціях. Текстовий контент у блозі також має важливе значення і є розширеним. Він супроводжується фотографіями та анімаціями.

Ідея блогу полягає у створенні спільноти ентузіастів авіації, де кожен може знайти цікаву та корисну інформацію, а також поділитися своїм захопленням

цією темою. Блог має на меті не лише інформувати, а й надихати та мотивувати аудиторію на дослідження нових горизонтів у світі авіації.

Мета створення «Авіаруху» полягає в тому, щоб зробити інформацію про авіацію доступною, зрозумілою та цікавою для широкої аудиторії. А також надати аудиторії незабутній досвід віртуальної подорожі в світ авіації, що сприяє захопленню цією галуззю.

Головне завдання «Авіаруху» полягає в створенні цікавого та інформативного інстаграм-блогу для підтримки активної спільноти ентузіастів авіації шляхом сприяння взаємодії та обміну думками між підписниками, створенням простору для обговорення та спілкування.

Для кращого сприйняття інформації та систематизації контенту блогу «Авіарух» були створені рубрики, кожна з яких присвячена певній тематиці авіації:

1. Історія авіа: ця рубрика присвячена історії української авіації. Вона включає розповіді про пілотів, історичні події, розвиток авіаційних технологій та інші аспекти, що стосуються минулого цієї галузі.

2. Тактична авіація: у цій рубриці представлений огляд тактичної авіації України та інших країн. Тут наявна інформація про винищувачі, штурмовики та фронтові бомбардувальники, зазначені цікаві деталі та головні призначення цих літаків.

3. Герої неба: ця рубрика присвячена героям авіації, які віддали своє життя за незалежність України у війні з Росією. Тут зазначена інформація про їхнє життя та досягнення у повітряному бою.

4. Небесні деталі: рубрика, в якій наявні цікаві факти про авіацію, окремі з них подаються у вигляді опитування. Користувач читає питання й висловлює свою думку щодо того чи іншого факту в авіаційній галузі. Наступна історія містить відповідь, що дає можливість підписникам спочатку задуматися над певним питанням, а потім підтвердити чи спростувати свою відповідь за допомогою наступної публікації, яка містить відповідь до тесту.



Ці рубрики допомагають організувати контент блогу таким чином, щоб читачам було легше знаходити інформацію про ті аспекти авіації, які їх цікавлять. Крім того, вони сприяють розширенню знань та розумінню різних аспектів цієї захопливої галузі.

Візуальна концепція відіграє ключову роль у сприйнятті блогу. Візуальний контент має суттєвий вплив на перше враження користувача, його зацікавленість та сприйняття інформації. Коли користувач відкриває блог або переглядає стрічку в соціальних мережах, його увагу, перш за все, привертає візуальний елемент, який викликає емоції та стимулює подальший інтерес. Крім того, візуальна концепція допомагає встановити унікальну атмосферу та ідентичність для блогу. Вона відображає стиль, цінності та тематику блогу, що дозволяє аудиторії легше розпізнати його серед інших.

Логотип блогу є ключовим елементом візуальної ідентичності, який має велике значення у розпізнаваності та привертанні уваги аудиторії. У нашому випадку, логотип містить символ, що пов'язаний з авіацією. Крім того, він включає назву блогу «Авіарух» (рис. 2.1).

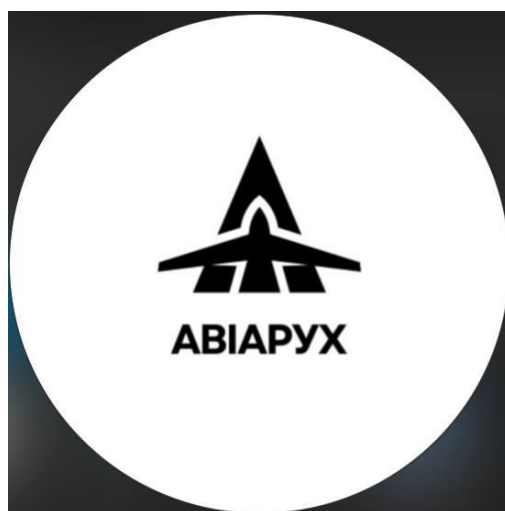


Рис. 2.1. Логотип блогу «Авіарух»

Такий підхід до створення логотипу має кілька переваг. По-перше, символ, пов'язаний з авіацією, відразу асоціюється з тематикою блогу, що дозволяє потенційним читачам легше й швидше впізнавати блог серед інших. Крім того, включення назви блогу в логотип підсилює цей ефект, оскільки робить його ідентифікацію ще більш простою та зрозумілою. Такий підхід сприяє

підвищенню впізнаваності та успішному просуванню блогу в онлайн-середовищі.

У блозі використано цікавий стиль оформлення публікацій на акаунті, де реальні фотографії були поєднані з власноруч створеними зображеннями, які були створені в додатку «Canva» (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Оформлення публікацій в блозі

Таке поєднання реальних фотографій з креативними зображеннями надає стрічці візуального різноманіття та привабливості. Це оформлення дозволяє підкреслити ключові моменти або ідеї, що ми хочемо передати у публікації. Назва посту або важлива інформація, яка відображена на власноруч створених зображеннях, допомагає аудиторії швидше зрозуміти зміст посту, навіть при швидкому прокручуванні публікацій на акаунті.

У процесі створення акаунту «Авіарух» було обрано нік @aviation\_air\_\_\_ з кількох причин. По-перше, «aviation» безпосередньо вказує на основну тематику блогу – авіацію, що робить акаунт легко впізнаваним для тих, хто цікавиться цією сферою. По-друге, слово «air» додає асоціації з небом і польотами, що підсилює враження від контенту та акцентує увагу на повітряному аспекті авіації. Два нижні підкреслення у кінці ніка використовуються для того, щоб створити унікальний і запам'ятовуваний ідентифікатор, адже багато схожих імен були вже зайняті. Вони також додають естетичної завершеності та допомагають виділитися серед інших акаунтів. Таким чином, нік @aviation\_air вдало поєднав у собі зрозумілість, тематичну

прив'язаність та унікальність, що сприяє легкому запам'ятовуванню та впізнаваності блогу «Авіарух» у просторі соціальних мереж.

Кожен інстаграм-блог має містити шапку профілю, яка є своєю візитною карткою блогу і надає коротку, але вичерпну інформацію про його тематику та спрямованість. Ця шапка профілю є першим, що бачить користувач при відвідуванні профілю, тому вона має бути інформативною та зрозумілою.

У шапці профілю зазначається назва блогу та короткий опис його тематики або основних цілей. Для блогу про авіацію «Авіарух» шапка профілю містить такий опис: «З нами ви зануритесь у світ авіації, де кожен день – це нова можливість піднятися в небо та відчутти свободу польоту». Він висвітлює основну тематику блогу та передає емоційний настрій, що спонукає аудиторію до занурення в авіаційну подорож. Такий опис створює враження спільноти, яка ділиться загальними цілями та інтересами, що є ключовим для привертання та утримання уваги аудиторії в соціальних мережах.

Під час створення блогу на авіаційну тематику було прийнято рішення об'єднати інформаційний та розважальний контент для забезпечення ефективного залучення й утримання уваги аудиторії. Адже залучення ширшого спектру читачів стає можливим завдяки тому, що різні люди шукають різні типи контенту: деякі – інформаційний, для отримання знань і новин, тоді як інші – розважальний, для відпочинку та розваг.

Пости в блозі, які належать до інформаційного типу контенту, присвячені досягненням української авіації, визначним іменам, історії авіації та огляду досягнень української авіації у війні з Росією.

Розважальний контент, такий як цікаві фільми або факти про авіацію, створення опитувань на авіаційну тематику забезпечує читачів відпочинком від інтенсивної інформації та викликає їх зацікавлення авіаційною тематикою. Такий різноманітний підхід дозволяє блогу привертати й утримувати увагу різної аудиторії, яка має як інформаційні, так і розважальні потреби.

Унікальність інстаграм-блогу «Авіарух» полягає у його здатності поєднувати візуальний контент з розширеним текстовим наповненням,

створюючи, таким чином, не лише естетичне задоволення, але й надаючи корисну інформацію. Фотографії та анімації, що представлені в блозі, демонструють різноманітні аспекти авіаційної індустрії. У процесі дослідження було виявлено, що на сьогодні не існує інших авіаційних блогів, які б поєднували в собі такі аспекти візуального та текстового наповнення. Це свідчить про унікальність блогу «Авіарух», роблячи його неперевершеним джерелом інформації та натхнення у світі авіації.

Отже, концепція блогу «Авіарух» передбачає створення привабливого та захопливого простору в соціальних мережах, присвяченого світу авіації. Назва «Авіарух» вже сама по собі викликає інтерес й асоціюється з динамічним та захопливим контентом. Шапка профілю зазначає короткий, але емоційно заряджений опис, який залучає аудиторію і передає основну ідею блогу. Різноманітний вид контенту в блозі дозволяє залучити увагу різних аудиторій та задовольнити їхні різноманітні інтереси в авіаційній тематиці. Фотографії літаків, які публікуються в блозі, не лише передають естетику та красу авіаційних апаратів, а й стимулюють захоплення літаками.

Крім того, текстовий контент додає інформаційної цінності та розширює знання аудиторії про авіаційну сферу. Такий різноманітний підхід до контенту не лише робить блог цікавим і привабливим для широкого кола любителів авіації, а й забезпечує залучення та утримання аудиторії, сприяючи розвитку інстаграм-блогу «Авіарух».

## **2.2. Цільова аудиторія**

Для ефективного управління блогом на авіаційну тематику необхідно чітко визначити цільову аудиторію. Це важливий крок, оскільки вона визначає, на кого саме буде спрямований контент блогу і які потреби та інтереси вона має. У контексті авіаційного блогу, цільова аудиторія може бути досить різноманітною. Перш за все, це можуть бути любителі авіації, які цікавляться різними аспектами авіаційної галузі, від історії та технологій до подорожей та літаків. Також до цільової аудиторії можуть належати пасажери, які шукають інформацію про

авіакомпанії, маршрути та послуги, або професіонали авіаційної сфери, які цікавляться останніми тенденціями, новинами та можливостями у своїй галузі.

Визначення цільової аудиторії для блогу на авіаційну тематику передбачає врахування широкого спектру інтересів та потреб різних груп людей, які мають відношення до авіації, що дозволяє створювати контент, який буде цікавим та корисним для різних категорій аудиторії.

Для визначення цільової аудиторії блогу на авіаційну тематику було проведено опитування серед підписників блогу з метою отримання додаткової інформації про їхні інтереси, потреби та вподобання. Опитування включало різноманітні питання, спрямовані на з'ясування, хто саме складає аудиторію блогу, які теми та типи контенту їм цікавіше переглядати.

У процесі опитування було з'ясовано, що серед підписників блогу переважають фанати авіації різного віку, але більша частина аудиторії має вік від 18 до 35 років. Основна аудиторія блогу складається з жінок, це може вказувати на ряд важливих аспектів, які слід врахувати при подальшому розвитку блогу. Це вказує на особливі інтереси жіночої аудиторії у сфері авіації. Врахування гендерної складової аудиторії дозволяє створювати контент, який більш точно відповідає їхнім інтересам та потребам. А також розуміння того, що основна аудиторія складається з жінок, може вплинути на вибір маркетингових стратегій та способів залучення аудиторії, зокрема, використанням відповідного тону та стилю комунікації, спрямованого на жіночу аудиторію. Було виявлено, що їхня основна зацікавленість полягає в історіях про пілотів та подорожах літаком. Це значно вплинуло на підбір контенту блогу.

Визначення географічного розташування в блогах про авіацію відкриває широкі можливості для покращення взаємодії з аудиторією та створення більш цікавого та релевантного контенту. Знання місцезнаходження своєї аудиторії дозволяє блогерам налаштовувати свій зміст таким чином, щоб він краще відповідав потребам та інтересам конкретних географічних регіонів. Завдяки цьому підходу блогери збільшують взаємодію з місцевою аудиторією, створюють спільноту ентузіастів авіації, що сприяє обміну ідеями й досвідом.

Таким чином, використання геолокації в блогах про авіацію допомагає не лише підвищити рівень зацікавленості аудиторії, але й створити більш ефективний та персоналізований зміст, сприяючи подальшому розвитку та успіху блогу.

Основна аудиторія блогу «Авіарух» з України і має свої унікальні риси та особливості, які враховано для успішного спілкування та створення контенту. Україна, як країна з багатою історією в авіаційній галузі, має значну кількість ентузіастів, які цікавляться авіацією з різних поглядів.

По-перше, українська аудиторія зацікавлена в історії та досягненнях вітчизняних авіакомпаній та льотного складу. Це включає події з історії української авіації, досягнення у сфері розвитку авіаційних технологій, а також події й досягнення українських пілотів і льотчиків у війні з Росією.

По-друге, факт того, що аудиторія блогу складається переважно з українських користувачів, відображається у змісті публікацій, де більшість постів присвячена українській авіації та її досягненням, особливо в контексті війни з Росією. Це відображає актуальність теми та важливість подій для місцевої аудиторії.

Опитування допомогло виявити популярні теми, які цікавлять аудиторію найбільше, що дало можливість зорієнтуватися на створення контенту, який максимально задовільнятиме її очікування й інтереси. А також дало можливість краще зрозуміти склад і потреби цільової аудиторії блогу та врахувати їх у створенні контенту й стратегії розвитку блогу на авіаційну тематику.

Отже, в процесі дослідження аудиторії блогу «Авіарух» було виявлено кілька ключових аспектів, які варто врахувати для розвитку та успішного спілкування з нею. По-перше, переважна частина аудиторії має вік від 18 до 35 років, що вказує на її активність та зацікавленість у сфері авіації. По-друге, виявлено, що основна аудиторія складається з жінок, що підкреслює необхідність адаптації контенту до їхніх інтересів та очікувань. Крім того, опитування розкрило основні інтереси аудиторії, такі як історії про пілотів та подорожі літаком, що стало важливим аспектом при створенні контенту. Географічне розташування аудиторії також виявилось важливою інформацією,

оскільки це дало можливість адаптувати контент до місцевих потреб та інтересів. Врахування всіх цих аспектів дозволило блогу «Авіарух» задовільнити очікування та інтереси своєї аудиторії.

### **2.3. Методи просування, перспективи використання контенту інстаграм-блогу в авіаційній сфері**

Просування інстаграм-блогу в авіаційній сфері вимагає комплексного підходу та використання різноманітних методів. Одним з ключових методів є активне використання хештегів, спрямованих на авіаційну тематику, що дозволяє привернути увагу цільової аудиторії, зацікавленої в цій галузі. Важливо вибирати популярні хештеги, які максимально відповідають тематиці блогу та інтересам аудиторії.

Для охоплення цільової аудиторії в блозі про авіацію «Авіарух» були систематично використані хештеги під кожним постом публікацій. Хештеги є інструментом для категоризації контенту та підвищення його впізнаваності серед користувачів, які цікавляться конкретними темами або ключовими словами. Використання відповідних хештегів дозволило привернути увагу цільової аудиторії, яка шукає інформацію чи контент саме з авіаційної тематики (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Приклад використання хештегів у блозі «Авіарух»

Використання тематично релевантних хештегів сприяло тому, що публікації були легко знайдені користувачами, які цікавляться авіацією, технічними аспектами польотів, історією авіації, аеропортами та іншими пов'язаними темами. Кожен хештег був ретельно підібраний, щоб максимально точно відображати зміст посту та забезпечувати його відповідність ключовим інтересам потенційної аудиторії.

Цей підхід не тільки допоміг збільшувати кількість переглядів і взаємодій з публікаціями, але й сприяв створенню активної спільноти ентузіастів авіації, які могли знайти та приєднатися до блогу за допомогою відповідних хештегів. Використання тематичних хештегів дозволяло публікаціям в «Авіарусі» бути включеними до ширших розмов та дискусій у соціальних мережах, що ще більше підвищувало їх впізнаваність серед цільової аудиторії. Таким чином, стратегічне використання хештегів під кожним постом стало ключовим елементом у побудові ефективної комунікації з підписниками та розширенні впливу блогу в інстаграмі.

Важливо створювати цікавий та унікальний контент, який буде відповідати потребам та інтересам цільової аудиторії. Це може бути різноманітний контент, від фото та відео до текстових публікацій та історій, які захоплюють та залишають слід в пам'яті читачів.

У блозі «Авіарух» було використано різноманітний контент, який відповідає потребам та інтересам цільової аудиторії. Знімки літаків у різних ракурсах та панорамних кадрах не лише відображали естетику авіації, а й передавали атмосферу цієї галузі. Історії в блозі використовувалися для публікації корисного та цікавого контенту, а також для запуску різноманітних рубрик. Це дозволило залучати увагу аудиторії та створювати регулярний і цікавий контент, який сприяв підвищенню зацікавленості та взаємодії зі спільнотою блогу.

Текстові публікації та історії у блозі «Авіарух» також викликали інтерес аудиторії, оскільки вони розповідали про захопливі авіаційні події, історії пілотів та інші цікаві аспекти. Цей різноманітний контент забезпечив зацікавлення аудиторії, дозволяючи їй зануритися в захопливий світ авіації та відчутти себе частиною цієї галузі.

Такий підхід сприяв підвищенню обсягу аудиторії та взаємодії з нею, оскільки дозволив залучити та зацікавити людей, які мають конкретні інтереси. А використання хештегів підвищило ймовірність того, що контент буде знайдений та переглянутий певною аудиторією.



Для залучення аудиторії до активної участі в блозі в кінці окремих публікацій був включений заклик до висловлення своїх думок з приводу обговорюваного контенту. Цей підхід базується на принципі взаємодії та залучення аудиторії, що є ключовим для побудови активної, зацікавленої спільноти в соціальних мережах. За допомогою такого заклику ми спонукали своїх читачів до активної участі, висловлення власних думок, коментарів та реакцій на представлений контент. Крім того, це створило відчуття спільноти та приналежності, що сприяло побудові відкритого та діалогового середовища для обміну ідеями та думками.

У процесі дослідження інстаграм-блогів про авіацію ми маємо змогу зазначити, що перспективи використання контенту інстаграм-блогу в авіаційній сфері визначаються широким спектром можливостей, що відкриваються завдяки цьому медійному каналу. Зростаюча популярність інстаграму серед широкого кола користувачів, включаючи авіаційну аудиторію, створює потенціал для підвищення впливу та розширення аудиторії блогу. Завдяки візуально-орієнтованому характеру платформи, авіаційні блоги мають можливість ефективно взаємодіяти зі своєю аудиторією через зображення літаків, аеропортів, пейзажів з висоти польоту тощо.

Більше того, інстаграм створює можливість для показу новітніх технологій, інновацій та досягнень у сфері авіації, що сприяє інформуванню та зацікавленості аудиторії. Регулярне оновлення контенту, використання сторіз та інших функцій платформи дозволяє підтримувати активний інтерес аудиторії та зберігати її зацікавленість.

У майбутньому інстаграм-блог авіаційної тематики може стати ключовим інструментом для залучення нових клієнтів, встановлення партнерських зв'язків з іншими компаніями, розкриття потенційних можливостей реклами та співпраці, а також для підвищення впізнаваності бренду й позиціонування себе як авторитетного гравця в авіаційній індустрії.

Розвиток авіаційних блогів в Україні, таких як «Авіарух», є надзвичайно важливим, особливо в контексті сучасної політичної та соціально-економічної

ситуації. У зв'язку з війною та складними геополітичними реаліями, розвиток авіаційної сфери стає одним з пріоритетних завдань. Авіація є важливим елементом інфраструктури та засобом зв'язку як у мирний, так і у воєнний час.

Створення та підтримка таких авіаційних блогів сприяють не лише популяризації цієї галузі серед широкої громадськості, але й підвищують рівень свідомості про важливість та перспективи авіаційної індустрії. Враховуючи потреби у військовій та цивільній авіації, розвиток цієї сфери має стратегічне значення для національної безпеки, економічного зростання та міжнародної співпраці.

Наш блог відіграє важливу роль у популяризації авіаційних досягнень, відновленні позитивного іміджу української авіації та залученні нових технологій та інвестицій у цей сектор. Такі блоги є важливим каналом комунікації між авіаційною спільнотою, владою та громадськістю, що сприяє створенню сприятливих умов для розвитку та модернізації авіаційної сфери в Україні.

Соціальні мережі постійно еволюціонують, змінюючи свій функціонал і методи взаємодії з користувачами. Ця постійна динаміка відкриває нові можливості для розвитку нашого блогу на авіаційну тематику, які можуть бути використаними на нашу користь в майбутньому.

З часом соціальні мережі стають все більш інтерактивними та спрямованими на взаємодію з аудиторією. Нові функції, такі як опитування, трансляції в реальному часі, сторіз і групи, надали нам ширший спектр інструментів для залучення й утримання аудиторії. Наприклад, можливість проводити опитування дозволяє збирати відгуки та пропозиції від підписників, а це, в свою чергу, допомагає адаптувати контент до потреб та інтересів користувачів.

Крім того, розвиток інтерактивних функцій у соціальних мережах створює нові можливості для співпраці зі спонсорами, партнерами та іншими брендами. Наш інстаграм-блог та інші акаунти на авіаційну тематику можуть використовувати різноманітні формати реклами, співпрацювати у конкурсах і

акціях, що сприяє залученню нової аудиторії та підвищенню своєї популярності. Це означає, що постійні зміни в функціоналі та методах взаємодії соціальних мереж з аудиторією можуть позитивно вплинути на розвиток блогів на авіаційну тематику, надаючи нові інструменти та можливості для залучення та утримання своєї аудиторії.

Отже, розвиток інстаграм-блогів в авіаційній сфері відкриває широкі перспективи для просування та використання різноманітного контенту. Відтак, методи просування, що базуються на використанні хештегів, геолокації та інших інструментів, дозволяють залучити увагу цільової аудиторії та підвищити популярність. В інстаграм-блогі «Авіарух» було використано різноманітний контент, який включає в себе фото, відео, сторіз та текстові публікації, що дозволило створити цікавий та унікальний контент для своєї аудиторії. Ці перспективи сприяли не лише збільшенню популярності блогу, а й розвитку авіаційної сфери, популяризації авіаційних досягнень та поширенню інформації про неї серед широкої громадськості, а також підвищенню інтересу до авіаційної тематики та розвитку спільноти авіаційних ентузіастів.

## **Висновки до розділу 2**

Інстаграм-блог «Авіарух» спрямований на створення цікавого та унікального контенту, який відповідає інтересам та потребам цільової аудиторії. Нею є жінки, зацікавлені в історіях про пілотів та подорожах літаком. Методи просування, такі як використання хештегів, географічне розташування та запитання до читачів, розміщене в кінці публікації, сприяють залученню та утриманню уваги аудиторії, а також підвищенню популярності блогу. Перспективи використання контенту в авіаційній сфері полягають у подальшому розвитку спільноти авіаційних ентузіастів, популяризації авіаційних досягнень та поширенні інформації про них серед широкої громадськості.

## ВИСНОВКИ

Аналіз та узагальнення результатів дослідження дає можливість зробити такі висновки:

1. Ведення інстаграм-блогу вимагає ретельного планування та стратегії контенту, спрямованої на задоволення потреб цільової аудиторії. Важливо враховувати специфіку платформи, надавати перевагу візуальному контенту та активно залучати аудиторію до взаємодії через коментарі, лайки та інші форми. Інстаграм-блог може стати потужним інструментом для спілкування з аудиторією, популяризації певної тематики та створення власного бренду. Проте для досягнення успіху необхідно враховувати особливості платформи, потреби цільової аудиторії та постійно вдосконалювати свої навички у веденні блогу.

2. У популярних блогах про авіацію поєднання авіаційного контенту з особистими історіями та досвідом створює емоційний зв'язок з аудиторією та сприяє успішності блогу. Цей підхід дозволяє не лише привернути увагу нових підписників та підвищити залученість до контенту, а й розширити спектр інтересів аудиторії, що сприяє загальному успіху проекту. Комбінація візуального та інформаційного контенту допомагає побудувати активну спільноту фанатів авіації, яка обмінюється думками, досвідом та емоціями, що створює захопливе середовище для обговорення та вивчення авіаційної тематики. У цілому, авіаційні блоги в інстаграмі відіграють важливу роль у популяризації авіації, надихаючи на подорожі, дослідження та вивчення історії та технологій цієї захопливої галузі.

3. Мультимедійність та гіпертекстуальність відіграють значну роль у залученні та утриманні уваги аудиторії в блогах на авіаційну тематику. Поєднання різноманітних медіаформатів дозволяє передати різні аспекти авіаційної тематики, створити емоційний зв'язок з аудиторією та розширити спектр інтересів. Такий підхід сприяє створенню цікавого та інформативного

контенту, який залучає нових підписників та зберігає інтерес вже існуючої аудиторії.

4. Створення інстаграм-блогу «Авіарух» потребує ретельного планування. Важливо врахувати різноманітні аспекти, починаючи від розробки концепції блогу до визначення цільової аудиторії та вибору методів просування.

Цей блог орієнтований на всебічне відображення всіх аспектів авіаційної індустрії та пов'язаних з нею тем, надаючи якісний та різноманітний візуальний та текстовий контент; зосереджується на фотографіях та створених анімаціях, що доповнюються розширеним текстовим наповненням.

Цільова аудиторія блогу переважно складається з фанатів авіації різного віку. Головна аудиторія перебуває в Україні, що відображається у специфіці контенту. Знання цих характеристик допомогло створити контент, який відповідає її потребам та інтересам.

Методи просування блогу «Авіарух» виявилися досить ефективними в привертанні та утриманні уваги цільової аудиторії. Систематичне використання хештегів допомогло структурувати контент та підвищити його видимість серед користувачів, зацікавлених у конкретних темах авіації. Цей підхід дозволив привернути увагу цільової аудиторії, яка була в пошуках контенту авіаційної тематики.

З розвитком соціальних мереж та їхніми інтерактивними функціями блоги на авіаційну тематику матимуть доступ до нових інструментів для залучення та утримання уваги аудиторії. Ці тенденції відкривають нові можливості для інстаграм-блогу «Авіарух» з метою співпраці зі спонсорами та партнерами, а також створення більш змістовного та цікавого контенту для широкої аудиторії.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексєєнко Ю. О. Можливості Stories та Highlights для просування власного бренду у соціальних мережах Instagram та Facebook. *Eurasian scientific congress. Abstracts of the 7th International scientific and practical conference*. Barca Academy Publishing. Barcelona, Spain. 2020. С. 254–258.
2. Богун Р. А., Селіванова А. В. Методи та засоби просування Instagram-акаунту. *Інформаційні технології і автоматизація – 2021: матеріали XIV міжнар. наук.-практ. конф., м. Одеса, 21–22 жовт. 2021 р.* Одес. нац. акад. харч. технологій; орг. ком.: Б. В. Єгоров (голова) та ін. Одеса, 2021. С. 188–190.
3. Бондаренко Т. Г. Функціонування українського тревел-контенту в соцмережі «Instagram»: аудиторія, тематика, формат. *Образ*. 2019. № 3 (32). С. 58–63.
4. Васильєва А. С. Блоги як новий засіб масової інформації в Україні. *Молодий вчений*. 2017. № 12. С. 119–122.
5. Васьківська О. Є. Сучасний стан та перспективи розвитку соціальних мереж як платформи для журналістської діяльності. *Contemporary International Relations: Topical Highlights of Theory and Practice*. 2023: the Monograph. Edited by Yu. Voloshyn, N. Vasylyshyna. Warsaw: RS Global Sp. zO. O. 2023. P. 34–42.
6. Вернік Ю. В. Блоги як новітні джерела біографічної інформації. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2011. Вип. 31. С. 626–632.
7. Гуменюк Т. К. Сучасний блогерський медіапростір. *Актуальні питання українського інформаційного простору*. 2022. Чис. 9. С. 57–68.
8. Досенко А. К. Медійність як одна з основних ознак блога. *Психолінгвістика: зб. наук. праць*. Переяслав-Хмельницький : СКД, 2010. Вип. 6. С. 172–176.

9. Кузнецова О. Д. Ідентичність блогу і ЗМІ. *Теле- та радіожурналістика*. Вип. 12. 2013. С. 117–123.
10. Мальцева Л. В. Українська блогосфера: функціонально-стильова характеристика. *Вісник Львівського університету*. 2011. Вип. 52. С. 278–289.
11. Михайлова О. Ю. Блогосфера як інструмент соціокультурних трансформацій у сучасній Україні. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України*. 2014. Вип. 4-5. С. 130–141.
12. Остапчук С. С., Закомолдіна А. Є. Роль соціальних мереж у сучасному медіапросторі. *Матеріали X конгресу «Авіація в ХХІ столітті» – «Безпека в авіації та космічні технології»*. Київ: Національний авіаційний університет, 2022. С. 6.2.148–6.2.150
13. Плещенко К. В. Ієрархічний розвиток блогосфери. Медіафілософський погляд. *Інформаційне суспільство*. 2012. Вип. 16. С. 60–63.
14. Плещенко К. В. Уточнена типологія блогосфери: низовий рівень. *Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки*. 2013. № 2-3. С. 126–130.
15. Погребняк І. В. Блогінг як форма сучасного мережевого художньо-публіцистичного жанру. *Науковий журнал «Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації»*. 2020. Т. 31 (70). № 3. С. 229–233.
16. Садило Н. М. Інстаграм як феномен сучасного бізнесу. *Соціально-гуманітарний вісник*. 2019. Вип. 25. С. 187–193.
17. Селегей С. В. Instagram як комунікаційна платформа сучасної молоді. *Стан та перспективи розвитку культурологічної науки: збірник тез доповідей VIII Міжнародної науково-практичної конференції*. Миколаїв, 2018. С. 58–60.
18. Семен Н. Ф., Казімова Ю. Р. Соціальна мережа Instagram як сучасна платформа популяризації журналістського контенту. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2019. № 910. С. 95–98.
19. Фрадкіна Н. В. Блогінг унікальний феномен або вада сучасної культури? *Наукова школа академіка Івана Зязюна у працях його соратників та*

учнів: матеріали 7-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 25-26 травня 2021 р. заг. ред. О. Г. Романовський ; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Харків : НТУ «ХПІ», 2021. С. 292–295.

20. Virtanen, H., Björk, P. and Sjöström, E. Follow for follow: marketing of a start-up company on Instagram. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 2017. Vol. 24. No. 3. Pp. 468–484.

### Електронні ресурси

21. Історія Instagram. *Бізнес Майстерня*. URL: <https://www.bizmaster.xyz/2020/02/istoriya-instagram.html> (дата звернення: 10.04.2024).

22. Популярність соцмереж і можливості для брендів. Як людство взаємодіє з цифровими технологіями – звіт Digital 2024. *Медіамейкер*. URL: [https://mediamaker.me/yak-lyudstvo-vzayemodiye-z-czyfrovymy-tehnologiyamy-zvit-digital-2024-8566/?utm\\_source=telegram&utm\\_medium=post&utm\\_campaign=digital\\_2024&utm\\_id=digital\\_2024](https://mediamaker.me/yak-lyudstvo-vzayemodiye-z-czyfrovymy-tehnologiyamy-zvit-digital-2024-8566/?utm_source=telegram&utm_medium=post&utm_campaign=digital_2024&utm_id=digital_2024) (дата звернення: 04.05.2024).

23. Цільова аудиторія: як її визначити і навіщо це потрібно. *RUBARB Digital*. URL: <https://rubarbs.com/ua/article/target-audience-how-to-define-it-and-why> (дата звернення: 15.05.2024).

24. Що таке блог? *Всеосвіта*. URL: <https://vseosvita.ua/library/lekcii-z-disciplini-scenicne-ta-ekranne-mistectvo-116174.html> (дата звернення: 08.05.2024).

25. Instagram в Україні росте швидше, ніж Facebook — дослідження. URL: <https://www.prostir.ua/?kb=instagram-v-ukrajini-roste-shvydshe-nizh-facebook-doslidzhennya> (дата звернення: 15.04.2024).

26. Instagram @avgeekery\_news.

URL: [https://www.instagram.com/avgeekery\\_news/](https://www.instagram.com/avgeekery_news/) (дата звернення: 20.04.2024)

27. Instagram @ilya.thepilot.

URL: <https://www.instagram.com/ilya.thepilot?igsh=cndqeDV5Y3YzNjR1> (дата звернення: 30.04.2024).



28. Instagram @Ivanovna\_morkovna. URL:

[https://www.instagram.com/lvovna\\_morkovna?igsh=MXNrBmR0NWdidm04cA==](https://www.instagram.com/lvovna_morkovna?igsh=MXNrBmR0NWdidm04cA==)

(дата звернення: 20.04.2024).

29. Instagram @lifelike.aircrafts. URL:

<https://www.instagram.com/lifelike.aircrafts?igsh=NGZrbThkZThzajFp> (дата

звернення: 20.04.2024).

30. Instagram @vlad\_makarchuk. URL:

[https://www.instagram.com/vlad\\_makarchuk?igsh=MWtpeGdpM2IyNzRmNQ==](https://www.instagram.com/vlad_makarchuk?igsh=MWtpeGdpM2IyNzRmNQ==)

(дата звернення: 30.04.2024).