

УДК 811.111'322

DOI <https://doi.org/10.32782/humanitas/2025.4.23>

Юрій ЛИННИК

кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри прикладної лінгвістики, Волинський національний університет імені Лесі Українки, проспект Волі, 13, м. Луцьк, Україна, 43025

ORCID: 0000-0002-3084-0401

Алла ХОМ'ЯК

кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри прикладної лінгвістики, Волинський національний університет імені Лесі Українки, проспект Волі, 13, м. Луцьк, Україна, 43025

ORCID: 0000-0002-7693-4016

Бібліографічний опис статті: Линник, Ю., Хом'як, А. (2025). Створення UX-орієнтованої моделі Instagram акаунту для вивчення англійської мови. *Ввічливість. Humanitas*, 4, 172–182, doi: <https://doi.org/10.32782/humanitas/2025.4.23>

СТВОРЕННЯ UX-ОРІЄНТОВАНОЇ МОДЕЛІ INSTAGRAM АКАУНТУ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

У статті розглядається проблема використання соціальної мережі Instagram як інноваційного освітнього інструменту для вивчення англійської мови. Соціальні платформи дедалі частіше стають середовищем не лише для комунікації, а й для навчання, що зумовлює необхідність розроблення педагогічно доцільних та UX-орієнтованих моделей контенту. У межах дослідження проведено аналіз шести освітніх акаунтів (@bbclearningenglish, @cambridgeenglish, @ewa.english, @annavelychko_english, @englishwithlucy, @learnenglishwithmusicsg), що дало змогу виявити ефективні стратегії подачі навчального матеріалу та типові помилки у побудові взаємодії з користувачами. Серед переваг зазначених акаунтів визначено системність, інтерактивність, візуальну привабливість і мотиваційний потенціал. До недоліків віднесено фрагментарність контенту, відсутність структурованості за рівнями згідно з Загальноєвропейськими Рекомендаціями з мовної освіти (CEFR), нестачу двомовності та обмежену адаптацію для україномовної аудиторії. На основі результатів аналізу запропоновано UX-орієнтовану модель Instagram-акаунту для щоденного вивчення англійської мови, що інтегрує академічну системність ресурсів BBC та Cambridge, інтерактивність мобільних застосунків (EWA) і креативність освітніх блогів. Контент моделі структуровано за рівнями від A1 для початківців до C1 для осіб, які володіють мовою на просунутому рівні і представлено у форматах Reels, каруселей, Stories, Highlights, мотиваційних постів і live-ефірів. Передбачено двомовність (UA+EN), серійність постів, чітку навігацію та елементи гейміфікації. Такий підхід забезпечує користувачам зручність, мобільність і системність навчання, сприяє формуванню стійких навичок володіння англійською мовою, підвищує мотивацію та залученість аудиторії. У підсумку запропонована модель демонструє, що грамотно спроектований Instagram-акаунт може стати повноцінним освітнім середовищем нового типу, орієнтованим на потреби сучасного українського користувача.

Ключові слова: Instagram акаунт, вивчення англійської мови, UX-модель, цифрова освіта, соціальні мережі.

Yurii LYNNYK

PhD in Pedagogy, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Applied Linguistics, Lesya Ukrainka Volyn National University, 13 Voli ave., Lutsk, Volyn region, Ukraine, 43025

ORCID: 0000-0002-3084-0401

Alla KHOMIAK

PhD in Pedagogy, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Applied Linguistics, Lesya Ukrainka Volyn National University, 13 Voli ave., Lutsk, Volyn region, Ukraine, 43025

ORCID: 0000-0002-7693-4016

To cite this article: Lynnyk, Yu., Khomiak, A. (2025). Stvorennia UX-oriientovanoi modeli Instagram akauntu dlia vyvchennia anhliiskoi movy [Creating a UX-oriented Instagram account model for learning English language]. *Vvichlyvist. Humanitas*, 4, 172–182, doi: <https://doi.org/10.32782/humanitas/2025.4.23>

CREATING A UX-ORIENTED INSTAGRAM ACCOUNT MODEL FOR LEARNING ENGLISH LANGUAGE

The article examines the problem of using the social network Instagram as an innovative educational tool for learning English language. Social platforms have become a place not just to communicate but to learn as well which prompts the need to develop pedagogically relevant and UX-oriented content models. Six educational accounts were analyzed (@bbclearningenglish, @cambridgeenglish, @ewa.english, @annavelychko_english, @englishwithlucy, @learnenglishwithmusicsg) which made it possible to identify effective strategies for presenting educational material and typical mistakes in interacting with users. The strengths of these accounts include consistency, interactivity, visual appeal, and motivational potential. The weaknesses include fragmented content, insufficient structuring according to the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR), lack of bilingualism, and limited adaptation for Ukrainian-speaking audience. Due to research findings a UX-oriented model of an Instagram account for daily English language learning has been presented, integrating the academic structure of BBC and Cambridge resources, the interactivity of mobile applications (EWA), and the creativity of educational blogs. The model content is structured for levels from A1 for beginners to C1 for those possessing high level of language proficiency and is presented in formats like Reels, carousels, Stories, Highlights, motivational posts, and live broadcasts. It features bilingualism (UA+EN), serial posts, convenient navigation, and gamification elements. Such approach provides users with user-friendly, mobile, and systematic learning, promotes the formation of long-term English language skills, and increases audience motivation and engagement. In brief, the proposed model is a good example of how a well-designed Instagram account can become a new type of educational environment meeting the needs of Ukrainian users.

Key words: Instagram account, English language learning, UX model, digital education, social media.

Актуальність проблеми. У ХХІ столітті повсякденне життя людини тісно інтегроване з цифровим простором, ключовим елементом якого є соціальні мережі. Вони вже не обмежуються виключно розважальною або інформаційною функцією, а перетворилися на важливий інструмент комунікації, що формує нові соціальні практики та способи взаємодії. Розвиток онлайн-платформ забезпечив суттєве спрощення та підвищення ефективності процесів обміну інформацією, що, у свою чергу, актуалізувало їхнє використання в освітньому середовищі.

У контексті глобальної цифровізації освіти соціальні мережі дедалі частіше розглядаються як засіб інтеграції традиційних і новітніх освітніх технологій. Вони надають можливості для організації дистанційного та змішаного навчання, розробки авторських курсів, а також формування освітніх спільнот. У межах медіапедагогіки соціальні мережі постають як середовище, здатне стимулювати розвиток критичного мислення, медіаграмотності та комунікативних навичок здобувачів освіти.

Водночас ефективне застосування таких платформ у навчальному процесі можливе лише за умови науково обґрунтованої організації освітнього матеріалу, побудови цілісної педагогічної моделі та ретельного добору

дидактичного інструментарію. Саме поєднання цих чинників забезпечує підвищення якості навчання та сприяє формуванню інноваційного освітнього середовища, що відповідає потребам сучасного суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, що стосуються структури та функцій соціальних мереж були розглянуті такими вченими як Луценко Є. (Луценко, 2024), Сало М. (Salo, 2018). Особливості використання соціальних мереж як платформ для задоволення освітніх потреб учнів, студентів та бізнесу стали темою наукових пошукувань Грінхау К. (Greenhow, 2019), Карпентер Дж. (Carpenter, 2020). Технології та методи застосування соціальної мережі Instagram у навчальній діяльності відображені у працях таких дослідників як Шукей Е. (Schukei, 2018), Даглас Н. (Douglas, 2019), Грінхау К. (Greenhow, 2019). Вивчення користувацького досвіду (User Experience – UX) використання Instagram як навчального середовища для студентів було здійснено у праці Салеудіна М. (Salehudin, 2020).

Метою статті є обґрунтування UX-орієнтованої моделі Instagram каналу для вивчення англійської мови.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціальні медіа сьогодення є невід'ємною

частиною життя людей з усього світу. Вони мають різні форми: блоги, форуми, подкасти, обмін фотографіями, соціальні закладки, віджети, відео, тощо. Однак, усі вони пов'язані між собою та дозволяють користувачам створювати профілі, завантажувати фотографії та відео, взаємодіяти з друзями, родиною, учнями та бізнес-партнерами. Щодо соціальної мережі, то це форма соціальних медіа, яка використовується для інтерактивних, освітніх, інформаційних або розважальних цілей.

Згідно з онлайн-словником компанії Merriam-Webster термін *соціальна мережа* має два визначення:

- мережа людей (наприклад, друзів, знайомих та колег), пов'язаних міжлюдськими відносинами;
- інтернет-сервіс або сайт, через який люди створюють і підтримують міжособистісні відносини.

Для того, щоб користуватися соціальною мережею потрібно спочатку зареєструватися та створити власний профіль. Соціальні мережі можуть відрізнятися за структурою. Проте, більшість із них мають подібні компоненти: фото профілю та функціонал для створення альбомів із зображеннями, стрічку новин, стіну на профілі для розміщення власних публікацій, функціонал реакцій на записи (як-от вподобання чи смайли) та коментарі до них, можливість підписки на сторінки спільнот та профілі інших людей. Також можливе додавання друзів, користування приватними повідомленнями, тощо.

Виділяють такі основні функції соціальних мереж:

- створення, наповнення та керування профілями користувачів, які формують образ особистості в онлайн середовищі;
- пошук інформації за певними критеріями, до прикладу, ім'ям, інтересами, спільнотами, тощо;
- налагодження контактів у середовищі. Це може відбуватися, зокрема, за допомогою спільних контактів, інтересів, навчання в одному університеті чи робота в одній компанії;
- керування контактами за допомогою додавання чи видалення профілів користувачів зі списку друзів, створення спеціальних тегів для окремих профілів або застосування обмежень для інших користувачів;
- обізнаність про діяльність, поточний стан та зміни у житті власників профілів, що реалі-

зується через непряме спілкування, приміром, нотифікацією про день народження;

– обмін інформацією через пряме (приватні повідомлення) та непряме (записи на стіні профілю) спілкування;

– об'єднання задля досягнення певної мети, наприклад, створення групових чатів чи приєднання до спільнот;

– задоволення психологічних потреб, скажімо, потреби у спілкуванні шляхом знайомства з новими людьми (Яремчук, 2019; Greenhow, 2019).

Зазначимо, що на сьогодні, мережа Інтернет пропонує велику кількість різноманітних соціальних сервісів, які використовують для різних цілей, однією з яких є організація навчального процесу.

Для проведення нашого дослідження ми обрали соціальну мережу *Instagram* – одну з найпопулярніших соціальних мереж для спілкування, обміну і поширення фотографій та відеозаписів. Функціонал мережі дозволяє легко розміщувати записи з навчальним матеріалом, підкріплені інформацією у коментарях, які з'являються у стрічці новин, підписаних користувачів. Варто зазначити, що стрічка новин – це вкладка, яка відкривається завжди першою, що привертає увагу до останніх новин (Douglas, 2019).

Для розробки власної UX-орієнтованої моделі Instagram каналу для вивчення англійської мови було проаналізовано вісім Instagram каналів, змістом яких передбачено англомовну практику. Усі зазначені нижче профілі мають свої особливості та принципи подачі інформації користувачеві.

Аналіз досліджуваних акаунтів було здійснено за такими критеріями: *структура каналу, зміст контенту, зручність використання, ефективність для вивчення англійської мови, рекомендований рівень англійської мови, недоліки каналу*.

Канал **@bbclearningenglish** – офіційний акаунт BBC Learning English із професійною структурою та фокусом на British English. Контент каналу включає короткі Reels, каруселі з інфографікою, вікторини в Stories і Highlights (Grammar, Vocabulary, Pronunciation). Частота оновлень є регулярною (3-5 публікацій на тиждень), що підтримує системність навчання. Аналіз публікацій за 2025 рік свідчить про постійну активність каналу та зв'язок із актуальними подіями та новинами.

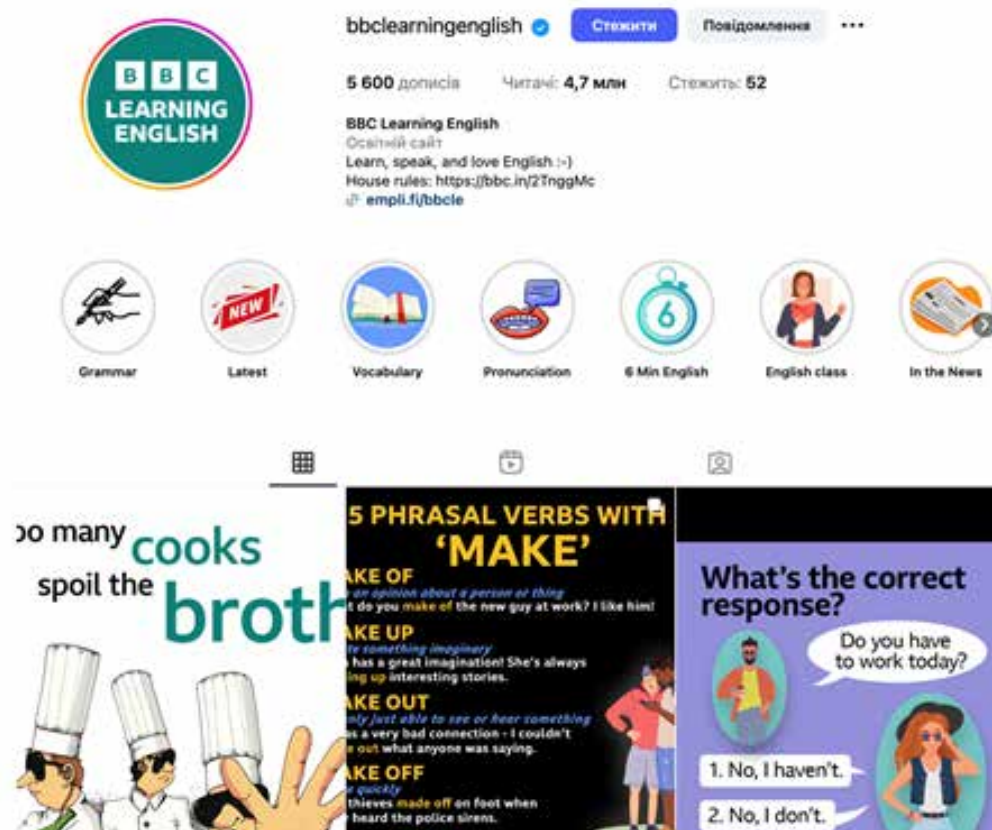


Рис. 1. Офіційний акаунт BBC Learning English в Instagram

Тематика охоплює граматику, лексику, вимову, слухання та культурні аспекти через реальні мовні ситуації й новини. Формат зручний для мобільного перегляду, з субтитрами, яскравою візуалізацією та високою інтерактивністю (вікторини, коментарі). Контент безкоштовний, але для повного доступу до подкастів потрібен перехід на сайт BBC. Рекомендований для рівнів A2-C1, оскільки підходить для формування базових основ, підготовки до іспитів і вдосконалення навичок. Початківцям (A1) може бути складно через пояснення англійською без перекладу. Щодо недоліків, то це відсутність повноцінного курсу в Instagram, залежність від зовнішніх ресурсів (сайт BBC), обмежена інтерактивність, складність для початківців (рівень A1).

Таким чином, BBC Learning English є надійним і популярним ресурсом для практичного вивчення англійської мови, що поєднує сучасний контент із професійною подачею. Для повноцінної роботи з навчальними матеріалами рекомендовано використовувати разом із офіційним сайтом.

Канал **@cambridgeenglish** – офіційний акаунт University of Cambridge, орієнтований на широку аудиторію, що вивчає англійську та готується до сертифікацій Cambridge English. У біо наголошується на розвитку через навчання та підтвердження навичок. Контент представлений короткими Reels, графіками, каруселями, квізами та Stories із тематичними Highlights (Vocabulary, Grammar, Exams, Pronunciation). Частота публікацій є регулярною (2-4 публікації на тиждень), з фокусом на сезонні теми (новорічні привітання), рекомендації, щодо прочитання книг, зв'язок із актуальними подіями (Cambridge Day, реєстрація на іспити, тощо).

Тематика охоплює лексику, граматику, вимову, підготовку до іспитів (IELTS, B2 First, C1 Advanced), а також культурний контекст через літературу і події. Формат зручний для мобільного навчання, із субтитрами та яскравими візуальними елементами. Висока інтерактивність завдяки квізам, опитуванням і закликам до коментарів. Рекомендований для рівнів A2-C1, оскільки підходить для формування

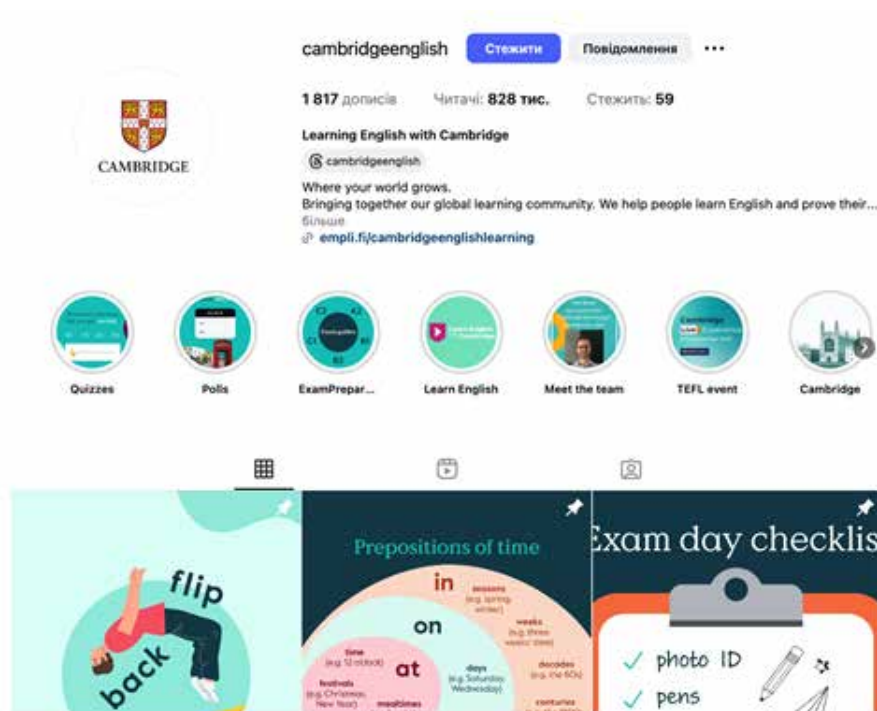


Рис. 2. Офіційний акаунт University of Cambridge в Instagram

базових знань, підготовки до іспитів і вдосконалення навичок. Початківцям (A1) може бути складно через пояснення без перекладу. Щодо недоліків, то це відсутність структури (контент не є повноцінним курсом, залежить від зовнішніх ресурсів), складний для початківців, обмежена персоналізація.

Підсумовуючи сказане вище, зауважимо, що канал Cambridge English – це авторитетний та ефективний ресурс для вивчення англійської мови від University of Cambridge, з акцентом на практичні навички, квізи та підготовку до іспитів через короткі Reels та графіки. Він ідеально підходить для мотивуючого навчання, особливо для тих, хто прагне сертифікації чи культурного контексту. Для повноцінної роботи з навчальними матеріалами рекомендовано використовувати разом з офіційним сайтом Cambridge.

Канал **@ewa.english** – офіційний акаунт додатка EWA, що просуває інтерактивне вивчення англійської через фільми, серіали, книги та аудіокниги. Біо акцентує на підписці на додаток. Контент складається переважно з коротких Reels, каруселей, квізів і live-рекопів, з регулярними публікаціями (3-5 на тиждень) та активністю у 2025 році. Візуальний стиль яскравий, інтерактивність висока, з колабораціями викладачів.

Тематика охоплює лексику, граматику, фразові дієслова, вимову, слухання та культурний контекст через розважальні формати. Канал демонструє високий рівень юзабіліті, що відповідає сучасним вимогам мобільного навчання. Візуальна складова є яскравою та привабливою, з використанням брендів елементів EWA, чітких шрифтів та субтитрів у відео. Канал ефективний для практичного засвоєння завдяки поясненням, квізам і live-сесіям. Мотивація підтримується веселими темами та активною спільнотою.

Рекомендований для рівнів A1-C1, оскільки підходить початківцям для базової лексики, середньому рівню для граматики та розмовної практики, просунутим – для вдосконалення бізнес-англійської та культурних нюансів. Серед недоліків можна виділити відсутність повноцінної структури, залежність від додатка для глибшого навчання, можливі технічні проблеми під час live, складність для абсолютних новачків через пояснення англійською без перекладу, комерціалізація через просування платного контенту.

Сказане вище, дозволяє констатувати, що **@ewa.english** – динамічний, інтерактивний ресурс для веселого й практичного вивчення англійської мови з акцентом на мультимедійні методи, рекомендований для мотиваційного навчання та доповнення офлайн-курсів.

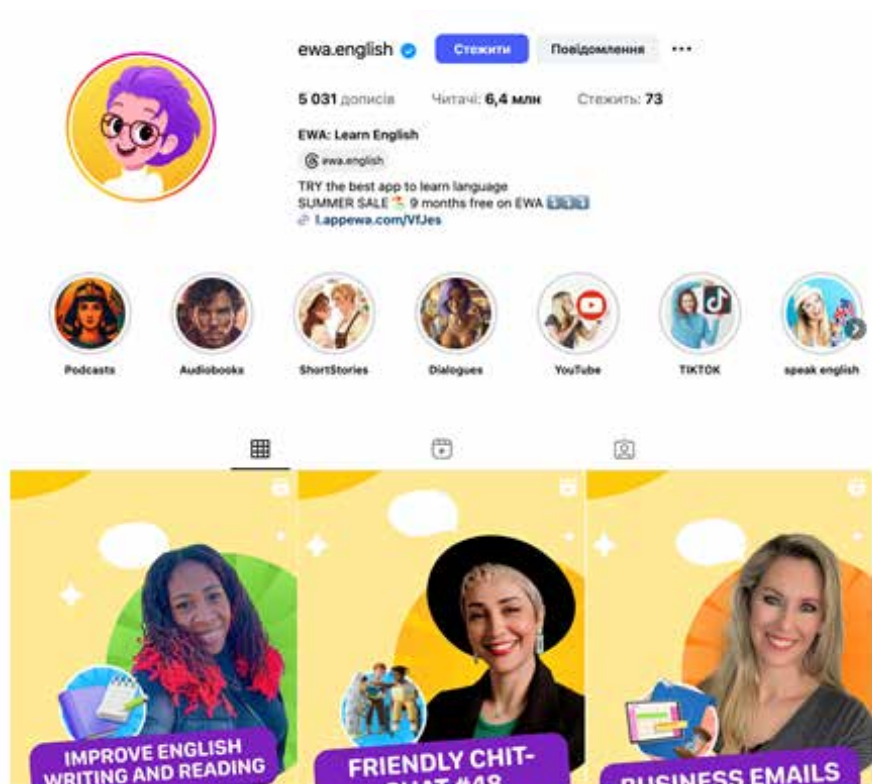


Рис. 3. Офіційний акаунт додатку EWA в Instagram

Канал **@annavelychko_english** – це особистий освітній акаунт Анни Величко (Mrs. Ann), орієнтований на україномовну аудиторію. Біо поєднує англійську та українську мови, акцентує на гуморі, мотивації та сертифі-

кації Cambridge. Контент складається переважно з коротких Reels, каруселей, мотиваційних цитат та порад. Регулярність публікацій – 2–4 на тиждень, активність збережена у 2025 році.

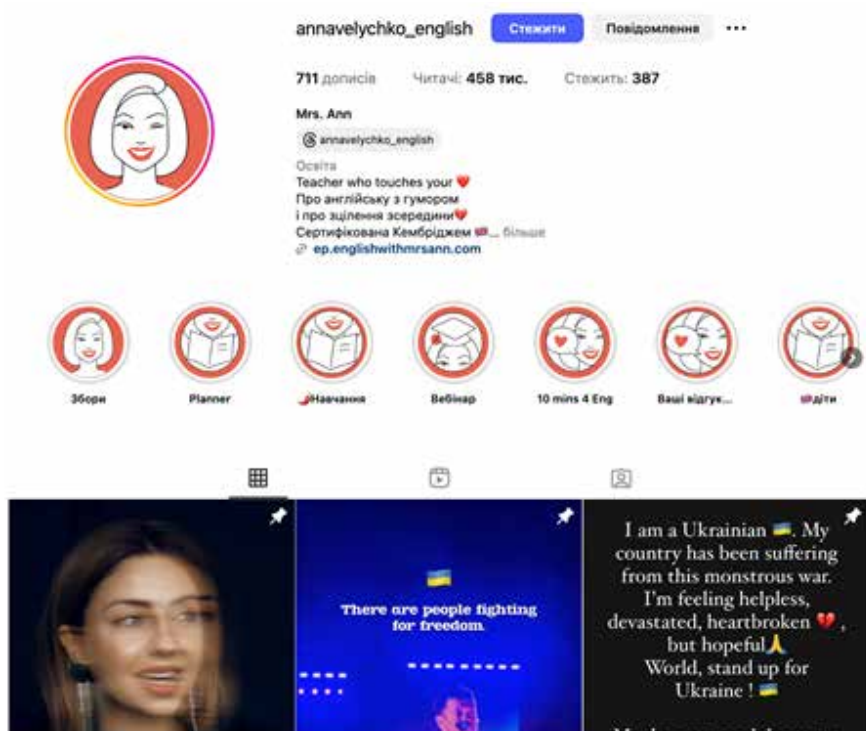


Рис. 4. Особистий освітній акаунт Анни Величко (Mrs. Ann) в Instagram

Тематика зосереджена на вивченні англійської з гумором, мотивацією та особистісним зростанням (healing), поєднуючи лексику, граматику, культуру та підготовку до іспитів. Пости 2025 року охоплюють сучасні життєві теми та навчальні поради. Візуальний стиль яскравий і емоційний, із субтитрами українською та англійською, фото автора, ілюстраціями для мотивування і навчання. Висока інтерактивність через заклики до коментарів і хештеги. Канал зручний для мобільного навчання, із короткими відео та субтитрами, що полегшують сприйняття. Посилання ведуть до платформи для курсів.

Ефективність проявляється у мотиваційному підході, гуморі та інтерактивності, що сприяє практичному засвоєнню матеріалу. Підходить для рівнів A1-C1, з особливим комфортом для початківців завдяки українським поясненням, а також для середнього і просунутого рівнів через мотивацію та живі приклади. Щодо недоліків, то це відсутність повноцінної структури курсу, змішування тем навчання з особистісним розвитком, деяка комерціалізація через просування курсів, можливі складнощі для абсолютних новачків через англійськомовні ролики без перекладу.

Таким чином, @annavelychko_english – популярний та ефективний канал для емоційного, гумористичного навчання англійської мови серед україномовних користувачів, який рекомендовано доповнювати системними курсами для глибшого вивчення.

Канал @englishwithlucy – це особистий освітній акаунт Люсі, орієнтований на глобальну аудиторію, що вивчає англійську, з акцентом на британську вимову та бізнес-англійську. Біо просуває 30-денну програму вдосконалення вимови. Контент переважно складається з коротких Reels, каруселей та інфографік, регулярно публікується 2-4 рази на тиждень, активність збережена у 2025 році.

Тематика включає лексику, граматику, британську вимову, бізнес-англійську, культурні та кар'єрні аспекти, з практичними порадами й мотивацією. Пости 2025 року охоплюють сучасні життєві теми, тренди у навчанні та просування курсів. Канал зручний для мобільного навчання, з короткими відео та субтитрами, посиланнями на зовнішні ресурси (YouTube, курси). Візуальний стиль яскравий і професійний, із чіткими шрифтами, субтитрами та гумо-

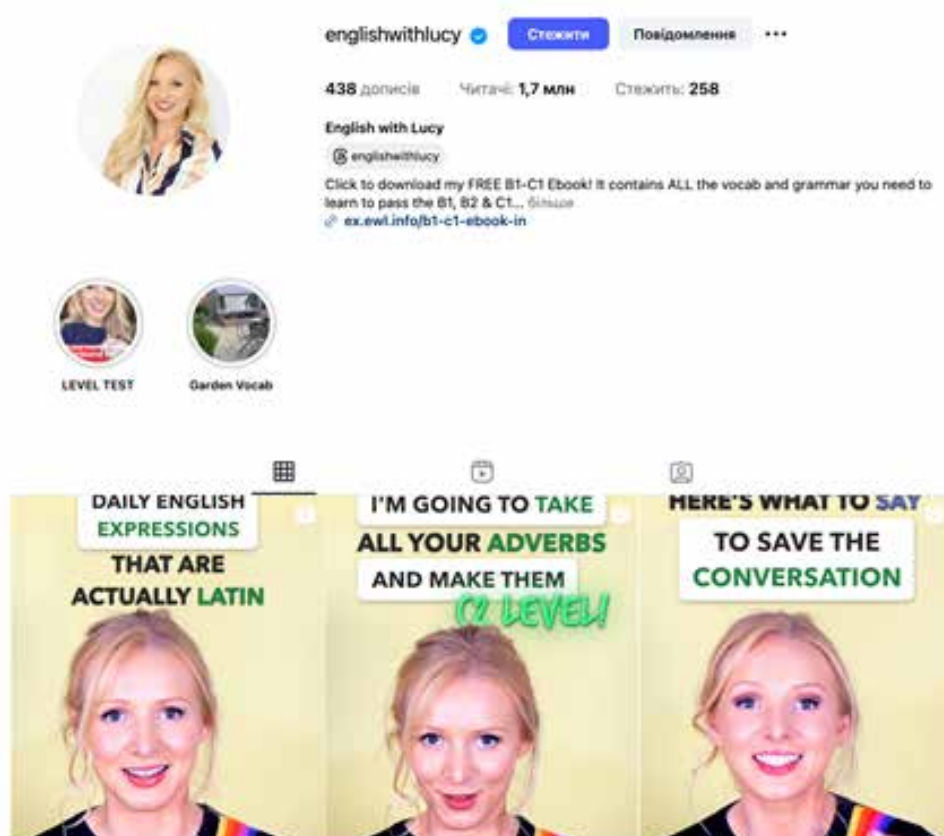


Рис. 5. Особистий освітній акаунт Люсі (Lucy) в Instagram

ристичними елементами, що підсилюють мотивацію. Висока інтерактивність через заклики до коментарів та хештеги.

Ефективність забезпечується харизматичною подачею, чіткими прикладами та регулярним повторенням. Особлива увага до британської вимови сприяє покращенню слухання та артикуляції.

Рекомендовано для рівнів A2-C2:

- A2 – прості фрази та вимова;
- B1-B2 – бізнес-англійська та розширення лексики;
- C1-C2 – просунуті теми автентичності, кар'єри.

До недоліків варто віднести відсутність повної структури курсу, комерційний акцент на програмах, складність для абсолютних початківців через відсутність перекладу, нерегулярність постів.

Аналіз сказаного вище дозволяє зробити висновок, що *@englishwithlucy* є популярним та ефективним ресурсом для мотиваційного навчання з практичним акцентом на British English, ідеальний для доповнення системних курсів. Активний у 2025 році, рекомендовано

активно брати участь у коментарях для закріплення знань.

Канал *@learnenglishwithmusicsg* має просту тематичну структуру, орієнтовану на вивчення англійської мови через музику. Біо позиціонує його як ресурс для вивчення англійської з піснями, з акцентом на запам'ятовування лексики та фраз через популярні мелодії. Контент складається переважно з коротких відео (Reels) з уривками пісень, каруселей з текстовими поясненнями та ілюстраціями, регулярно публікується 2–4 рази на тиждень, активність збережена у 2025 році.

Канал зручний для мобільного навчання завдяки коротким форматам і субтитрам. Інтерактивні завдання сприяють активній участі аудиторії. Візуальний стиль яскравий, музичні мотиви відображені в ілюстраціях і графіці, субтитри допомагають сприймати матеріал. Висока інтерактивність через заклики до коментарів, вікторини та хештеги.

Контент зосереджений на лексиці, ідіомах, фразових дієсловах і культурному контексті пісень, що робить навчання веселим і мотивуючим. Відео охоплюють теми від базових

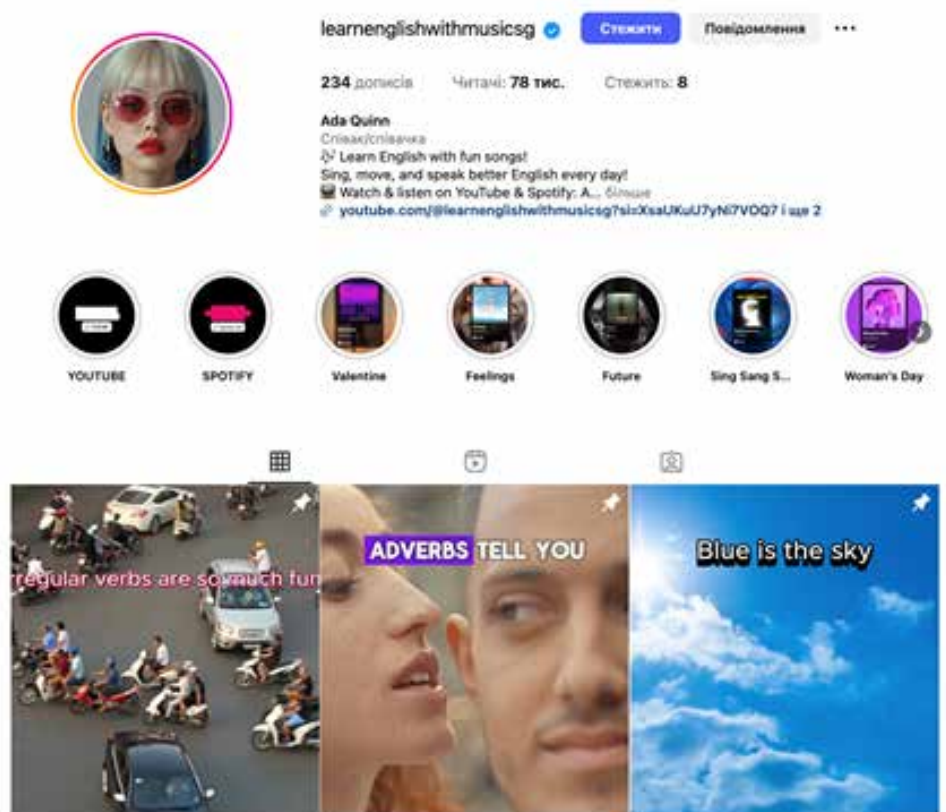


Рис. 6. Акаунт для вивчення англійської мови через музику в Instagram

простих пісень до середніх рівнів з ідіомами та сленгом. Ефективність базується на використанні музики для тренування слухання, вимови та запам'ятовування лексики. Повторення через пісні та вікторини посилюють засвоєння.

Рекомендований для рівнів A1-B2:

- A1-A2 – для базової лексики та слухання через прості пісні;
- B1-B2 – для вивчення ідіом і сленгу;
- C1-C2 – канал може бути надто простим.

Недоліками можна вважати обмеження граматичного матеріалу, нерегулярність оновлень, відсутність повної структури курсу, англійська мова пояснень може бути складною для початківців.

Підсумовуючи сказане вище, зауважимо, що @learnenglishwithmusicsg – зручний і мотивуючий ресурс для навчання англійської через музику, особливо для початківців і середнього рівня. Активний у 2025 році, ідеальний для доповнення системних курсів. Рекомендовано активну участь у коментарях і регулярне повторення матеріалів.

Проведений аналіз освітніх Instagram-каналів, присвячених вивченню англійської мови, засвідчив наявність як сильних сторін (системність подачі матеріалу, інтерактивність, візуальна привабливість), так і певних обмежень (фрагментарність контенту, відсутність адаптації до україномовної аудиторії, брак структурованості у відповідності до рівнів CEFR). Зокрема, було виявлено, що значна частина проаналізованих ресурсів орієнтована на глобального користувача, тоді як специфічні потреби українських здобувачів залишаються недостатньо врахованими.

Виходячи з цього, виникла потреба у розробці власної концептуальної моделі Instagram-акаунту, яка б поєднала системність академічних ресурсів, емоційність і креативність популярних блогів, а також адаптивність до мовних і культурних потреб україномовної аудиторії. Нижче представлено опис такої моделі, що враховує результати аналізу та пропонує оптимізовану структуру для щоденного вивчення англійської мови.

Обґрунтування UX-орієнтованої моделі Instagram-каналу для вивчення англійської мови.

Цільова аудиторія. Запропонована модель Instagram-акаунту орієнтована на користувачів

із рівнями володіння англійською мовою від A1 до C1 (відповідно до шкали CEFR). Контент диференційовано за складністю, що дає змогу залучати як початківців, так і просунутих користувачів. Основну групу становлять молодь та дорослі у віковій категорії 18–40 років, які прагнуть здійснювати щоденну англійську практику. Особливий фокус зроблено на україномовних користувачах, для яких оптимальним є двомовний формат (UA+EN).

Структура контенту. Контентна модель включає кілька форматів:

- Reels (30-60 секунд) – пояснення граматики, вимови, особливостей сленгу та життєвих ситуацій;
- каруселі (3-6 слайдів) – інфографіка на тему “Word of the Day”, граматичні правила, фразові дієслова;
- Stories та Highlights – інтерактивні опитування, квізи, міні-тести та тематичні добірки;
- мотиваційні пости (гумор, цитати, меми з мовними поясненнями);
- колаборації та live-ефіри з викладачами, блогерами й носіями мови.

UX-рішення. Акаунт орієнтований на мобільне користування: усі публікації мають субтитри, великий шрифт і візуальне структурування. Колірна палітра поєднує світлий фон та акцентні відтінки (синій, зелений, помаранчевий). Для навігації використовуються Highlights і серії постів, наприклад, «7 днів із Present Perfect». Важливим елементом є інтерактивність у вигляді Challenge-завдань.

Частота публікацій. Запропонований розклад передбачає:

- Reels – 3 рази на тиждень;
- каруселі – 2 рази на тиждень;
- Stories – щоденно.

Модель залучення. Залучення користувачів відбувається через практику у коментарях (створення власних прикладів), використання хештегів (#EnglishWithFun, #LearnEnglishDaily, #TimeOfEnglish), а також публікацію user-generated content.

Адаптивність за рівнями:

- A1-A2 – пояснення українською з англійськими прикладами;
- B1-B2 – контекстні завдання, робота з автентичними текстами;
- C1 – матеріали з новин, інтерв'ю, музики та серіалів.

Потенційні обмеження та рішення. Виявлені обмеження та їхні можливі вирішення:

- відсутність системності – запровадження серій постів як міні-курсів;
- складність для початківців – використання двомовного контенту;
- залежність від зовнішніх ресурсів – створення автономного навчального циклу в межах публікацій.

Висновки. Запропонована модель освітнього Instagram акаунту поєднує у собі найкращі практики різних форматів цифрового навчання. Вона інтегрує академічну структурованість, характерну для провідних освітніх ресурсів на зразок BBC та Cambridge, що забезпечує системність і відповідність рівням CEFR. Одночасно використано інтерактивні елементи, властиві мобільним додаткам (наприклад, EWA), які підвищують рівень залучення та сприяють формуванню регулярної навчальної звички.

Додатковою складовою є емоційність і персоналізація, запозичені з освітніх блогів, де гумор, меми та неформальні приклади роблять процес навчання більш доступним і мотивуючим. Окремо наголошено на творчому підході до візуалізації контенту – використанні яскравої інфографіки, серій постів та інтерактивних форматів, що підвищують зрозумілість і мобільну зручність.

Таким чином, модель орієнтована не лише на інформативність, а й на користувацький досвід (UX), що передбачає зручну навігацію, короткі та адаптивні матеріали, двомовність (UA+EN) для початківців і поступове ускладнення контенту для просунутих рівнів. У результаті Instagram акаунт набуває функцій сучасного, зручного та інноваційного освітнього інструменту, здатного забезпечити щоденну англомовну практику та сприяти формуванню відповідних мовленнєвих навичок.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Луценко Є. О., Григор'єва С. В. Соціальні мережі як феномен сучасного суспільства. *Розвиток сучасного українського суспільства у соціологічному вимірі: Матеріали XI міжнар. наук.-практ. конф.* 13 грудня 2024 р. Харків: НТУ «ХПІ», 2024. С. 69–73. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/bitstreams/72700873-17a1-43dd-9864-bc835ea0975d/download>
2. BBC Learning English. Instagram-акаунт @bbclearningenglish URL: <https://www.instagram.com/bbclearningenglish>
3. Cambridge English. Instagram-акаунт @cambridgeenglish URL: <https://www.instagram.com/cambridgeenglish>
4. Carpenter, J. P., Morrison, S. A. How and Why are Educators Using Instagram? *Teaching and Teacher Education*. Volume 96, 2020. URL: <https://doi.org/10.1016/j.tate.2020.103149>
5. Douglas, N.K.M., Scholz, M., Myers, M.A. et al. Reviewing the Role of Instagram in Education: Can a Photo Sharing Application Deliver Benefits to Medical and Dental Anatomy Education? *Med.Sci.Educ.* 29, 2019. 1117-1128. URL: <https://doi.org/10.1007/s40670-019-00767-5>
6. English with Lucy. Instagram-акаунт @englishwithlucy URL: <https://www.instagram.com/englishwithlucy>
7. EWA English. Instagram-акаунт @ewa.english URL: <https://www.instagram.com/ewa.english>
8. Greenhow, C., Galvin, S. M., & Staudt Willet, K. B. What Should Be the Role of Social Media in Education? *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences*, 6(2), 2019. 178-185. URL: <https://doi.org/10.1177/2372732219865290>
9. Learn English with Music. Instagram-акаунт @learnenglishwithmusicsg URL: <https://www.instagram.com/learnenglishwithmusicsg>
10. Merriam-Webster Online Dictionary. Social network URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20network>
11. Mrs. Ann. Instagram-акаунт @annavelychko_english URL: https://www.instagram.com/annavelychko_english
12. Salo, M. & Pirkkalainen, H. & Koskelainen, T. Technostress and Social Networking Services: Explaining Users' Concentration, Sleep, Identity, and Social Relation Problems. *Information Systems Journal*, 29, 2018. 408-435. URL: <https://doi.org/10.1111/isj.12213>
13. Salehudin M., Hamid A. Instagram User Experience in Learning Graphic Design. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (IJIM)*. Vol. 14, No. 11, 2020. 183-199. URL: <https://doi.org/10.3991/ijim.v14i11.13453>
14. Schukei, A. A Guide to Using Instagram in the Classroom. *The Art of Education University*. 2018. URL: <https://theartofeducation.edu/2018/04/09/a-guide-to-using-instagram-in-the-classroom/>
15. The History of Social Networking: How It All Began! URL: <https://1stwebdesigner.com/history-of-social-networking/>

REFERENCES:

1. Lutsenko, Yel., & Hryhorieva, S. (2024). Sotsialni merezhi yak fenomen suchasnoho suspilstva [Social Networks as a Phenomenon of Modern Society.] *The Development of Modern Ukrainian Society in Sociological Terms: Materials*

- of the XI International Scientific and Practical Conference. Kharkiv: NTU "KhPI", 69–73. Retrieved from: <https://repository.kpi.kharkov.ua/bitstreams/72700873-17a1-43dd-9864-bc835ea0975d/download> [in Ukrainian]
2. BBC Learning English. Instagram-акаунт @bbclearningenglish. Retrieved from: <https://www.instagram.com/bbclearningenglish>
3. Cambridge English. Instagram-акаунт @cambridgeenglish. Retrieved from: <https://www.instagram.com/cambridgeenglish>
4. Carpenter, J. P., Morrison, S. A. (2020). How and Why are Educators Using Instagram? *Teaching and Teacher Education*. Volume 96. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.tate.2020.103149>
5. Douglas, N.K.M., Scholz, M., Myers, M.A. et al. (2019). Reviewing the Role of Instagram in Education: Can a Photo Sharing Application Deliver Benefits to Medical and Dental Anatomy Education? *Med.Sci.Educ.* 29. 1117-1128. Retrieved from: <https://doi.org/10.1007/s40670-019-00767-5>
6. English with Lucy. Instagram-акаунт @englishwithlucy. Retrieved from: <https://www.instagram.com/englishwithlucy>
7. EWA English. Instagram-акаунт @ewa.english. Retrieved from: <https://www.instagram.com/ewa.english>
8. Greenhow, C., Galvin, S. M., & Staudt Willet, K. B. (2019). What Should Be the Role of Social Media in Education? *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences*, 6(2). 178-185. Retrieved from: <https://doi.org/10.1177/2372732219865290>
9. Learn English with Music. Instagram-акаунт @learnenglishwithmusicsg. Retrieved from: <https://www.instagram.com/learnenglishwithmusicsg>
10. Merriam-Webster Online Dictionary. Social network. Retrieved from: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20network>
11. Mrs. Ann. Instagram-акаунт @annavelychko_english. Retrieved from: https://www.instagram.com/annavelychko_english
12. Salo, M. & Pirkkalainen, H. & Koskelainen, T. (2018). Technostress and Social Networking Services: Explaining Users' Concentration, Sleep, Identity, and Social Relation Problems. *Information Systems Journal*, 29. 408-435. Retrieved from: <https://doi.org/10.1111/isj.12213>
13. Salehudin M., Hamid A. (2020). Instagram User Experience in Learning Graphic Design. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM)*. Vol. 14, No. 11. 183-199. Retrieved from: <https://doi.org/10.3991/ijim.v14i11.13453>
14. Schukei, A. (2018). A Guide to Using Instagram in the Classroom. *The Art of Education University*. Retrieved from: <https://theartofeducation.edu/2018/04/09/a-guide-to-using-instagram-in-the-classroom/>
15. The History of Social Networking: How It All Began! Retrieved from: <https://1stwebdesigner.com/history-of-social-networking/>

Дата надходження статті: 12.08.2025

Дата прийняття статті: 23.08.2025

Опубліковано: 15.10.2025