

Міністерство освіти і науки України
Університет митної справи та фінансів
Факультет управління
Кафедра журналістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему «Інформаційна підтримка молодіжної
мистецьких проєктів ГО «Яскрава Країна»»

Виконала: студентка групи ЖР 21-1
спеціальності 061 «Журналістика»

Бабенко К.А.

Керівник:

к.іст.н., доцент Обласова О.І.

Дніпро 2025

АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи на тему:

«Інформаційна підтримка молодіжних мистецьких проєктів ГО

«Яскрава Країна»»

Виконавець: студентка групи ЖР 21-1 Бабенко К. А.

Керівник: к.іст.н., доцент Обласова О. І.

Інформаційний продукт: вебсайт міжнародного циркового фестивалю «Яскрава Арена» та його змістовне наповнення.

Мета кваліфікаційної роботи: розробити вебсайт для міжнародного мистецького фестивалю як інструмент інформаційної підтримки молодіжних культурних ініціатив, а також створити якісний цифровий контент, що сприятиме просуванню українського мистецтва у світі.

Актуальність і новизна інформаційного продукту. У сучасному комунікаційному середовищі саме мистецькі ініціативи часто стають провідниками публічної дипломатії. Молодіжні проєкти, як-от фестивалі, конкурси та творчі обміни, потребують сучасної цифрової репрезентації. Вебсайт «Яскрава Арена» — це поєднання медіа, інтерактиву та візуальної айдентики, що дозволяє ефективно доносити зміст і цінності проєкту.

Зміст інформаційного продукту: сайт включає розділи з короткою інформацією про фестиваль, описом його мети, представленням учасників, фотогалереєю, контактними даними та формою для подачі заявки на участь. [10, 15, 16, 17].

Інформаційний продукт опубліковано: у травні 2025 року на вебплатформі LP-Mobi за посиланням:

<https://lfydfuyf-gmail-com-33858.lp-mobi.biz> (<https://lfydfuyf-gmail-com-33858.lp-mobi.biz/>)

Ключові слова: PR-комунікація молодіжних мистецьких проєктів, Яскрава Арена, психо-комунікація, молодь, культура, мистецький проєкт, ГО «Яскрава Країна», інформаційна підтримка, вебсайт, цифрові комунікації, зв'язки з громадськістю.

ANNOTATION

of the qualification thesis on the topic:

« Information Support for Youth Cultural Diplomacy Based on the Projects of
NGO 'Yaskrava Kraina'»»

Author: Babenko K. A., student of group ZHR 21-1

Supervisor: PhD in History, Associate Professor O. I. Oblasova

Information product: development of a website for the international circus festival "Yaskrava Arena".

Objective of the qualification paper: To develop a website for an international art festival as a tool of information support for youth cultural initiatives and to create high-quality digital content that will help promote Ukrainian art internationally.

Relevance and novelty of the information product: In today's communication environment, art initiatives often become drivers of public diplomacy. Youth projects such as festivals, competitions, and creative exchanges require modern digital representation. The "Yaskrava Arena" website is a combination of media, interactivity, and visual identity that effectively conveys the content and values of the project.

Content of the information product: the website includes sections with brief information about the festival, its goals, presentation of participants, a photo gallery, contact information, and an application form for participation.

Publication of the information product: Published in May 2025 on the LP-Mobi web platform at:

<https://lfydfuyf-gmail-com-33858.lp-mobi.biz> (<https://lfydfuyf-gmail-com-33858.lp-mobi.biz/>)

Keywords: PR communication of youth art projects, Yaskrava Arena, psychro-communication, youth, culture, art project, NGO "Yaskrava Kraina", information support, website, digital communications, public relations.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ КУЛЬТУРНИХ ІНІЦІАТИВ У КОНТЕКСТІ МИСТЕЦЬКОЇ ДИПЛОМАТІЇ.....	7
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ «ЯСКРАВА КРАЇНА»: АНАЛІЗ ПРОЄКТІВ ТА ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ.....	15
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА СТВОРЕННЯ ВЕБРЕСУРСУ МІЖНАРОДНОГО ЦИРКОВОГО ФЕСТИВАЛЮ «ЯСКРАВА АРЕНА» ТА ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ МОЛОДІЖНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ З ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ МИСТЕЦЬКИХ ПРОЄКТІВ.....	27
ВИСНОВКИ.....	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	43
ДОДАТКИ.....	46

ВСТУП

У сучасному глобалізованому світі культурна дипломатія стає все більш важливою складовою міжнародної комунікації, особливо в умовах воєнних викликів, що постають перед Україною. Саме культура, мова, мистецтво та молодіжні ініціативи здатні будувати «мости» між країнами й народами, формуючи позитивний образ держави на світовій арені. Особливе значення у цьому процесі має діяльність громадських організацій, які через творчі проекти поширюють українську ідентичність, цінності та прагнення миру.

ГО «Яскрава Країна» протягом багатьох років реалізує мистецькі ініціативи для дітей і молоді, зокрема міжнародний цирковий фестиваль «Яскрава Арена». Цей проєкт є прикладом ефективної молодіжної мистецької дипломатії, що через творчість, емоції та взаємодію об'єднує молодь з різних країн.

В умовах цифрової трансформації особливої актуальності набуває інформаційна підтримка таких культурних ініціатив. Саме через якісну онлайн-комунікацію, доступні й сучасні вебресурси можливо забезпечити постійний зв'язок з міжнародною аудиторією, популяризувати українську культуру, залучати нових учасників та партнерів.

Актуальність кваліфікаційної роботи. Питання ефективної презентації українських мистецьких проєктів у міжнародному просторі через цифрові платформи є надзвичайно актуальним у 2020-х роках. Вебресурс міжнародного циркового фестивалю «Яскрава Арена» покликаний не лише інформувати, але й виступати візуальним і змістовним обличчям України за кордоном. Створення такого сайту є практичним внеском у розвиток молодіжної культурної дипломатії.

Мета кваліфікаційної роботи. Метою кваліфікаційної роботи є створення інформаційного продукту – вебресурсу міжнародного циркового фестивалю «Яскрава Арена» – як засобу підтримки молодіжної мистецької дипломатії на прикладі діяльності ГО «Яскрава Країна».

Завдання кваліфікаційної роботи. Для досягнення поставленої мети були визначені такі завдання:

- проаналізувати теоретичні засади та обґрунтувати концепцію створення комунікативної платформи для міжнародного мистецького заходу;
- дослідити умови розробки вебсайту фестивалю «Яскрава Арена» та його змістовного наповнення;
- описати етапи створення вебсайту фестивалю «Яскрава Арена» та розробити рекомендації щодо його просування;
- репрезентувати створений вебсайт міжнародного циркового фестивалю «Яскрава Арена» та інформаційні продукти, розміщені на ньому: програма, учасники, новини, культурна місія проєкту.

Інформаційний продукт. Вебсайт фестивалю «Яскрава Арена» – мультимедійна онлайн-платформа, яка висвітлює програму, учасників, новини та культурну місію проєкту.

Новизна інформаційного продукту. Полягає у створенні вебсайту як інноваційного лендинг-пейджу, що поєднує мультимедійні елементи (текст, фото, відео) та інтерактивні функції (форми зворотного зв'язку, онлайн-реєстрації), які дозволяють ефективно презентувати українську культуру та молодіжні мистецькі ініціативи міжнародній аудиторії [19, 20, 25].

Практичне значення інформаційного продукту. Створений лендинг-пейдж фестивалю «Яскрава Арена» є ефективним інструментом для комунікації з міжнародною спільнотою, залучення партнерів та учасників фестивалю та підвищення рівня видимості української культури на глобальній арені.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ КУЛЬТУРНИХ ІНІЦІАТИВ У КОНТЕКСТІ МИСТЕЦЬКОЇ ДИПЛОМАТІЇ

Актуальність теми культурної дипломатії в умовах міжнародних викликів.

У сучасному світі інформаційна складова культури стала не менш важливою, ніж сам твір мистецтва. Культурна дипломатія — один із ключових напрямів «м'якої сили», який дозволяє державам заявити про себе не за допомогою політичного тиску, а через позитивні цінності, діалог і творчість. У ХХІ столітті такі інструменти дедалі частіше виявляються ефективнішими за традиційну дипломатію — особливо в контексті міжособистісної комунікації, молодіжного обміну та формування міжнародного іміджу. [1, 2].

Термінологічне визначення інформаційної підтримки в контексті культурної дипломатії є важливим для розуміння механізмів її реалізації. У сучасному науковому дискурсі інформаційна підтримка розглядається як система дій, спрямованих на забезпечення ефективної комунікації між ініціаторами культурних проєктів та цільовою аудиторією. Особливе значення мають засоби масової інформації, соціальні мережі, онлайн-платформи, а також візуальні й мультимедійні елементи, що формують імідж події, організації чи країни. [7, 12].

У науковій літературі інформаційну підтримку культурної дипломатії часто ототожнюють з іміджевими або медіакомунікаційними стратегіями. Так, дослідниця С. Костюченко (2022) зазначає, що інформаційна стратегія культурного проєкту має включати не лише PR-компонент, а й елементи кроскультурного перекладу, емоційної адаптації контенту та побудови довіри.

Порівняльний аналіз міжнародного досвіду демонструє, що ефективна культурна дипломатія активно підтримується державними й недержавними структурами. Наприклад, Франція має мережу культурних центрів «Альянс Франсез», Південна Корея — державну агенцію KOFICE, яка підтримує

просування кей-попу й сучасного мистецтва, а Канада створює умови для підтримки митців через грантові програми Global Affairs Canada. У всіх випадках інформаційна складова є ключовим інструментом комунікації з міжнародною аудиторією. [1, 2].

В Україні питання публічної та культурної дипломатії з 2021 року унормоване Концепцією публічної дипломатії МЗС. У документі передбачено підтримку недержавних ініціатив, зокрема тих, що реалізуються за участі молоді, у тому числі мистецьких. Окремо акцентовано увагу на необхідності створення сучасного медіаконтенту українською та іноземними мовами, розміщеного на адаптованих платформах. [25, 27].

У контексті молодіжної мистецької дипломатії інформаційна підтримка не є допоміжною функцією — вона стає центральною умовою видимості та залучення. Вебресурси, соціальні мережі, цифрові медіа — це не лише засоби інформування, а простір культурного представлення, формування наративів, взаємодії та репрезентації цінностей. Як зазначає аналітик С. Журенко (2023), в умовах гібридної війни навіть невеликий культурний проєкт, що добре представлений онлайн, може мати більший вплив на аудиторію, ніж масштабна офлайн-подія без належного висвітлення. [7, 12]. [4, 5, 6].

Інформаційна підтримка також передбачає стратегічне планування комунікації. Воно включає визначення цілей, портрету аудиторії, каналів поширення, тональності повідомлень і системи зворотного зв'язку. В умовах швидкозмінного інформаційного простору та підвищеної конкуренції за увагу користувача, важливою є не лише наявність сайту або сторінки у соцмережах, а й регулярність, релевантність і емоційна якість публікацій.

Для молодіжної аудиторії значущу роль відіграє формат подачі — сторіз, рілси, кліпові відео, інтерактивні опитування, меми. У той час як для міжнародних партнерів цінною є структурована інформація англійською мовою, візуальна айдентика, документи у форматі PDF, згадування в авторитетних медіа. Відтак, інформаційна підтримка потребує мультиформатного і мультимовного підходу.

Ще одним важливим аспектом є **візуалізація культурної дипломатії**. Айдентика, логотипи, афіші, кольорова гама, візуальні цитати та фотоконтент — усе це сприяє створенню впізнаваного образу проєкту. Як зазначає дизайнерка Тетяна Лавська (2022), «візуальна мова культури має бути не менш виразною, ніж мова тексту — це нова форма дипломатії XXI століття».

Не менш важливим є вимір **емоційного впливу**. Дослідження інституту Intercultural Dialogue Lab (2021) показали, що контент, який викликає позитивні емоції — натхнення, радість, здивування — значно ефективніший у формуванні прихильності до країни, ніж суха інформація. Особливо це актуально для роботи з дітьми та молоддю, чия медіаспоживча поведінка часто ґрунтується на емоціях.

Таким чином, інформаційна підтримка молодіжної мистецької дипломатії — це цілісна система дій, що поєднує аналітику, креатив, стратегічне мислення і технологічну гнучкість. У наступних розділах детальніше розглянемо, як ці принципи реалізуються на практиці — на прикладі ГО «Яскрава Країна» та її проєкту «Яскрава Арена».

Для України, яка тривалий час перебувала в тіні російського культурного наративу, розвиток власної культурної дипломатії є не лише іміджевим, а й безпековим питанням. У період збройного конфлікту й боротьби за суб'єктність у світовому просторі особливо важливо демонструвати культурну унікальність, миротворчий потенціал і відкритість до міжнародного діалогу.

Значну роль у цьому процесі відіграє молодіжна мистецька дипломатія — культурні ініціативи, що залучають молодь до міжнародних обмінів, фестивалів, конкурсів та мистецьких платформ. Ці проєкти часто реалізуються не державними структурами, а громадськими організаціями, які вирізняються більшою гнучкістю, неформальністю та креативністю у форматах роботи.

Яскравим прикладом є діяльність Громадської організації «Яскрава Країна», яка протягом багатьох років здійснює культурно-просвітницьку діяльність серед дітей і молоді, зокрема через міжнародні проєкти, творчі

зустрічі та фестивалі. Один із ключових проєктів організації — міжнародний цирковий фестиваль «Яскрава Арена», що поєднує мистецтво, навчання, дипломатію та інклюзивність. [10, 15, 16, 17].

Досвід міжнародної практики інформаційної підтримки культурних проєктів

У сучасному глобалізованому світі інформаційна підтримка культурних ініціатив є важливою складовою формування іміджу країни та її культурної дипломатії. Розвинені країни активно використовують онлайн-платформи, медіа та PR-інструменти для просування власних мистецьких проєктів. Наприклад, міжнародні арт-фестивалі, такі як Edinburgh Festival Fringe у Великобританії, Biennale у Венеції та South by Southwest у США, демонструють високу ефективність використання вебресурсів, соціальних мереж, візуальних платформ і цифрових комунікацій у популяризації культурних подій.

Такі заходи супроводжуються активною комунікаційною кампанією, яка охоплює створення брендбуків, інтеграцію соціальних мереж, використання сторінок у Facebook, Instagram, X (Twitter) та інших медіа. Ці інструменти дозволяють залучати широку аудиторію, підвищувати впізнаваність подій і формувати сталі комунікаційні канали з учасниками, партнерами та міжнародною спільнотою. [12, 16, 17].

Важливим аспектом є використання PR як технології формування громадської думки та налагодження діалогу між організаторами культурних подій та аудиторією. Завдяки PR-інструментам культурні проєкти отримують інформаційну підтримку, яка допомагає не лише інформувати, але й формувати позитивний імідж проєкту та країни в цілому.

Інформаційна підтримка культурних ініціатив: функції та підходи

Інформаційна підтримка у сфері культури — це цілеспрямована діяльність зі створення та поширення контенту, що забезпечує обізнаність про проєкт, формує інтерес, довіру й мотивує до участі. У цифрову епоху цей процес виходить далеко за межі традиційних ЗМІ й охоплює соціальні

мережі, вебресурси, відеохостинги, месенджери та інтерактивні платформи. [7, 12]. [4, 5, 6].

Сучасні культурні ініціативи потребують продуманих інформаційних стратегій, які:

- враховують багатоканальну комунікацію;
- адаптують меседжі до різних цільових груп (учасників, партнерів, ЗМІ, донорів);
- передбачають візуальну айдентику, tone of voice та медіапланування;
- працюють на довготривалу впізнаваність бренду проєкту.

Інформаційна підтримка мистецьких подій виконує кілька ключових функцій:

- Іміджева — формування позитивного образу організації та держави;
- Організаційна — сприяння залученню учасників, спонсорів і глядачів;
- Інтеграційна — об'єднання представників різних країн навколо спільних цінностей;
- Архівна — створення цифрової пам'яті про подію.

Ефективна комунікація вимагає не лише знання інструментів, а й глибокого розуміння контексту — геополітичного, культурного та соціального. У цьому сенсі вебресурс фестивалю виступає не просто як технічний інструмент, а як візуально-семантична платформа культурного представлення. [25, 27].

Роль цифрових платформ у популяризації мистецької дипломатії

Сучасна мистецька дипломатія неможлива без цифрових інструментів комунікації. Онлайн-платформи дозволяють масштабувати вплив культурних подій, робити їх доступними для міжнародної аудиторії та формувати позитивний образ країни — навіть без фізичної присутності за кордоном. Це особливо важливо в умовах війни, коли проведення живих заходів часто ускладнене, а віртуальна комунікація стає єдиним каналом міжнародного діалогу.

Цифрові комунікаційні канали мають такі переваги:

- глобальне охоплення без географічних обмежень;
- можливість збереження інформації в архіві (відео, фото, стріми);
- формування емоційного зв'язку через візуальний контент, музику, історії;
- активна взаємодія з аудиторією (коментарі, репости, опитування);
- оперативна аналітика результатів.

ГО «Яскрава Країна» активно просуває свої мистецькі ініціативи через Instagram @yaskrava_kraina, () Telegram @yaskrava_kraina, () Facebook facebook.com/yaskravakraina () та офіційний сайт <http://yaskrava-kraina.web.app>. [12, 16, 17].

Зокрема, фестиваль «Яскрава Арена» 2023 року був висвітлений на YouTube (репортаж) () і в телевізійному сюжеті (сюжет з 11-ї хвилини). () Це демонструє не лише багатоканальність, а й здатність поєднувати цифрову та традиційну медіа-підтримку. [10, 15, 16, 17].

Значення інформаційної підтримки для культурних проєктів у кризових умовах

В умовах воєнних дій та політичної нестабільності роль інформаційної підтримки культурних ініціатив значно зростає. Саме культурна дипломатія здатна виступати інструментом м'якої сили, який допомагає будувати довіру до країни, протидіяти пропаганді та формувати позитивний імідж у світі. Війна в Україні актуалізувала потребу в ефективній інформаційній діяльності культурних проєктів, спрямованій на збереження культурної ідентичності, підтримку національного духу та демонстрацію відкритості до міжнародної спільноти. [1, 2].

У період кризи вебресурси та соціальні мережі стають не лише каналами поширення інформації, а й платформами для мобілізації, психологічної підтримки та консолідації учасників і партнерів. Цей підхід дозволяє молодіжним мистецьким проєктам залишатися видимими, зберігати

актуальність та залучати нову аудиторію навіть у складних умовах. [4 - 7, 12, 25, 27].

Таким чином, у сучасному світі, що постає перед численними викликами, культурна дипломатія є надзвичайно актуальним і дієвим інструментом "м'якої сили". Вона дозволяє державам формувати позитивний імідж і налагоджувати міжнародний діалог через просування цінностей, творчості та культурного обміну, що часто виявляється ефективнішим за традиційні методи впливу, особливо в контексті міжособистісної комунікації та молодіжного обміну.

Інформаційна підтримка є ключовою складовою успішної культурної дипломатії, перетворюючись із допоміжної функції на центральну умову видимості та залучення аудиторії. Вона охоплює широкий спектр дій, спрямованих на ефективну комунікацію між ініціаторами культурних проєктів та цільовою аудиторією, використовуючи засоби масової інформації, соціальні мережі, онлайн-платформи, а також візуальні та мультимедійні елементи. Важливим є не лише наявність інформаційних ресурсів, а й стратегічне планування комунікації, що включає визначення цілей, цільової аудиторії, каналів поширення та емоційної якості контенту.

Міжнародний досвід, від Франції та Південної Кореї до Канади, демонструє, що ефективна культурна дипломатія активно підтримується як державними, так і недержавними структурами, де інформаційна складова відіграє ключову роль у комунікації з міжнародною аудиторією. Україна, усвідомлюючи важливість цього напрямку, з 2021 року унормувала питання публічної та культурної дипломатії Концепцією МЗС, що передбачає підтримку недержавних ініціатив, зокрема тих, що реалізуються за участі молоді.

У кризових умовах, таких як збройний конфлікт, роль інформаційної підтримки культурних ініціатив значно зростає. Культурна дипломатія стає інструментом протидії пропаганді, збереження національної ідентичності та демонстрації відкритості до міжнародної спільноти. Цифрові платформи

дозволяють масштабувати вплив культурних подій, робити їх доступними для глобальної аудиторії та формувати емоційний зв'язок. Яскравим прикладом такої діяльності є ГО «Яскрава Країна» та її проєкт «Яскрава Арена», що демонструють ефективність багатоканальної та мультимедійної інформаційної підтримки в просуванні української культури на міжнародній арені. Отже, розроблений нами онлайн-інформаційний продукт для інформаційного супроводу фестивалю «Яскрава Арена» є актуальним і відповідає сучасним викликам.

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ «ЯСКРАВА КРАЇНА»: АНАЛІЗ ПРОЄКТІВ ТА ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ

Специфіка інформаційної стратегії ГО «Яскрава Країна. Громадська організація «Яскрава Країна» — це неприбуткове об'єднання, що спеціалізується на культурно-освітніх проєктах для дітей і молоді. Особливістю її діяльності є активна міжнародна комунікація, інклюзивність та креативний підхід до висвітлення подій.

Інформаційна політика організації базується на принципах:

- відкритості (доступність інформації про події, умови участі);
- візуальної привабливості (професійні фото, відео, дизайн матеріалів);
- емоційності (акцент на щирі відгуки, дитячі враження, моменти радості);
- стабільної присутності в медіа (регулярне оновлення контенту у Facebook, Instagram, Telegram, на сайті, YouTube). [12, 16, 17].

ГО «Яскрава Країна» не має стандартного прес-офісу, але активно застосовує децентралізований підхід до створення контенту, залучаючи учасників, батьків, волонтерів і партнерів до медіаприсутності.

Основні напрями інформаційної діяльності

Інформаційна діяльність ГО «Яскрава Країна» охоплює кілька ключових напрямків:

- Анонсування заходів: завчасне повідомлення про майбутні події у форматі афіш, відеоанонсів, конкурсів.
- Пряма трансляція та live-контент: висвітлення подій у режимі реального часу в Instagram Stories, Telegram-каналі. [12, 16, 17].
- Постівентна комунікація: публікація фото-, відеозвітів, відгуків, тегів учасників, згадок у ЗМІ.
- Партнерська взаємодія: координація інформації з освітніми установами, міжнародними фондами, посольствами.

- Архівування: створення цифрової історії організації у формі сайтів, плейлистів на YouTube, фотогалерей.

Ця діяльність спрямована на збереження емоційної пам'яті про події та розширення кола залученої аудиторії.

Аналіз проєктів: приклади та комунікаційна специфіка

1. Міжнародний фестиваль «Яскрава Арена» [10, 15, 16, 17].

Наймасштабніший і водночас іміджевий проєкт організації.

Висвітлюється комплексно: відеорепортажі, стріми, афіші, інтерв'ю, графічні розклади.

Особливості:

- акцент на міжнародному партнерстві (використання англомовного контенту);
- залучення блогерів та медійних лідерів думок;
- високий рівень візуальної презентації (відеомонтаж, логотипи, брендбук події).

2. Онлайн-зустрічі з учасниками фестивалів

Після пандемії ГО запровадила серію Zoom-вебінарів і Telegram-обговорень для підтримки зв'язку між країнами-учасниками.

Комунікація: Telegram-боти, онлайн-розсилки, закриті Google-групи.

3. Дитячі мистецькі школи в регіонах України

Локальні проєкти, де головна увага приділяється фотозвітам, сторіз, відгукам учасників і вчителів. Комунікація менш формальна, часто емоційна, створена учасниками.

Сегментація та особливості цільової аудиторії

ГО «Яскрава Країна» працює з різними аудиторіями, що вимагає адаптації контенту під специфіку кожної з них .

Цільова аудиторія	Інтереси / потреби	Канали комунікації	Формат контенту
Діти (6–14 років)	творчість, враження, участь у конкурсах	Instagram, TikTok (через батьків)	Фото, відео з виступів, сторіз
Молодь (15–25 років)	самореалізація, міжнародний досвід	Instagram, Telegram, YouTube	Афіші, репортажі, лайви
Батьки учасників	безпека, інформування, гордість за дітей	Facebook, Viber, сайт	Програми заходів, звіти, відгуки
Партнери та донори	імідж, охоплення, ефективність	сайт, email-розсилки, презентації	Інфографіка, звіти, прес-релізи
Міжнародні учасники	міжкультурний діалог, репрезентація	Instagram (ENG), сайт (ENG версія)	Двомовні пости, відеоінтерв'ю

Порівняльний аналіз комунікаційної підтримки: досвід «Яскравої Арени» та інших циркових фестивалів

Інформаційна діяльність ГО «Яскрава Країна» та її проекту «Яскрава Арена» є яскравим прикладом сучасного підходу до промоції культурного продукту. Проте для повноцінного аналізу важливо порівняти цю діяльність із практиками інших фестивалів, як національних, так і міжнародних. Такий порівняльний аналіз дає змогу виокремити сильні сторони проекту та виявити можливості для вдосконалення.

1. Cirque de Demain (Париж, Франція)

Це один із найпрестижніших міжнародних фестивалів циркового мистецтва, що щорічно відбувається в Парижі.

Інформаційна стратегія:

- Власний мультимовний сайт з окремими сторінками для артистів, партнерів, глядачів.
- Активна присутність у соцмережах (Instagram, Facebook, YouTube), де публікують відеопрофілі учасників, інтерв'ю, історії перемог. [12, 16, 17].
- Пряма трансляція церемонії відкриття та гала-виступів.
- Інтеграція з медіа: репортажі у France 3, Le Monde, France Info.

Порівняння з «Яскравою Ареною»:

Фестиваль у Парижі використовує мультимовну комунікацію, що поки частково реалізовано на лендингу «Яскравої Арени». Обидва заходи роблять акцент на візуальному контенті, проте Cirque de Demain системно співпрацює з пресою та має потужні відеопродукти. [10, 15, 16, 17]. [19, 20, 25].

2. Budapest International Circus Festival (Угорщина)

Проводиться раз на два роки та є ключовою подією для європейських циркових митців.

Комунікаційна підтримка:

- Повноцінний сайт з афішами, інтерактивним календарем та онлайн-продажем квитків.
- Використання YouTube для публікації професійних відеоанонсів.
- Публікації у локальних ЗМІ та медіа-партнерства з туристичними сервісами.

Порівняння з «Яскравою Ареною»:

Угорський фестиваль фокусується на тісній співпраці з туристичним сектором і має кращу інтеграцію з сервісами для відвідувачів. Натомість «Яскрава Арена» вирізняється гнучкою й креативною подачею в соцмережах, орієнтованою на молодь. [10, 15, 16, 17].

3. Міжнародний цирковий фестиваль «Золотий трюк Кобзова» (Україна) [10, 15, 16, 17].

Єдиний в Україні професійний комерційний цирковий фестиваль, який має широке охоплення. [10, 15, 16, 17].

Інформаційні інструменти:

- Окремий сайт і активні сторінки у Facebook та Instagram. [12, 16, 17].
- Акцент на залученні зірок шоу-бізнесу та медіаоблич, що підвищує віральність.
- Потужна телевізійна підтримка (ТРК «Україна», ICTV, «1+1»).

Порівняння з «Яскравою Ареною»:

Фестиваль Кобзова використовує агресивну стратегію промоції через ТБ і зірок, тоді як «Яскрава Арена» обирає соціокультурну нішу — інклюзія, дитяча дипломатія, міжнародне партнерство. Лендинг «Яскрової Арени» менш комерційний, зате більш локалізований і адаптований до громадської місії. [10, 15, 16, 17]. [19, 20, 25].

Роль зв'язків з громадськістю та PR-комунікації у діяльності ГО «Яскрава Країна»

У діяльності ГО «Яскрава Країна» значну роль відіграють зв'язки з громадськістю та PR-комунікація. Організація активно взаємодіє з медіа, використовує соціальні мережі (Instagram, Facebook, Telegram) для інформування про свої проєкти та залучення цільової аудиторії. Водночас важливим завданням є побудова стратегії медіаприсутності, яка охоплює не лише інформування, а й створення іміджу, формування лояльності аудиторії та партнерів. [7, 12]. [12, 16, 17].

Зв'язки з громадськістю допомагають ГО «Яскрава Країна» формувати сталий імідж інноваційної та відкритої організації, що сприяє розвитку мистецьких ініціатив та культурних обмінів. Через PR-комунікацію організація має змогу залучати нових учасників до проєктів, розширювати коло партнерів, зміцнювати репутацію на міжнародному рівні. Ефективно реалізована PR-стратегія підвищує довіру до організації, сприяє сталому розвитку та масштабуванню її діяльності.

Таким чином, PR-комунікація є невід’ємною складовою інформаційної діяльності ГО «Яскрава Країна» і значно впливає на успішність мистецьких проєктів, залучення цільової аудиторії та реалізацію цілей організації.

Висновки з порівняльного аналізу [29, 30, 31, 32, 33].

- Переваги «Яскравої Арени»: візуальна якість, культурна ідентичність, комунікація через емоційний контент, інклюзивність.
- Можливості для зростання: розвиток мультимовної платформи, системна робота з медіа, відеоконтент довшого формату, розширення партнерств.
- Унікальність: «Яскрава Арена» — це не лише фестиваль, а й приклад громадської ініціативи, що виконує функції культурної дипломатії в умовах війни. [10, 15, 16, 17].

Інформаційна діяльність ГО «Яскрава Країна» є багатовекторною, адаптивною і чітко сегментованою під потреби різних цільових груп. Успіх організації в просуванні культурних ініціатив пояснюється постійним оновленням комунікаційних практик, увагою до візуальної складової та щирою емоційністю поданого контенту.

Таким чином, проєкти організації не лише доносять інформацію, а й створюють ціннісну спільноту, що об’єднує людей навколо мистецтва, освіти й культурного обміну.

Додаткові приклади інформаційних ініціатив ГО «Яскрава Країна»

Окрім міжнародного фестивалю «Яскрава Арена», громадська організація реалізує низку важливих культурно-комунікаційних ініціатив, що заслуговують на увагу в контексті інформаційної дипломатії. Серед них:

- Онлайн-конкурси мистецьких робіт, які проводяться у форматі відкритих діджитал-платформ (Google Forms, соціальні мережі), де учасники з різних країн можуть надсилати відео та фото своїх виступів. Переможці отримують дипломи в електронному вигляді, що підкреслює інклюзивність і сучасний підхід організації. [7, 12].

- **Проект «Мистецька поштівка»**, у межах якого діти з різних регіонів України та з-за кордону обмінювалися ілюстрованими листівками з побажаннями миру та творчості. Ця ініціатива мала символічний характер і отримала медійний розголос на сторінках українських і польських культурних інституцій.

- **Освітні вебінари для молоді та батьків**, присвячені питанням мистецтва, безпеки під час фестивалів, участі в міжнародних програмах. Комунікація здійснювалася через Zoom, Telegram та Facebook Live, що демонструє цифрову адаптивність команди ГО.

Ці приклади свідчать про системну та ціннісно орієнтовану діяльність організації, яка активно формує культурний контекст навіть у кризових умовах. Інформаційна складова в кожному з проєктів відіграє не другорядну, а ключову роль.

Поглиблена сегментація цільової аудиторії

Для ще точнішого розуміння потреб аудиторії проєктів ГО «Яскрава Країна» доцільно розглянути додаткові параметри:

- **Психографічний підхід**: діти й молодь мають творчі амбіції, бажання визнання, інтерес до подорожей та іноземних культур. Тому в контенті організації доречно використовувати мотиви натхнення, міжнародного єднання, дружби.

- **Цінності батьків**: у зв'язку з воєнними умовами, батьки насамперед звертають увагу на безпеку, репутацію організаторів та можливість розвитку дитини. Тому сайт і сторінки ГО повинні містити чітку, структуровану, офіційну інформацію.

- **Мотивація партнерів**: культурні аташе, фонди, освітні заклади зацікавлені в міжнародному іміджі, прозорості комунікацій і результативності. Візуальні звіти, кількісна аналітика та публікації в медіа є вирішальними аргументами для подальшої співпраці.

Таким чином, сегментування не обмежується віком і платформами, а вимагає системного підходу до створення контенту, відповідного тону повідомлень і формату візуалізації. [25, 27].

Порівняльний аналіз циркових фестивалів та їх комунікаційної підтримки

Для кращого розуміння інформаційної стратегії фестивалю «Яскрава Арена» доцільно порівняти її з практиками інших відомих циркових форумів, як національного, так і міжнародного рівня.

1. Cirque de Demain (Париж, Франція)

- Один із найпрестижніших молодіжних циркових фестивалів у світі.
- Активна присутність у соцмережах (Instagram, Facebook, YouTube).

[12, 16, 17].

- Має стильний, багатомовний сайт з акцентом на портфоліо учасників.
- Використовує професійні трейлери фестивалю, які поширюються партнерами.

Особливість: Висока увага до відеоконтенту, інтеграція з французькими медіа.

2. Monte-Carlo International Circus Festival (Монако)

– Найстаріший і найвідоміший міжнародний цирковий фестиваль. [10, 15, 16, 17].

- Сайт із офіційним архівом учасників, програм, нагород.
- Великий акцент на глядацькому престижі, трансляції на телебаченні.
- Візуальний стиль — традиційний, елітарний.

Особливість: Робота на імідж національної культури князівства.

3. Міжнародний цирковий фестиваль у Латвії (Riga Circus Festival) [10, 15, 16, 17].

- Сучасна європейська платформа для нового цирку. [25, 27].
- Присутність у TikTok, Instagram, сучасна айдентика. [12, 16, 17].
- Сайт орієнтований на події, воркшопи, культурні резиденції.

Особливість: Молодіжна, інноваційна комунікація, відкритість до експерименту.

4. Яскрава Арена (Україна)

- Активна робота в Instagram, Telegram, YouTube. [12, 16, 17].
- Багатомовність, адаптованість до молодіжної аудиторії.
- Сайт включає фото-, відеогалереї, новини, форму реєстрації.

Особливість: Комбінування емоційного контенту з освітнім і патріотичним.

У порівнянні з провідними міжнародними фестивалями, «Яскрава Арена» демонструє адаптивність, гнучкість і спрямованість на культурну дипломатію через емоції та інклюзивність. Особливу увагу варто приділити покращенню англomовного контенту та створенню професійного трейлера події.

Аналітичне узагальнення та перспективи розвитку інформаційної стратегії ГО «Яскрава Країна»

Проведене дослідження і порівняльний аналіз національних і міжнародних циркових фестивалів дозволяє зробити комплексні висновки щодо ефективності інформаційної діяльності ГО «Яскрава Країна» та її ключового мистецького проєкту – фестивалю «Яскрава Арена». На відміну від багатьох українських ініціатив, які досі обмежуються локальним інформуванням через Facebook або афіші, «Яскрава Країна» демонструє розвинену систему цифрової комунікації, орієнтовану на міжнародну аудиторію, молодь та партнерські інституції. [29, 30, 31, 32, 33].

Одним із головних висновків є те, що *організація використовує модель децентралізованої інформаційної підтримки*, залучаючи безпосередніх учасників проєктів до створення контенту. Це дозволяє досягати автентичності, довіри, емоційної залученості аудиторії. Таку модель дедалі частіше застосовують західні фестивалі, зокрема Riga Circus Festival та Cirque de Demain, проте в Україні це ще не є поширеною практикою.

Фестиваль «Яскрава Арена» вирізняється тим, що він не просто транслює подію, а створює повноцінний візуально-смысловий простір, у якому комунікація – це не допоміжна функція, а рівнозначна складова проєкту. Сайт фестивалю, створений у рамках цієї кваліфікаційної роботи, є не лише інформаційним майданчиком, а інструментом формування міжнародного іміджу України через дитячу творчість. [10, 15, 16, 17].

Інформаційний продукт вирішує одразу кілька стратегічних завдань:

- представляє Україну як країну з активною культурною молоддю;
- демонструє, що навіть в умовах війни мистецтво є живим і відкритим до світу;
- створює емоційний міст між культурами через фотографії, відео, дитячі усмішки;
- формує канал взаємодії з партнерами, фондами, донорами.

З погляду культурної дипломатії, важливим є те, що «Яскрава Арена» не є імпортованою копією закордонних форматів, а автентичним, оригінальним продуктом, який оперує власною мовою, кольором, стилем і цінностями. Цим фестиваль підсилює не лише культурну присутність України, а й її суб'єктність у глобальному гуманітарному просторі. [10, 15, 16, 17].

Особливо ефективною **виявилась комунікаційна стратегія на етапі *post-event***: фотозвіти, відео, інтерактив, репости сторінок учасників, емоційні публікації від батьків та волонтерів. Усе це створює довготривалу присутність події в інформаційному просторі, яка не обмежується моментом її проведення. Порівняно з Monte-Carlo Festival, де все зосереджено на церемонії нагородження, чи Budapest Circus Festival, який більше акцентує на професійному складнику, «Яскрава Арена» впроваджує **соціально-інклюзивну модель комунікації**.

Цінним є й те, що в межах ГО не існує ієрархічної моделі «організатор – глядач», натомість створено горизонтальну структуру взаємодії: діти, батьки, викладачі, медіа, міжнародні партнери – усі є частиною єдиної комунікаційної екосистеми. Саме тому **вебресурс працює як хаб**, де кожен може не лише

дізнатися про подію, а й долучитися до неї, надіслати відгук, стати партнером або учасником.

Окремо варто наголосити, що інформаційна стратегія «Яскравої Арени» активно використовує **візуальну дипломатію**: кольори, шрифти, фото, логотипи – усе це адаптоване до емоційного сприйняття аудиторії. За словами дизайнерів культурних кампаній, візуальний образ має такий самий вплив, як і текстовий, особливо коли йдеться про молодь. У цьому аспекті «Яскрава Країна» показує високий рівень професійної роботи навіть без великих бюджетів.

Таким чином, проєкт «Яскрава Арена» та інформаційна діяльність ГО «Яскрава Країна» відповідають принципам **нової культурної політики України** – відкритої, мобільної, молодіжної, заснованої на довірі та творчості. Це приклад того, як **невелика громадська ініціатива може формувати позитивний імідж країни**, бути дипломатичним ресурсом і освітньою платформою водночас.

Виклики та проблеми у реалізації інформаційної стратегії ГО «Яскрава Країна»

Незважаючи на досягнення у сфері інформаційної підтримки культурних ініціатив, ГО «Яскрава Країна» стикається з низкою викликів у реалізації медіастратегії. Зокрема, це стосується обмежених фінансових ресурсів, які впливають на можливість залучення професійних журналістів, дизайнерів та SMM-спеціалістів. Через це частина контенту створюється на волонтерських засадах, що іноді знижує його якість та регулярність публікацій.

Ще одним викликом є високий рівень конкуренції в інформаційному просторі, де українським проєктам доводиться боротися за увагу аудиторії із закордонними культурними заходами та подіями. У таких умовах особливої ваги набуває стратегія персоналізації контенту та створення емоційного зв'язку з користувачами.

Крім того, важливим питанням залишається інтеграція сучасних цифрових інструментів у роботу організації. Використання аналітики, SEO-оптимізації, персоналізованих розсилок та автоматизації комунікацій дає можливість ефективніше доносити інформацію до цільової аудиторії та посилювати довіру до проєкту.

Таким чином, вирішення зазначених проблем потребує комплексного підходу та інвестицій у розвиток медіа-стратегії ГО «Яскрава Країна».

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА СТВОРЕННЯ ВЕБРЕСУРСУ МІЖНАРОДНОГО ЦИРКОВОГО ФЕСТИВАЛЮ «ЯСКРАВА АРЕНА» ТА ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ МОЛОДІЖНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ З ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ МИСТЕЦЬКИХ ПРОЄКТІВ.

Цифрові технології онлайн-комунікації відіграють ключову роль у поширенні інформації та формуванні іміджу. Нині розробка ефективного вебресурсу є необхідною умовою для успішної реалізації будь-якого масштабного культурного проєкту. Міжнародний цирковий фестиваль «Яскрава Арена», будучи яскравою подією у культурному житті, потребував такого онлайн-представництва, що не лише інформуватиме потенційних учасників та глядачів, а й зможе передати унікальну атмосферу свята, налагоджуючи емоційний контакт. Далі представимо процес створення вебресурсу фестивалю «Яскрава Арена», аналізуючи вибір платформи, особливості структури, контентного наповнення, візуального оформлення та функціоналу. Розроблений нами вебсайт має вагоме значення як офіційне джерело інформації та ефективний інструмент PR-комунікації. [10, 15, 16, 17].

Розробка та створення вебресурсу Міжнародного циркового фестивалю «Яскрава Арена»: структура, контент, функціонал

Мета створення вебресурсу

Основною метою створення сайту фестивалю «Яскрава Арена» стало забезпечення відкритого й простого джерела інформації для всіх, хто зацікавлений у події. Цей ресурс повинен виконувати функції не лише повідомлення (що, де, коли), а й створення емоційного контакту, репрезентації атмосфери заходу та налагодження комунікації.

У сучасних умовах, коли значна частина комунікації відбувається онлайн, наявність навіть простого, але якісного вебсайту — це елемент довіри до організатора.

Вибір платформи та технічна реалізація

Для розробки сайту було обрано платформу LP-Mobi.biz — онлайн-конструктор сайтів із простим візуальним редактором. Основні переваги:

- немає потреби у програмуванні;
- повна адаптація під смартфони;
- можливість швидко додавати або змінювати текст;
- доступ до вбудованої форми зв'язку;
- інтуїтивний інтерфейс редагування.

Цей підхід дозволив самостійно створити сайт без залучення розробників.

Структура та зміст сайту

Сайт реалізовано у форматі *односторінкового лендінгу*, який містить такі блоки:

1. **Назва фестивалю:** «Яскрава Арена» — розташована у верхній частині сторінки, виділена великим шрифтом.

2. Інформаційний текст: пояснює, що це за фестиваль, яка його мета, кого запрошують. [10, 15, 16, 17].

3. **Звернення до батьків і педагогів:** короткий абзац-заклик зв'язатися з організаторами.

4. **Форма зворотного зв'язку:** включає три поля — Ім'я, Email, Повідомлення.

5. **Контакти:** номер телефону, пошта, Facebook.

Усе розташовано вертикально, в логічній послідовності. Користувач може просто прокручувати сторінку вниз.

Візуальне оформлення та стиль комунікації

Дизайн сайту мінімалістичний: світле тло, великий текст, чіткі поля, відсутність агресивних кольорів. Стиль спілкування — неформальний, доброзичливий, простий.

Важливо, що:

- сайт не містить складних формулювань;
- інформація сприймається швидко;

- весь контент «пристосований» під дітей та батьків.

Функціональність та користувацький досвід

Сайт зручний для взаємодії. Його переваги:

- відкривається з телефону без викривлень;
- не вимагає реєстрації чи авторизації;
- форма зв'язку проста: батьки або керівники гуртків можуть одразу

надіслати запитання.

Приклад типового звернення через сайт:

Ім'я: Оксана

Email: oksana_mama@ukr.net

Повідомлення: Доброго дня! Підкажіть, будь ласка, чи можуть брати участь діти віком до 6 років?

Таке повідомлення приходить на пошту організатора, і можна відповісти напрямку.

Етапи створення сайту (практичний досвід)

Робота над сайтом складалась із кількох етапів:

1. **Підбір платформи** — аналіз варіантів: Tilda, Wix, WordPress, LP-Mobi. Обрано LP-Mobi за простоту.
2. **Створення облікового запису** та запуск конструктора.
3. **Робота з блоками**: видалено зайве, залишено заголовок, текст, форму, контакти.
4. **Написання текстів** — короткі, теплі, зрозумілі.
5. **Тестування** — перевірка, як сайт виглядає з телефону, чи працює форма.
6. **Опублікування** — генерація посилання, передача для розсилки.

Цей досвід навчив працювати з адаптивною версткою, комунікаційною структурою й UX-дизайном.

Порівняння: вебсайт VS соцмережі

Соціальні мережі важливі, але: [7, 12].

- Facebook-сторінка не завжди показує контент новим користувачам;

- у стрічці важко знайти важливу інформацію (про участь, контакти);
- сайт дає відчуття «офіційності» й довіри.

Сайт — це:

- *постійне джерело інформації;*
- *візитівка фестивалю;*
- *місце для зручної навігації* без зайвих переходів.

Перспективи розвитку ресурсу

Сайт можна легко доповнити:

- англomовною або польською версією;
- галереєю з фото учасників;
- розділом із подяками/відгуками;
- відео-зверненням організаторів;
- кнопкою “Подати заявку” з автоматичним збором анкет.

Це дозволить перетворити просту сторінку на повноцінний онлайн-центр комунікації.

Сайт “Яскрава Арена” є прикладом ефективного, мобільного, доступного вебресурсу для культурної події. Він відповідає сучасним вимогам цифрової комунікації, не перевантажений зайвим, але достатній для налагодження зв’язку, репрезентації проєкту та підтримки іміджу ГО «Яскрава Країна».

Таким чином, розробка та створення вебресурсу Міжнародного циркового фестивалю «Яскрава Арена» на платформі LP-Mobi.biz демонструє ефективність та практичність мінімалістичного, але функціонального підходу до онлайн-комунікації культурних подій. Обрана стратегія односторінкового лендінгу з інтуїтивно зрозумілою структурою, доброзичливим стилем комунікації та адаптивним дизайном дозволила створити легкодоступне та інформативне джерело для цільової аудиторії — батьків, педагогів та учасників. На відміну від соціальних мереж, вебсайт забезпечує постійний доступ до важливої інформації, формує відчуття офіційності та довіри, виступаючи як візитівка фестивалю. Досвід розробки підкреслив важливість

адаптивної верстки, комунікаційної структури та UX-дизайну. Подальші перспективи розвитку, включаючи додавання мультимовних версій, галерей, відгуків та форм заявок, дозволять перетворити цей ресурс на повноцінний онлайн-центр комунікації, зміцнюючи імідж ГО «Яскрава Країна» та ефективно підтримуючи майбутні проєкти.

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ – ВЕБСАЙТ ФЕСТИВАЛЮ «ЯСКРАВА АРЕНА»

У межах виконання кваліфікаційної роботи було створено авторський інформаційний продукт — *вебсторінку міжнародного дитячого циркового фестивалю «Яскрава Арена»*, розміщену на платформі LP-Mobi.biz. Сайт є практичним результатом роботи і водночас — повноцінним інструментом цифрової комунікації в межах культурної дипломатії.

Мета створення цього інформаційного продукту — забезпечити доступну, зручну та доброзичливу форму представлення фестивалю у цифровому середовищі, сприяти залученню цільової аудиторії та організувати зворотний зв'язок.

Основні характеристики

Сайт створено у форматі *односторінкового лендінгу* з наступними елементами:

- *Назва події* — “Яскрава Арена”, розташована у верхній частині;
- *Опис фестивалю* — короткий текст про мету, цінності, учасників;
- *Звернення до батьків та керівників гуртків* — запрошення до участі;
- *Контактна форма* — поля “Ім’я”, “Email”, “Повідомлення”;
- *Контактна інформація* — email, телефон, лінк на Facebook;
- *Адаптивна верстка* — сторінка добре виглядає на смартфонах та планшетах.

Практична цінність сайту

Інформаційний продукт виконує такі функції:

- репрезентує подію у цифровому просторі;
- забезпечує зручний канал комунікації з аудиторією;
- формує враження про професійність організатора;
- не потребує складного обслуговування або бюджетів.

Сайт створено особисто автором дипломної роботи — від вибору платформи до написання тексту, наповнення, тестування та публікації. Посилання на готовий ресурс:

 <https://lp-mobi.biz/admin/landing-preview/33858>

Значення в контексті кваліфікаційної роботи

Вебсайт виконує роль *інформаційного продукту*, який ілюструє практичне втілення теоретичних знань, здобутих у межах фаху. Він поєднує:

- основи інформаційної діяльності;
- розуміння комунікацій з молодіжною аудиторією;
- навички цифрової презентації культурного проєкту;
- елементи візуальної культури та UX-дизайну.

Таким чином, створений сайт — не допоміжний додаток, а *центральний приклад цифрової інформаційної підтримки* культурного проєкту.

Технологічна реалізація сайту

Вебсторінку фестивалю «Яскрава Арена» було створено на платформі LP-Mobi.biz — популярному інструменті для конструювання лендінгів без залучення програмістів. Обраний підхід дав змогу забезпечити швидку розробку, адаптивний дизайн і мобільну версію сайту без складного кодування.

Під час створення ресурсу було використано інтуїтивну блокову систему: кожен розділ проєкту поділено на секції, що редагуються окремо (заголовки, текст, кнопки, галереї). Це забезпечило гнучкість в оформленні, простоту оновлення, а також економію коштів і часу.

Особливу увагу приділено адаптивності — сайт однаково коректно відображається на смартфонах, планшетах і десктопах. Структура спроектована так, щоб користувачеві не доводилося шукати інформацію або гортати зайве: основні блоки подані в тій послідовності, яка відповідає поведінці користувача (від знайомства до реєстрації).

Тексти та візуальні елементи також оптимізовані: обмежена кількість символів у кожному блоці, великі заголовки, легкий шрифт, чіткий контраст для зручного читання навіть на сонці чи в дорозі. Окремі елементи — кнопки, форма заявки — зроблені з використанням анімаційних ефектів, що активуються під час скролу, що додає динаміки без перевантаження.

Перспективи розвитку та використання інформаційного продукту

Створений вебресурс не є одноразовим чи тимчасовим інструментом. Його функціонал та візуальна структура передбачають подальше використання не лише для цього фестивалю, а й як *універсальну платформу для майбутніх подій ГО «Яскрава Країна»*.

По-перше, сайт може бути легко оновлений у майбутньому — заміна афіш, відео, дати, розширення розділів. Це дозволить організації економити на кожному новому інформкампанійному циклі. По-друге, сторінку можна використовувати для збору відгуків, волонтерських заявок, партнерських пропозицій або архівування подій.

Також платформа дозволяє інтеграцію з Google Forms, CRM-системами, аналітикою (наприклад, Google Analytics) — що відкриває перспективи для якісного аналізу аудиторії. Це особливо актуально для прозорості звітності перед донорами, фондами та міжнародними структурами, які підтримують культурні ініціативи. [25, 27]. [20, 28].

Надалі, сайт можна адаптувати до повноцінного *багатомовного ресурсу*, створити англomовну версію, розмістити партнерські логотипи, додати вкладку «Про нас» з історією ГО, що посилить іміджевий ефект

Практичні рекомендації для молодіжних організацій з інформаційної підтримки мистецьких проєктів

Розробка власного лендінг-пейджу для фестивалю «Яскрава Арена» дозволила не лише реалізувати поставлену мету кваліфікаційної роботи, але й напрацювати низку практичних рішень, які можуть бути корисними для інших громадських і молодіжних організацій, що працюють у сфері культурних ініціатив. У цьому розділі представлено прикладну модель організації

інформаційної підтримки мистецького проєкту з нуля — із урахуванням доступних інструментів, бюджетних рішень та адаптованого під молодіжну аудиторію контенту.

Покрокова інструкція зі створення лендінг-пейджу

У сучасному цифровому середовищі лендінг-пейдж (односторінковий сайт) є ефективним, простим та бюджетним рішенням для промоції мистецької події. Навіть мінімалістичний ресурс значно підвищує впізнаваність проєкту, викликає довіру аудиторії та дозволяє забезпечити оперативний зворотний зв'язок.

Крок 1. Вибір платформи для створення сайту.

Найбільш зручними для молодіжних ініціатив є такі онлайн-конструктори:

- LP-Mobi.biz — зручний та безкоштовний сервіс для створення лендінгів без знання програмування (використано для «Яскрава Арена»).
- Tilda.cc — функціональна платформа з гарним візуальним дизайном. [25, 27].
- Google Sites — базовий безкоштовний варіант із можливістю інтеграції з іншими Google-сервісами.

Крок 2. Структура лендінгу:

- Назва фестивалю (великий шрифт, у верхній частині сторінки).
- Короткий опис: дата, мета, учасники, гасло.
- Блок «Запрошення до участі» — звернення до батьків, гуртків, партнерів.
- Контактна форма (поля: ім'я, email, повідомлення).
- Посилання на соцмережі (Instagram, Telegram, Facebook). [12, 16, 17].
- Фотогалерея або відео (опціонально).
- Блок “FAQ” або “Часті запитання” (у разі потреби).

Крок 3. Контент.

- Тексти: короткі, емоційно забарвлені, з позитивним меседжем.
- Фото: щирі моменти з подій, живі обличчя учасників.

- Відео: 15–60 секунд, субтитри обов’язкові, бажано з музикою.

Крок 4. Публікація та поширення.

- Поділитися посиланням у соцмережах.
- Додати до підпису email.
- Надіслати учасникам, партнерам, волонтерам.

Ведення Instagram: контент-план для фестивалю [12, 16, 17].

Instagram — головна платформа взаємодії з молодіжною аудиторією. Наявність активного профілю фестивалю формує довіру, викликає зацікавленість і дозволяє оперативно поширювати інформацію. [25, 27]. [12, 16, 17].

Формати контенту:

- Афіші з датами/локаціями.
- Сторіс за 3–5 днів до події: “Залишилось 3 дні”, “Ви вже з нами?”
- Фото учасників із геотегом або @mention.
- Відео-враження (короткі інтерв’ю, бекстейдж, заклики).
- Закулісся: емоційні моменти, репетиції.

Інтерактиви:

- Опитування: “Який номер вам сподобався?”
- Q&A у сторіс (“Задайте питання організаторам”).
- Хештеги: #ЯскраваАрена2025 / #YaskravaYouth.

Оформлення сторінки:

- Біо: коротко про фестиваль + посилання на лендінг. [10, 15, 16, 17].
- Highlights: “Програма”, “Учасники”, “Як подати заявку”.

Безкоштовні цифрові інструменти для ГО

У таблиці наведено ресурси, які можуть стати в нагоді під час організації інформаційної кампанії.

Інструмент	Призначення	Посилання
------------	-------------	-----------

○ <i>Canva</i>	○ Створення афіш, сторіс, постів	○ <i>canva.com</i> (https://www.canva.com/)
○ <i>LP-Mobi</i>	○ Створення лендінгів	○ <i>lp-mobi.biz</i> (https://lp-mobi.biz/)
○ <i>Google Forms</i>	○ Збір заявок, опитування	○ <i>forms.google.com</i> (https://forms.google.com/)
○ <i>Linktree</i>	○ Всі посилання в один лінк	○ <i>linktr.ee</i> (https://linktr.ee/)
○ <i>YouTube Shorts</i>	○ Короткі відео про подію	○ <i>youtube.com</i> (https://www.youtube.com/)
○ <i>Telegram BotFather</i>	○ Створення інформ-ботів	○ <i>t.me/BotFather</i>

Приклад застосування: «Яскрава Арена»

- Лендінг: створено на LP-Mobi, опубліковано, має зворотний зв'язок.
- Instagram: @yaskrava_kraina — регулярні сторіс, фотозвіти, інтерактиви. [12, 16, 17].
- Форма заявки: реалізовано через LP-Mobi + email-інтеграцію.
- Промо-відео: короткі кліпи для соцмереж.
- Партнерство: QR-код сайту розміщено на афішах та дипломах.

Громадська організація, навіть із мінімальним ресурсом, може забезпечити професійну інформаційну підтримку культурного проекту. Для цього достатньо обрати правильну платформу, знати свою аудиторію та створювати емоційний, якісний і простий у сприйнятті контент. Створення

лендінг-пейджу — це не лише технічне рішення, а прояв довіри до аудиторії, готовності бути відкритими й професійними в будь-яких умовах.

ВИСНОВКИ

У межах кваліфікаційної роботи було проаналізовано особливості інформаційної підтримки молодіжної мистецької дипломатії на прикладі діяльності громадської організації «Яскрава Країна» та реалізації її ключового культурного проєкту — міжнародного циркового фестивалю «Яскрава Арена».

Теоретичний аналіз засвідчив, що інформаційна підтримка в сучасних умовах є не лише технічним супроводом культурних ініціатив, а й стратегічним інструментом формування іміджу, репрезентації цінностей, залучення аудиторії та розвитку публічної дипломатії. Особливо важливою є її роль у роботі з молоддю, де візуальна мова, емоційність, швидкість і доступність є критично важливими факторами ефективності.

У практичному розділі було розглянуто конкретні приклади діяльності ГО «Яскрава Країна», яка реалізує широкий спектр мистецьких заходів — від фестивалів і конкурсів до освітніх ініціатив. На основі аналізу виявлено, що організація активно застосовує сучасні цифрові інструменти комунікації, адаптовані під аудиторію дітей, батьків та міжнародних партнерів.

Ключовим результатом кваліфікаційної роботи стало створення власного інформаційного продукту — вебсторінки фестивалю «Яскрава Арена». Цей ресурс об'єднує естетику, зручність, інтерактивність і виконує функції репрезентації, зворотного зв'язку та іміджевого просування. Він може використовуватись як шаблон для подальших проєктів ГО, а також як приклад застосування знань із галузі інформаційної політики, дизайну, комунікації й культурної дипломатії.

Таким чином, завдання кваліфікаційної роботи реалізовані повністю. Теоретичні положення доповнені практичним продуктом, який має цінність як у фаховому, так і в прикладному аспекті.

У першому розділі було узагальнено наукові підходи до визначення сутності культурної дипломатії, її ролі у формуванні міжнародного іміджу та

стратегіях інформаційної взаємодії. Встановлено, що інформаційна підтримка — не просто елемент публічної комунікації, а форма репрезентації держави та її цінностей у міжнародному гуманітарному просторі. Особливу увагу приділено взаємозв'язку між цифровими платформами й емоційними форматами подачі інформації — як важливим інструментам у роботі з молоддю.

Другий розділ акцентував на особливостях практичної комунікації ГО «Яскрава Країна». Деталізовано сегментацію аудиторій, канали зв'язку, стилі візуальної і текстової подачі. Особливу увагу приділено успішним форматам постівентної комунікації, використанню інтерактивів, персоналізованого контенту. Проведено порівняльний аналіз національних і міжнародних фестивалів (Monte-Carlo, Cirque de Demain, Riga Circus Festival), що дозволило виявити сильні та слабкі сторони проєкту «Яскрава Арена» в контексті глобальної конкуренції.

У третьому розділі детально описано розробку інформаційного продукту — сайту фестивалю. Було проаналізовано його структуру, функціональність, технічні параметри, UX-дизайн. Визначено, що формат односторінкового лендінгу є оптимальним для фестивального проєкту з обмеженим бюджетом і великою кількістю емоційного контенту.

Розділ четвертий представив сайт як самостійний медіапродукт, що виконує функції просування, взаємодії, презентації і репрезентації. Наголошено, що даний інформаційний ресурс — це не просто вебвітрина, а візуально-семантична платформа, яка працює на формування іміджу України як відкритої, творчої, сучасної держави. Оцінено потенціал сайту до масштабування, подальшого розвитку (аналітика, мультимовність, CRM) та використання в інших культурних проєктах.

Рекомендації та практичне значення.

1. Вебсайт може бути адаптований для інших мистецьких заходів ГО «Яскрава Країна», зберігаючи єдиний візуальний стиль і комунікаційну логіку.

2. Результати дослідження можуть бути використані як кейс для викладання в галузі медіакомунікацій, журналістики, культурної політики.

3. Запропоновані моделі інформаційної підтримки можуть застосовуватись у рамках співпраці з міжнародними фондами та культурними інституціями.

4. Практичні знання, отримані під час розробки сайту, мають пряме прикладне значення для подальшої професійної діяльності у сфері цифрових комунікацій, культурного менеджменту та брендингу територій.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що ця кваліфікаційна робота має як науково-аналітичну, так і прикладну цінність, сприяє розвитку нових підходів до інформаційного супроводу мистецьких ініціатив та може бути використана як основа для майбутніх комунікаційних стратегій у сфері культурної дипломатії.

Окрему цінність у структурі кваліфікаційної роботи становить четвертий розділ, присвячений практичним рекомендаціям для молодіжних організацій з інформаційної підтримки мистецьких проєктів. У ньому запропоновано низку інструментів і покрокових рішень, які ґрунтуються на реальному досвіді авторки у створенні лендінг-пейджу фестивалю «Яскрава Арена», а також на найкращих практиках комунікації у сфері культурної дипломатії. Цей розділ значно підсилює прикладний вимір дослідження, відкриваючи можливості практичного використання результатів роботи в інших молодіжних проєктах.

Перш за все, увагу зосереджено на алгоритмі створення простого, але функціонального сайту події — лендінг-пейджу. Такий формат не вимагає складного програмування чи фінансових витрат, що є актуальним для неприбуткових організацій. Подано конкретні кроки: від вибору платформи (LP-Mobi, Tilda, Google Sites) до структурування розділів та візуального оформлення. Завдяки такому підходу, будь-яка ініціативна група може реалізувати повноцінний цифровий ресурс для анонсування, реєстрації та представлення свого заходу.

Крім того, надано рекомендації щодо ведення Instagram-фестивалю — платформи, що найбільш ефективна у роботі з молодіжною аудиторією. Авторка кваліфікаційної роботи запропонувала зразковий контент-план, що включає афіші, інтерактивні історії, короткі відео (Reels), опитування та сторітелінг. Така стратегія дозволяє формувати сталу аудиторію, стимулює органічне поширення інформації та підсилює емоційне сприйняття події.

Не менш корисним є зведена таблиця безкоштовних цифрових інструментів, рекомендованих для молодіжних організацій: Canva — для створення графіки, Google Forms — для реєстрації, Telegram Bot — для автоматизації відповіді тощо. Це дозволяє навіть невеликим командам без спеціальних технічних знань реалізовувати комплексні інформаційні кампанії.

Четвертий розділ також важливий як методичний матеріал — його зміст може бути використано у навчальному процесі, зокрема в рамках підготовки майбутніх фахівців з журналістики, цифрових комунікацій, медіаменеджменту та культурної політики. Поради, що містяться у розділі, мають універсальне значення та можуть бути адаптовані під інші напрями культурної діяльності — театральні фестивалі, арт-резиденції, освітні форуми.

Цінність цього модуля полягає не лише в теоретичному узагальненні, а в тому, що він створений з урахуванням конкретного українського контексту — обмежених ресурсів, постійних змін, адаптації до викликів війни. Практична значущість порад у тому, що вони орієнтовані на досяжні цілі, не вимагають великих бюджетів і водночас зберігають високий рівень якості інформаційної підтримки.

Таким чином, розділ 4 завершує структуру роботи, забезпечуючи місток між академічним аналізом і практичною реалізацією. У результаті, кваліфікаційна робота виконує не лише дослідницьку, але й прикладну функцію, слугуючи реальним інструментом для інших ініціатив, що працюють у сфері молодіжної мистецької дипломатії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Nye, J. S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: PublicAffairs, 2004.
2. Прокопенко І. В. Культурна дипломатія як засіб формування міжнародного іміджу держави. Вісник КНУКіМ. 2021. №2. С.12–17.
3. Савченко О. С. Сучасні комунікаційні стратегії в культурному середовищі. Медіапростір. 2022. №1. С. 29–35.
4. Грабовська Ю. В. Цифрова комунікація в громадському секторі: кейси України. Соціальні комунікації. 2022. №4. С.36–41.
5. Ковальчук Н.О. Технології digital-комунікацій у культурних проєктах. Журналістика та медіаосвіта. 2023. №1. С. 29–45.
6. Міністерство закордонних справ України. Концепція публічної дипломатії України. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/Стратегії/public-diplomacy-strategy.pdf>
7. UNESCO. Culture and Public Diplomacy. URL: <https://www.unesco.org/en/diplomacy/culture>
8. EEAS. Strategic Communication and Cultural Diplomacy. URL: <https://eeas.europa.eu>
9. Open Society Foundations. Youth Diplomacy in Eastern Europe. URL: <https://www.opensocietyfoundations.org>
10. Сайт ГО «Яскрава Країна» URL: <https://yaskrava.com.ua/>
11. Facebook ГО «Яскрава Країна» URL: <https://www.facebook.com/yaskravakraina>
12. Instagram. URL: https://www.instagram.com/yaskrava_kraina/
13. Telegram-канал. URL: https://t.me/yaskrava_kraina
14. YouTube – відео про фестиваль URL: <https://lfydfuyf-gmail-com-33858.lp-mobi.biz>
15. Cirque de Demain (Франція) URL: <https://www.cirquededemain.paris/>

16. Monte-Carlo International Circus Festival URL::
<https://www.montecarlofestival.mc/>
17. Riga Circus Festival (Латвія) URL: <https://cirks.lv/en/festival/>
18. Бабченко А. Комунікаційний менеджмент у сфері культури. Київ, 2020. 92 с.
19. Веремієнко О. Молодіжні ініціативи як інструмент публічної дипломатії. Молодь і ринок. 2023. № 11-12. С. 44-47.
20. Google Trends / Google Analytics. URL:
<https://trends.google.com/trends/>
21. Войтенко І. І. Діджиталізація як чинник трансформації культурної комунікації. Культура України. 2023. № 51. С. 117–123.
22. Чебан О. О. Молодіжна публічна дипломатія в цифрову епоху // Інформаційне суспільство. 2022. №4. с. 45–51.
23. European Commission. Strategic Use of Digital Communication in Youth and Culture. URL: <https://ec.europa.eu/info>
24. Український інститут. Щорічний звіт діяльності у сфері культурної дипломатії. URL: <https://ui.org.ua>
25. Сайт платформи LP-Mobi.biz (конструктор сайтів, на якому розміщено інформаційний продукт). URL: <https://lp-mobi.biz/>
26. Canva – Онлайн-інструмент для створення візуального контенту. URL: <https://www.canva.com/>
27. LP-Mobi.biz – Платформа для створення лендінгів. URL: <https://lp-mobi.biz>
28. Google Forms – Інструмент для створення форм і опитувань. URL: <https://forms.google.com/>
29. Linktree – Сервіс для об'єднання кількох посилань. URL: <https://linktr.ee> (<https://linktr.ee/>)
30. YouTube Shorts – Платформа коротких відео. URL: <https://www.youtube.com>

31. Telegram BotFather – Інструмент для створення Telegram-ботів. URL: <https://t.me/BotFather>
32. Ковальчук М. Інструменти цифрової комунікації для громадських ініціатив. Медіакомунікації. 2023. №2. С. 18–25.
33. Мельник О. Комунікаційна ефективність онлайн-платформ у сфері культури. Інформаційне суспільство. 2023. №1. С. 44–49.

ДОДАТКИ

Додаток А

Головна сторінка сайту міжнародного циркового фестивалю «Яскрава Арена». Вона містить загальну інформацію про захід, його логотип, вітальний слоган та кнопки навігації до інших розділів сайту. Цей блок виконує ознайомлювальну та іміджеву функцію, формуючи перше враження у відвідувача сайту.

Що таке «Яскрава Арена»?



20,312 likes



Додаток Б

Розділ сайту з інформацією про учасників фестивалю. Представлені приклади виступів, країни походження колективів, а також короткі описи циркових номерів. Розділ забезпечує ознайомлення глядачів і партнерів з репертуаром фестивалю.



Міжнародний масштаб — участь колективів із різних країн сприяє культурному обміну та розвитку мистецтва на світовому рівні.

Різноманітність форматів — виступи, майстер-класи, інтерактивні програми, що дають змогу не тільки спостерігати, а й брати активну участь.



Підтримка молодих талантів — спеціальні програми наставництва та можливості для професійного зростання.

Внесок у розвиток культури України — популяризація циркового мистецтва як частини національного культурного надбання.

Ось короткий звіт-репортаж про те, як відбувався цей проєкт минулого року



Додаток В

Скріншот демонструє пост учасника фестивалю «Яскрава Арена» — Олександра Коваленка. У коментарі під світлиною артист підкреслює унікальність досвіду, отриманого на фестивалі, можливість спілкування з колегами з різних країн, розвиток власних навичок і високий рівень організації заходу. Це підтверджує ефективність міжнародної комунікації проєкту та створення сприятливого середовища для артистів.



Олександр Коваленко, учасник фестивалю:



252 likes



««Яскрава Арена» — це унікальний досвід для кожного артиста. Тут я отримав можливість познайомитися з колегами з різних країн, навчитися новому та показати свої таланти великій аудиторії. Організація на найвищому рівні!»

Додаток Г

На зображенні — пост глядачки фестивалю Марини Петренко. Відгук висловлює емоційне враження від шоу, акцентує на професіоналізмі артистів, яскравих постановках і теплій атмосфері. Такий відгук свідчить про високий рівень емоційного зв'язку аудиторії з подією, що є важливим елементом інформаційної підтримки та культурного впливу.



Марина Петренко, глядачка:



45 likes



«Кожне шоу «Яскравої Арени» — це справжнє свято! Вражає професіоналізм артистів, яскраві постановки і тепла атмосфера. Фестиваль дарує море емоцій і натхнення.»

Додаток Д

Сторінка з онлайн-формою для подачі заявки на участь у фестивалі. Має поля для введення персональної інформації, назви виступу, контактів та прикріплення матеріалів. Цей функціонал дозволяє швидко й зручно реєструватися потенційним учасникам фестивалю.

Співпраця з партнерами



Що ми пропонуємо партнерам:



Умови співпраці:

Ми готові обговорити індивідуальні умови, які включають фінансові внески, обмін рекламними послугами або інші форми партнерства. Всі деталі узгоджуються особисто з представниками організації.



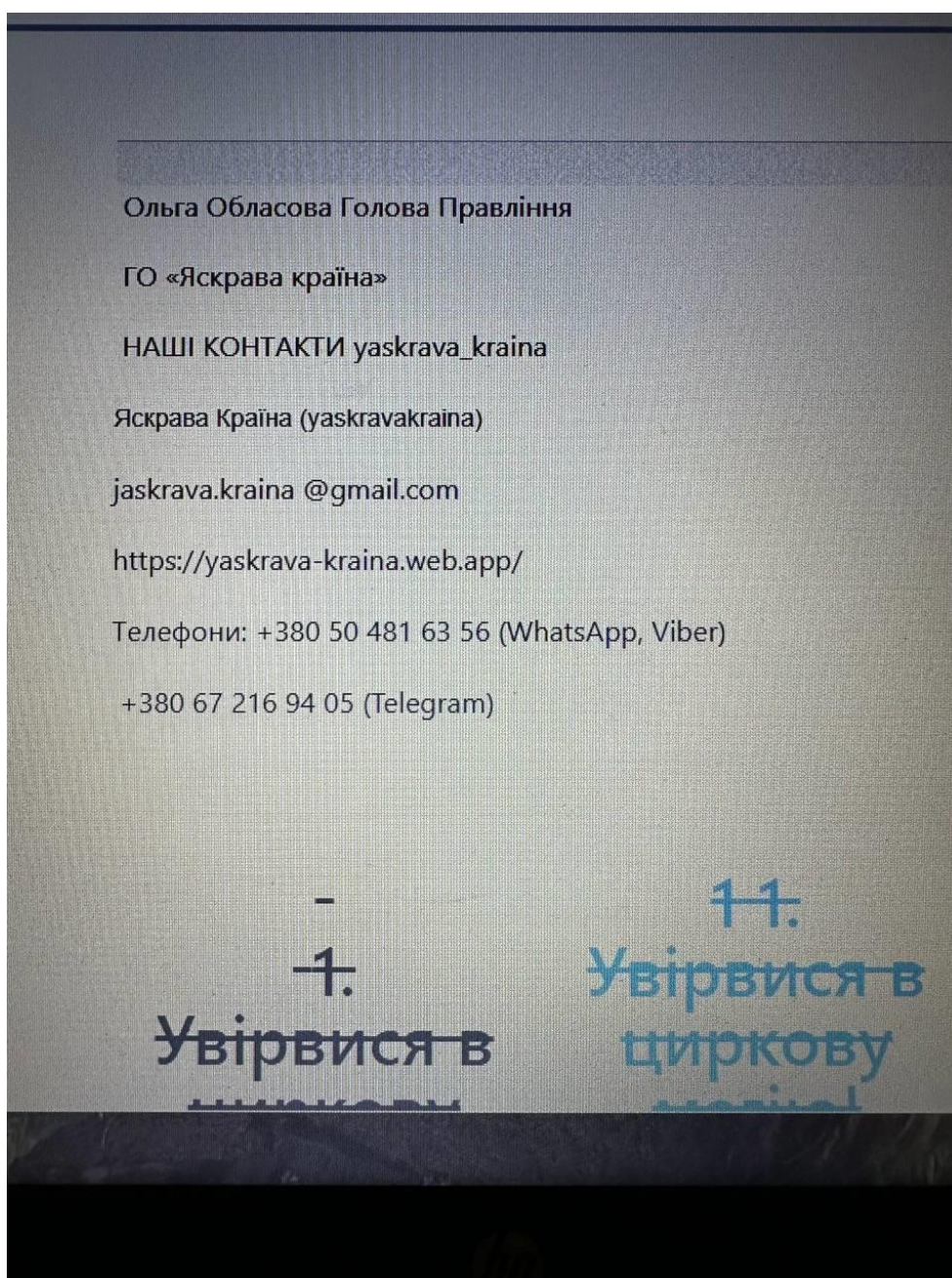
Гарантії фестивалю

Фестиваль «Яскрава Арена» гарантує високу якість організації, безпеку для всіх учасників і гостей, прозорі умови участі, підтримку талантів та міжнародне визнання.

Додаток Е

Контактна інформація організаторів на сайті фестивалю

Скріншот відображає блок контактної інформації ГО «Яскрава Країна» на вебресурсі фестивалю. Указані основні засоби зв'язку: email, сайт, Telegram, WhatsApp/Viber, а також ім'я голови правління — Ольги Обласової. Наявність багатоканальної комунікації забезпечує відкритість, прозорість і зручність для учасників, партнерів та зацікавленої аудиторії.



Додаток Є

На скріншоті зображено фрагмент лендінг-пейджу фестивалю «Яскрава Арена» з інтерактивною формою подачі заявки. У формі передбачено поля для введення ПІБ та номера телефону, а також кнопка підтвердження участі — «Замовити зараз». Нижче містяться заклики до дії: «Не зволікай — реєстрація вже відкрита», «Мистецтво чекає саме на тебе». Даний інтерфейс є частиною інформаційної підтримки проєкту, що полегшує комунікацію з потенційними учасниками та автоматизує процес набору.

The screenshot shows a registration form for the 'Яскрава Арена' festival. The form is titled '1. Увірвися в циркову магію!' (1. Dive into circus magic!). Below the title, there are two input fields: 'Введіть П.І.Б.' (Enter P.I.B.) and 'Введіть номер телефону' (Enter phone number). A large blue button labeled 'Замовити зараз' (Order now) is positioned below the input fields. At the bottom of the form, there are two lines of text: 'НЕ ЗВОЛІКАЙ — РЕЄСТРАЦІЯ ВЖЕ ВІДКРИТА!' (Don't hesitate — registration is already open!) and 'МИСТЕЦТВО ЧЕКАЄ САМЕ НА ТЕБЕ.' (Art is waiting for you.).

1. Увірвися в циркову магію!

Введіть П.І.Б.

Введіть номер телефону

Замовити зараз

НЕ ЗВОЛІКАЙ — РЕЄСТРАЦІЯ ВЖЕ ВІДКРИТА!

МИСТЕЦТВО ЧЕКАЄ САМЕ НА ТЕБЕ.