

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Острозька академія»
Інститут соціо-гуманітарного менеджменту
Кафедра журналістики та PR - менеджменту

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри журналістики та PR - менеджменту
(протокол № __ від _____ 2021 р.)

Завідувач кафедри _____ Роман ШУЛИК

Кваліфікаційний проєкт

на здобуття освітнього ступеня магістра
на тему: «Особливості висвітлення весільної
тематики на українських онлайн - платформах»

Виконала студентка групи Мжур - 61
спеціальності 061 Журналістика
Казімірська Ілона Ігорівна

Керівник - кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики та
PR-менеджменту
Національного університету «Острозька
академія»
Шулик Р. Т.

Рецензент - кандидат історичних наук,
доцент Охріменко Г.В

Острог - 2021

ЗМІСТ

Вступ 2

РОЗДІЛ 1 СПЕЦИФІКА ВИСВІТЛЕННЯ ВЕСІЛЬНОЇ ТЕМАТИКИ СУЧАСНОМУ

МЕДІА ПРОСТОРИ 5 1.1 Специфіка використання інструментів соціальної мережі Pinterest для висвітлення весільної тематики 5 1.2 Специфіка використання інструментарію соціальної мережі Instagram для висвітлення весільної тематики 8 Висновки до розділу 1 12

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ УКРАЇНСЬКИХ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ ВЕСІЛЬНОЇ ТЕМАТИКИ 13

2.1 Особливості функціонування, структура та спектр послуг онлайн-платформ «YesYes», «Пара молода», «Hot Wedding», «Best Wedding» 13 2.2 Порівняльний аналіз українських весільних онлайн-платформ 23

РОЗДІЛ 3. Проект весільного глянцевого каталогу 28 СПИСОК ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

37 ДОДАТКИ 38

Вступ

Актуальність. Однією із ключових функцій сучасної весільної періодики є формування і висвітлення тенденцій та кліше на основі існуючих стереотипів. Весільні видання мають значний вплив на думку та розуміння сучасного весілля. Апелюючи до авторитетного трактування, що пропонується на тематичних платформах, людина формує власне бачення, цілісну картинку та приймає рішення. Осмислюючи контентне наповнення тематичного ресурсу весільного спрямування у контексті його сприйняття пересічним користувачем, ми повинні розуміти, що одним із догматичних понять виступає тренд - нестійке і швидкозмінне поняття, об'єктивне висвітлення якого передбачає обробку значної кількості інформації та оперативної реалізації у медіасфері. Як показує практика, відсутність відповідної систематичної реактуалізації контенту таких ресурсів призводить до помилкового трактування діючого переліку

весільних трендів. Саме тому обрана проблематика дослідження є актуальною.

Стан наукової розробки теми. На сьогоднішній день, обрана мною тематика не досліджувалась у науковому контексті.

Метою виконання магістерського дослідження є системний аналіз, виявлення помилок та вирішення професійної проблеми, що ґрунтується на комплексному аналізі ринку весільних онлайн - платформ, створення інформаційного продукту у вигляді друкованого глянцевого гайду для наречених та всіх зацікавлених у даній сфері.

Реалізація мети дослідження передбачає виконання таких конкретних завдань:

- Розглянути та дослідити проблему висвітлення весільних тенденцій у соцмережах;
- Ознайомитись, проаналізувати та порівняти тематичні онлайн-платформи: «[YesYes](#)», «[Папа молода](#)», «[Hot Wedding](#)», «[Best Wedding](#)»;
- Сформулювати пропозиції та рекомендації щодо покращення висвітлення актуальної тематичної інформації;
- Розробити інформаційний продукт у вигляді глянцевого гайду з актуальними порадами для наречених та всіх зацікавлених у відповідній тематиці.

Об'єкт дослідження: українські весільні портали: «[YesYes](#)», «[Папа молода](#)», «[Hot Wedding](#)», «[Best Wedding](#)».

Предмет дослідження: особливості висвітлення весільної тематики на сторінках українських онлайн - платформ.

Матеріал дослідження: інформація з українських весільних порталів [«YesYes»](#), [«Пара молода»](#), [«Hot Wedding»](#), [«Best Wedding»](#). **Гіпотеза:** під час дослідження було зроблено припущення, що тенденції розвитку сучасного весілля, висвітлені на аналізованих онлайн - платформах, є застарілими та неактуальними.

Методи дослідження: спостереження, аналіз, синтез, моніторинг, індукція, систематизація, дослідження, порівняння, узагальнення, конкретизація.

Апробація результатів магістерської роботи. Основні результати дослідження були обговорені на Міжнародній науково-практичній конференції «RESULTS OF MODERN SCIENTIFIC RESEARCH AND DEVELOPMENT», 12-14 грудня 2021 року, Мадрид, Іспанія. Тези доповіді на тему «Особливості висвітлення весільної тематики на українських онлайн - платформах».

Структура роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. У вступі обґрунтовано актуальність дослідження, визначено його об'єкт, предмет, мету і завдання, практичне значення, апробацію матеріалів.

У другому розділі – розглядаються структурні елементи українських весільних порталів [«YesYes»](#), [«Пара молода»](#), [«Hot Wedding»](#), [«Best Wedding»](#). Третій розділ відображає основні проблеми та шляхи їх вирішення по тематиці дослідження. У висновках підведено підсумки роботи. Обсяг тексту роботи – 40 сторінок, список використаних джерел

включає 14 найменувань.

РОЗДІЛ 1 СПЕЦИФІКА ВИСВІТЛЕННЯ ВЕСІЛЬНОЇ ТЕМАТИКИ СУЧАСНОМУ МЕДІА ПРОСТОРИ

Низка соціальних досліджень, опитувань, та банальні закони логіки вказують на те, що тема весілля, насамперед, актуальна для молодшої аудиторії. Власне, це і є однією із причин для аналізу соцмереж у межах нашого дослідження. Однією із головних потреб у роботі із молодшою аудиторією є лаконічне, мультимедійне та влучне подання інформації. Існує твердження, що перше враження неможливо справити двічі. Такі реалії можна застосувати і для розвитку проєкту пов'язаного із весільною тематикою.

1.1 Специфіка використання інструментів соціальної мережі Pinterest для висвітлення весільної тематики

Pinterest — це фотохостинг для візуального пошуку ідей, які надихають: інтер'єр, мода, рецепти, подорожі, спорт, автомобілі, творчість, в тому ж числі і величезна кількість різноманітних весільних ідей. Весільні фахівці закликають всіх наречених звернути увагу на соціальну мережу Pinterest. Pinterest може стати джерелом натхнення коли справа доходить до планування весілля. Разом із Instagram, соціальна платформа Pinterest належить до візуальних, де головним контентом виступає зображення. Особливою популярністю Pinterest користується серед жіночої частини користувачів фотохостингу. Скачавши додаток на свій смартфон, кожен охочий може одразу налаштувавши його під свої інтереси. Наречені з легкістю можуть згрупувати всі ідеї у тематичні галереї (пінборди / pinboards), оцінити всі варіанти і вибрати ті, стиль яких подобається найбільше.

Фотографії, збережені у Pinterest з Інтернету, ведуть на первинний сайт-джерело. Це дуже зручно для користувачів, яким сподобалась певна

ідея, але інформації про неї недостатньо. Перейшовши за посиланням, яке зазначене у публікації, кожен охочий може значно детальніше ознайомитись з усім обсягом контенту. Часто у таких статтях розповідають про те, як зробити ефектні весільні декорації з підручних матеріалів своїми руками, витративши на це мізерну суму, яку обрати зачіску, сукню, макіяж, і як не платити шалені кошти за красиву картинку.

Найважливішим аспектом соціальної мережі Pinterest у діяльності ЗМІ є візуальна складова. Так, фахівці медіасфери вже довгий час рекомендують журналістам звернути увагу на Pinterest. У той час, як головною практикою вітчизняних медіа є поширення візуального контенту засобами більш звичайних для пересічного користувача соціальними мережами, закордонні колеги вже активно опановують новий сервіс та потенціал його можливостей.

Фотографія, що зазвичай трактується допоміжним засобом ілюстрації, у Pinterest перетворена на основний комунікаційний інструмент. Таким чином, більша увага звертається на функціональне наповнення фотографій їх [сторітеллінг](#). Кожна ілюстрація виконує роль уособлення історії, чим дозволяє створити міцніший і глибший емоційний контакт з аудиторією. Така перспектива є виграшною у діяльності тематичних медіа, зокрема і весільного спрямування.

- Окрім безпосереднього тематичного спрямування, медійники мають можливість використовувати візуальну складову Pinterest для:
1. Оголошення майбутніх публікацій за допомогою підібраних ілюстрацій, що допомагає забезпечити значно якіснішу інтерактивну діяльність та комунікацію з аудиторією;
 2. Тематичні дошки, що у Pinterest прийнято називати пінбордами можуть використовуватись для створення обкладинок, візуалізації статистичних даних через інфографіку.

3. Особливо актуальним завданням для медіа проєкту весільного спрямування є створення галерей, або ж підбірок ілюстрацій вузького спрямування (елементи декорацій, весільні стилі, новинки ландшафтного дизайну та інтер'єру, тенденції сфери) 4. Реактуалізація та своєрідне нагадування про висвітлені раніше тематики або ж пости, шляхом додавання нових фотографій до них. Таким чином, можна досягнути привернення уваги до будь-якого матеріалу без додаткових фінансових чи інтелектуальних затрат.

5. Останній за списком, але один із перших за значенням у сфері нашого дослідження є функціонал для створення портфоліо. Ні для кого не секрет, що будь-якому працівнику сфери візуального контенту не вдасться розрекламувати свої послуги виключно текстовими засобами комунікації. Ніщо так не може передати специфіку і професійні особливості фотографа, ніж його попередні роботи. Pinterest слугує своєрідною платформою, де професіонали сфери фото чи відеозйомки можуть презентувати результати своєї діяльності та показати себе із бажаної сторони.

Ще одним фактором успіху та затребуваності вищеописуваної мережі є створення емоційного зв'язку з аудиторією. Успішна візуальна комунікація має бути досягнута не лише за допомогою якісного контенту, а й завдяки міцному емоційному зв'язку з аудиторією. Бен Сілберман, співзасновник соціальної мережі, сказав: [«Особисто-тематичні дошки — це зручний спосіб дослідити світ»](#). Користувачі Pinterest підписуються на цікаві тематичні галереї замість сторінки компанії. Тому для тематичного ЗМІ дуже важливо зареєструвати профіль у Pinterest, щоб створити власну візуальну ідентичність — «оживити» особисту інформацію та поділитися деякими особистими речами з аудиторією.

Таким чином, ми можемо розцінювати соціальну платформу Pinterest, як один із шляхів повноцінного розвитку для тематичних вузькопрофільних медіа. Що також важливо, більш широкоформатні канали масової комунікації також активно залучають ресурси цієї мережі з метою залучення аудиторії. Так, враховуючи побажання та основні фактори, що сприяють успішній діяльності на вищезгаданому сервісі, традиційні широкоформатні ЗМІ, що працюють на масову аудиторію, можуть значно підвищити рейтинг своєї популярності та зв'язку з аудиторією.

Варто зауважити, що попри значний акцент на візуальному контенті саме розважального спрямування, Pinterest може стати соціальною платформою будь-якого напрямку, за умови якісної імплементації теми. Це означає, що його можна використовувати для розповсюдження журналістських матеріалів будь-якого рівня соціальної значимості, а не лише зображень про подорожі, естетику чи весілля.

Що є більше, такий інструмент як пінборд, може стати у нагоді будь-якому працівнику сфери медіа у потребі краудсорсингу - залучення аудиторії для збору тематичної інформації. Створивши тематичну галерею, для прикладу, присвячену трендовим декораціям класичного весільного стилю, можна надати можливість користувачам доповнювати її будь-якими завантаженими матеріалами, що на їх думку влучно доповнюватимуть цю галерею.

1.2 Специфіка використання інструментарію соціальної мережі Instagram для висвітлення весільної тематики

Ми можемо припустити, що весільна тематика ще не скоро втратить свою популярність чи докорінно зміниться. Як наслідок, komponувати її з медійним середовищем та втілювати як бізнес-ідею доволі перспективний

та актуальний напрямок. Однак, варто розуміти, що потреби поціновувачів таких вузькоспеціалізованих тематик постійно змінюються.

Instagram є саме тією платформою, що дозволяє створювати інформаційний продукт, або ж презентувати результати своєї діяльності максимально стисло, лаконічно та елегантно. Не важливо яким буде профільне спрямування вашої діяльності, вплив розвиненого бренду у соціальних мережах стане одним із факторів успіху, що перевірений часом та практикою. Феномен соціальних мереж дозволяє потенційному клієнту чи поціновувачу дізнатись про важливі деталі ще до безпосереднього знайомства. Таким чином, спрямовуючи свої ресурси на розвиток профілю на вищеназваній платформі, можна бути впевненим, що перше знайомство аудиторії пройде вдало.

Instagram — це потужна соціальна мережа, що базується на обміні фотографіями та відео. Pinterest та Instagram залучають схожу аудиторію. Користувачі цих соціальних мереж воліють споживати та розповсюджувати візуальний контент. Саме можливість задіювати у роботі будь-які мультимедійні навички дозволяє успішно та ефективно розвиватись на цій платформі. Інакше кажучи: текст, фото, аудіо чи відео контент має шанс викликати непідробний інтерес та зацікавлення живої релевантної аудиторії.

На відміну від Pinterest, в Instagram наречені можуть сконтактувати з підрядником, який сподобався, дізнатись про всі деталі та домовитись про особисту зустріч. Ця деталь є одним із найважливіших аспектів успішної діяльності за рахунок налагодження комунікації з аудиторією. Можливість поспілкуватись, відреагувати на побажання чи рекомендації користувачів, а також оперативно надати додаткову необхідну інформацію - комплексне вирішення більшості бізнес-процесів на єдиній платформі.

Свої сторінки в Instagram весільні підрядники перетворили на

справжнє професійне портфоліо, яке доповнюють особистими порадами з підготовки до свята, відгуками та фотозвітами з кожного проведеного весілля. Це вдало прослідковується на інстаграм - сторінках відомих українських організаторів [MOPISWEDDING & EVENTS](#). Вони не лише публікують свої вдалі проєкти, а й часто допомагають порадою нареченим, які вирішили організувати своє свято самостійно (як в постах, так і в особистих діалогах). Варто зазначити, що серед весільних організаторів таке можна побачити вкрай рідко, адже, таким чином, підрядники втрачають своїх потенційних клієнтів.

На своїй інстаграм - сторінці Moris пропонують декілька послуг: 1.

Організація весілля, дитячого та дорослого дня народження, корпоративу, хрестин;

2. Індивідуальний декор для кожної події;

3. Школа флориста, декоратора, організатора та координатора.

Важливо додати, що профіль команди Moris серед західноукраїнських конкурентів відзначається своєю професійністю, легкістю подачі та зручністю. У шапці профілю Moris додали посилання на власний онлайн - портал, де можна швидко дізнатись всю потрібну інформацію про бажану послугу, більш детально переглянути портфоліо та прочитати відгуки справжніх наречених.

Визначення весільний підрядник включає в себе чималий спектр професій та видів діяльності. Більшість із них не потребують, в силу специфіки своєї діяльності, особливої публічності та представництва в соціальних мережах. Однак, є серед них і ті, для кого питання медійності є основоположним та вкрай важливим. Для прикладу, весільний ведучий [Богдан Гнатів](#). За версією найбільш авторитетних агенцій Західної України і за підсумками 2020 року, Богдан входить у ТОП-5 найбільш затребуваних та високооплачуваних ведучих.

Його інстаграм - сторінка є яскравим прикладом того, як повинне виглядати портфоліо справжнього професіонала. Окрім різноманітних фотографій з весіль, Богдан завантажує безліч відео та подкастів про особливості роботи весільного ведучого.. Ведучий часто проводить онлайн - трансляції з іншими українськими підрядниками, у тому числі з відеографами, ведучими а фотографами.

У своїх ефірах професіонали розглядають такі теми:

1. Особливості проведення весілля в Україні та за кордоном;
2. Про що потрібно подумати перед подією, щоб весільне відео було таким, як цього хочуть наречені;
3. Яким повинен бути і скільки коштувати професійний весільний фільм;
4. Технічні аспекти в роботі фотографа, про які необхідно пам'ятати.

На інстаграм-сторінці Богдана можна побачити посилання на Ютуб, де нареченим пропонують переглянути промо-ролики і цікаві моменти з роботи ведучого на справжніх весіллях.

Окрім послуг ведучого, у профілі Богдан Гнатів рекламує авторський навчальний курс «Стань ведучим за 10 днів», де навчає початківців всіх особливостей весільного професіонала та розказує, де ж взяти перші замовлення.

Не менш вдалим кейсом з висвітлення весільної тематики на платформі Instagram є [«Літепло»](#). «Літепло» - це локація, що знаходиться 30 км від Тернополя для святкування різноманітних подій. На своїй сторінці адміністратори детально висвітлюють атмосферу, цінність та місію простору, розказують нареченим як доїхати з різних міст України, показують процес будівництва, знайомлять з командою, яка працює на локації. У вибраних історіях молодята можуть переглянути фото та відео - огляди з усіх подій, які відбувалися на локації, 90% яких - саме весілля.

Також, власники «Літепло» часто відповідають на різноманітні питання підписників та потенційних наречених, серед них: 1. Як виникла така незвичайна назва?

2. Що надихнуло вас на створення такого пейзажного простору?

3. Які умови співпраці?

4. Наскільки складно організувати весілля в «Літепло» на відстані, якщо молодята з іншої області?

5. Чи є місце, відведене для дітей?

6. Чи можна організувати трансфер для гостей на вашу локацію? 7. Чи підтримує кейтеринг акуратність та естетику під час проведення свята?

Окрім основної послуги (локації для проведення подій), в «Літепло» користується надзвичайною популярністю двоповерховий будинок, який розташований на території простору. Основне призначення якого - готель для молодят.

Зазвичай, будиночок використовують для кількох цілей:

1. Для красивого ранку нареченої / нареченого;

2. Місце першої зустрічі молодят;

3. Для фотосесії (фотостудія у стилі всієї локації серед красивої природи, з якої відкривається неймовірно красива панорама);

4. Перший сніданок в статусі чоловіка і дружини.

На своїй Instagram - сторінці, «Літепло» дописують пости з моральною підтримкою для наречених, порадами, всіма етапами підготовки до свята, нюансами та особливостями локації. У шапці профілю також є посилання на сайт «Літепло», де можна переглянути відгуки, поставити питання фахівцям, прочитати про цінності простору, а також, ознайомитись із цінами.

Висновки до розділу 1

У першому розділі ми розглянули передумови популярності та специфіку висвітлення весільної тематики у соціальних мережах Pinterest та Instagram. Ми дійшли до висновку, що ці два фотохостинга можна розцінювати як один із шляхів повноцінного розвитку для тематичних вузькопрофільних медіа. Варто зазначити, що підрядники, які розвивають свої сторінки на даних онлайн - платформах, користуються більшим попитом ніж ті, які, наприклад, шукають клієнтів на OLX. Не менш важливим є розуміння, що праця із візуальним контентом, спрямованим на молоду аудиторію, передбачає постійне оновлення технічного та технологічного арсеналу із метою реактуалізації висвітлюваного контенту.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ УКРАЇНСЬКИХ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ ВЕСІЛЬНОЇ ТЕМАТИКИ

2.1 Особливості функціонування, структура та спектр послуг онлайн-платформ «YesYes», «Пара молода», «Hot Wedding», «Best Wedding»

Одним із базових термінів дослідження є поняття «весільне видання» – тематичний веб-ресурс чи друкований журнал, що пов'язаний із тематикою весілля. Основна аудиторія, на яку спрямована діяльність таких медіа – молоді пари та весільні підрядники, що намагаються «тримати руку на пульсі».

У рамках дослідження ми проаналізували контент українських весільних видань у контексті їх сприйняття пересічним читачем. Це обумовлено тим, що підрядник – людина профільного спрямування, що володіє, як мінімум, базовим понятійним апаратом та розумінням реалій

своєї робочої сфери.

У процесі нашого дослідження ми виявили, що інформація, котра розміщується на аналізованих ресурсах не завжди є валідною і коректною. Це, як правило, відбувається за декількох причин:

- відсутність своєчасної реактуалізації контенту;
- недостатня освіченість автора у описуваній тематиці;
- маніпулювання аудиторіальною думкою за рахунок висвітлення

суб'єктивних уподобань під виглядом загальноприйнятих трендів.

Безумовно, інформаційне наповнення порталу – справа його власника, однак, розглядаючи контент у периферії бачення пересічного користувача, ми відкриваємо для себе ряд фундаментальних проблем.

Перш за все, варто чітко розуміти мету існування подібних видань. Це не лише інформування зацікавленої аудиторії, а й, значною мірою, вплив на її сприйняття актуальних тенденцій весільної тематики заохочення контакту з власниками.

Одним із перших аналізованих видань є всеукраїнський весільний портал «Пара молода». Ресурс створений у форматі тематичного блогу, містить 4 рубрики: «Каталог», «Статті», «Фото ідеї», «Про нас». Розділ «Каталог» дає змогу нареченим познайомитись з спеціалістами з усіх регіонів України на будь-який смак та гаманець, так звана база весільних професіоналів. Категорія «Статті» містить дописи та поради на різноманітні тематики і світові новини у сфері весілля. Рубрика «Фото ідеї» послуговує натхненням для молодят, а в графі «Про нас» кожен охочий може ознайомитись з ідеєю проєкту та способами розміщення реклами.

Позиціонуючи себе як авторитетне видання весільної тематики, «Пара молода» ранжується одним із перших веб-ресурсів у пошуковій системі Google. На нашу думку, допублікаційний контент-аналіз майбутніх публікацій повинен відповідати таким критеріям, як актуальність та

доцільність розміщення інформації.

Апелюючи до таких популярних ключових запитів, як «сучасне весілля», «тренди» і т.д., автор подає нам суб'єктивні міркування, що базуються на особистих уподобаннях та згадках про традиції. Безумовно, такий матеріал допустимий у тому випадку, коли він виконує функцію інформування зацікавленої аудиторії про традиції предків, однак у розрізі трендовості він дезінформує читача. Як наслідок формує, викривлене сприйняття цілісної картини реалій сучасних весіль.

Варто виділити той факт, що «Пара молода» на своїй платформі дописують матеріали, цитуючи всеукраїнський фольклорно-етнографічний часопис за грудень 1996 р., що, вочевидь, послаблює актуальність запропонованого матеріалу в цілому. Розуміння ідеального сучасного весілля для наречених відрізняється не лише від пари до пари, а й у поколіннях. Традиції, що сучасні весільники схильні вважати пережитками минулого, теж були свого часу актуальними. Як наслідок, відмова від певних історичних традицій на користь осучаснення свята – цілком нормальна практика, яка, однак, може викликати непорозуміння зі старшими поколіннями.

Тема традицій і звичаїв наскрізною ниткою проходить крізь наше дослідження, оскільки спекуляція на цій сфері є одним із найбільш поширених випадків маніпуляції думкою аудиторії, коли автор подає власні уподобання та переконання під виглядом трендів сучасності.

Веб-ресурс «Пара молода» застосовує такі заголовки як: «Давні обряди в сучасному звучанні», «Європейські обряди, які прижились в нас», «Призабуті традиції, які ви можете відновити на своєму весіллі», «Український банкет за старим стилем». Об'єктивно аналізуючи ці тематики на предмет актуальності та доцільності розміщення, ми повертаємось до тези, що була зазначена вище. Популяризація контенту, що

має тенденцію спаду у практиці сучасних весільних трендів, прямопропорційна розповсюдженню фейків у зв'язку із тим, що такий формат подачі інформації, хоч і передбачає його полегшене розповсюдження, але імплементує в цілісну картину бачення актуальних реалій хибну інформацію.

«Сучасне весілля – це синтез усіх можливих традицій, як давньоукраїнських, так і західних. Наші предки дотримувалися чистоти традицій та їхньої автентичності. Окремі весільні обряди дійшли до нас із сивої давнини. Та, на жаль, нам, мабуть, вже не відтворити українських колоритних танців, традиційного меню та дивовижної атмосфери» - зазначив автор тексту.

Кажуть, усе нове – це добре забуте старе. На весільному порталі «Пара молода» можна побачити поради з реінкарнацією давніх весільних обрядів у сучасному форматі свята. Так званий короткий гайд про те, як все відбувалося сто років тому та як це можна обіграти тепер.

«Колись у селах існував дуже цікавий звичай. Наречена, перш ніж переступити поріг будинку майбутнього чоловіка, повинна була кинути на підлогу глиняний горщик. Якщо він розбився – це означало, що вона зберегла свою цноту. У багатьох областях на другий день весілля глиняні горщики починали бити гості. Розбивають посуд і сьогодні, коли матері окроплюють молодих на виході із будинку нареченої, а потім кидають додола тарілки, у яких була освячена вода та зерно пшениці. Потім молоді проходять по розбитому склу, розбиваючи його на ще дрібніші друзки. Іноді за уламками визначають, хто у пари народиться першим: якщо осколки великі – значить хлопчик, якщо дрібні – дівчинка. Та загалом, ритуал сповнений іншим змістом: осколки символізують роки щастя для молодої пари. Колись хрещені батьки збирали черепки і несли до річки, щоб вода обточила гострі краї, адже їх не повинно бути у житті.

Ідея для сучасного весілля. Пам'ятаєте, коли іще б'ють тарілки? Так, перед першим дублем на зйомках фільму! Ви теж можете розпочати так зйомки свого весільного фільму таким чином. І це, водночас, буде перегукуватися із давнім обрядом. Розпис на тарілці можна зробити у стилі свята, з іменами наречених та датою весілля.» - пише автор тексту.

Дана характерність висвітлення матеріалу негативно впливає на релевантність такого ресурсу до звання авторитетного видання, що, у тривалій перспективі, може нанести іміджевий удар та нівелювати значущість об'єктивно якісних публікацій. У межах даного дослідження ми у жодному разі не хочемо висловити гіпотезу, що українські традиції та звичаї не мають місця бути у форматі сучасного весілля. Якісним прикладом матеріалу порталу «Пара молода», що висвітлює інтеграцію народних традицій у сферу сучасного, трендового, стилізованого свята у стилі українського бохо є «Думки вголос». Дане дослідження демонструє, що мета сучасності – не дискредитувати традиції минулого, а вивести їх на якісно новий рівень.

Наступним із аналізованих видань є весільний онлайн - портал «Hot Wedding», який покликаний допомогти нареченим знайти ідеальних спеціалістів на своє свято. Проєкт діє не лише у межах України, а й в Італії, Польщі та Сполучених Штатах Америки, що значно спрощує пошуки підрядників, якщо молодята планують весілля закордоном. Онлайн-портал «Hot Wedding» складається з декількох рубрик: «Блог», «Фото дня», «Каталог», «Весільні тренди 2021».

Тренди – це те, за чим переважна більшість людей старається встигнути дуже часто ледь не у всіх сферах свого життя, безсумнівно, весілля тому не виключення. «Hot Wedding» майорить заголовками: «Складаємо меню на весілля 2021: тренди їжі», «Оформлення весілля 2021: модні тренди декору і не тільки», «Весільний букет 2021:

тренди і варіанти». Поняття трендовості, станом на сьогодні, має надзвичайний вплив на масову культуру та свідомість аудиторії. Внаслідок цього, апеляція до такого поняття дозволяє значно ефективніше привернути увагу до гострих і актуальних питань шляхом впливу на «клікбейтність заголовку».

Порівнюючи з попереднім аналізованим нами порталом, «Hot Wedding» вражає своєю актуальністю та доцільністю розміщення інформації. Вся інформація насичена фактами, зображення якісно доповнюють текстову частину, форма викладу матеріалу проста, а стилістичні помилки трапляються вкрай рідко.

Історичний дискурс контенту весільної тематики може вдало функціонувати у вигляді окремої демонстративної, пізнавальної рубрики. Такий формат у своєму тематичному блозі вдало реалізував портал «Hot Wedding». Для подальшого об'єктивного сприйняття, одразу з'ясуємо ключові характеристики, що формують принципову відмінність двох аналізованих ресурсів.

«Чи добре в такий пам'ятний день дотримуватись норм, цінність та походження яких нам зовсім не зрозумілі? Навряд чи! Набагато важливіше та крутіше згадати про свою спадщину, пристосовуючи її під реальність.» - зауважує автор статті.

Портал «Пара молода» вдало спекулює на темі трендовості традицій, як наслідок – ексклюзивної інформації. За рахунок одного із топових рейтингів ранжування в пошукових системах ця думка сприймається масами як авторитетна, хоча, як показує практика, дуже часто має розбіжності із актуальною реальністю. Веб-ресурс «Hot Wedding» ранжується у пошуковій системі Google на порядок нижче, однак, своїм контентом він не сприяє на деформування загальної картини трендів сучасного весілля.

«Одягати чи ні підв'язку нареченої – вирішувати, звичайно, тільки вам. Але якщо традиція вам до душі, відмовлятися не варто – ніхто вас не засудить!» - зазначає автор тексту.

Онлайн-портал «YesYes» позиціонує себе як простір для самостійної підготовки до весілля. Автори блогу пропонують переглянути фотосесії з реальних весіль, статті з порадами від спеціалістів своєї справи, онлайн-планувальник, таймінг весільного дня, планування бюджету, список справ і тендери, де наречені можуть самі написати кого шукають та скільки готові заплатити. Обов'язковою умовою для наречених та підрядників є реєстрація на сайті.

На даному порталі розміщено такі основні розділи, як «Планувальник», «Каталог», «Тендери», «Реальні весілля», «Статті». У розділі «Планувальник» як раз і відображено специфіку даного ресурсу, те чим він істотно відрізняється від інших.

Планувальник поділяється на такі категорії:

- список справ (дозволяє планувати весілля за півроку, поетапно виконуючи необхідні дії);
- витрати/бюджет (відображає основні показники – орієнтовна сума для оплати всіх можливих спеціалістів та покупок; скільки сплачено; скільки залишилось сплатити та перераховує всі дані автоматично);
- мої спеціалісти (каталог вузьких весільних спеціалістів); - мої тендери (дуже зручно, адже спеціалісти самі відгукуються на пропозицію молодят);
- список гостей (можна зазначити різноманітні деталі, наприклад, якщо людина вегетаріанець, буде з дитиною, або ж не вживає алкоголю); - план весільного дня (опція, яка дозволяє похвилинно розписати тамінг наречених з геолокаціями).

Список справ – це унікальний безкоштовний планувальник весілля від

YesYes.ua. Це покроковий план підготовки весілля, який є незамінним особливо, коли молоді вирішили організувати все самостійно. Щоб зробити весільну підготовку простою та зрозумілою, експерти YesYes розробили чек-лист усіх весільних справ. Організація весілля – це складна проектна робота. Молодятам доведеться вирішувати багато організаційних питань. З чого розпочати підготовку до весілля? Що потрібне для весілля? Як організувати весілля на природі? Які фахівці необхідні та як їх шукати? І багато інших питань та завдань. Щоб полегшити процес підготовки, YesYes продумали 100 пунктів, які враховують абсолютно всі весільні справи. А ще, кожен пункт списку містить корисні поради для весілля та посилання на інформативні статті на дану тему.

Планування онлайн має ряд переваг:

- молодятам не знадобиться об'ємний весільний блокнот – олдскульний «щоденник нареченої», щоб записувати важливі весільні справи та контакти весільних спеціалістів;

- весілля структуроване за пунктами, які доповнені поясненнями, корисними посиланнями та всім необхідним функціоналом, починаючи від Бюджету весілля та Списку гостей, до Плану весільного дня.

- список справ на весілля завжди під рукою: на ноутбучі, комп'ютері та телефоні. Можна вносити правки і додавати коментарі, будь-де. Безумовно, весільні агенції можуть значно полегшити організацію весілля. Однак, треба розуміти, що таке весілля найчастіше буде як мінімум на 30% дорожче. Якщо бюджет дозволяє молодим, і якщо вони хочуть уникнути турбот, тоді агентство – хороший вибір. Якщо ж молоді люблять планувати та організовувати, вирішувати складнощі, якщо хочуть, щоб свято було відображенням саме їх пари, то тоді найкращий вибір – самостійна підготовка. І YesYes.ua створювався саме з метою допомогти у самостійній підготовці.

Весілля – свято масштабне і потребує значних фінансових витрат. Калькулятор весільних витрат допоможе нареченій побачити, яка частина бюджету на що буде або вже витрачена. Експерти порталу виділили основні статті витрат на весілля та розбили за тематичними блоками. Молодята можуть відредагувати пункти витрат під своє свято: видалити непотрібні та додати власні статті витрат. Більше немає необхідності створювати десяток нотаток у телефоні, щоб записати, якому спеціалісту вже віддано передоплату, а кому необхідно ще внести гроші на рахунок.

Успіх свята багато в чому залежить від весільних фахівців, яких вам належить ретельно обрати. YesYes зібрав у Каталозі професіоналів весільної індустрії та створив зручні інструменти, які допомагають молодятам сформувати команду підрядників на весілля з мінімальними витратами часу.

Кожен фотограф, флорист, візажист, кондитер, ведучий, музикант у каталозі весільних фахівців на «YesYes» перевірено модератором на плагіат робіт у портфоліо. Дуже зручно додавати профілі тих підрядників, що сподобалися вам у Вибрані. Вибравши спеціаліста, який допомагатиме вам створювати весілля мрії, не забудьте укласти з ним договір. Зробити це у два кліки можна на «YesYes», натиснувши кнопку «Безпечна угода». Після підтвердження спеціалістом усіх даних (дати, суми), угода отримає статус електронного договору.

Якщо у молодих немає часу перегортати великий Каталог весільних фахівців, то можна створити тендер на сайті вказавши якого саме спеціаліста необхідно знайти, описавши вимоги і вказавши бюджет.

- опишіть свої вимоги та побажання, а краще – прикріпити фото як приклад;

- вкажіть свій бюджет та дату.

У вкладці тендери можна створити заявку, переглянути пропозиції і

затвердити відповідного спеціаліста.

Незалежно від масштабів вашого весілля, чи це маленьке свято у колі друзів або масштабне свято на сто людей, список гостей завжди має бути під рукою. Він знадобиться при замовленні запрошень на весілля, на зустрічі з вашим весільним ведучим, при виборі плану розміщення столів та розсадці гостей на банкеті. Список гостей на YesYes містить зручні інформаційні поля: з якого боку гість, чи надіслано запрошення, чи зможе людина бути на святі. Можна додавати коментарі та робити важливі нотатки навпроти кожного запрошеного – про наявність дітей, алергію або якісь особливі потреби. Все зроблено для того, щоб самостійна організація весілля була приємним та нескладним процесом.

Для молодят, які організують своє весілля самостійно, скласти детальний план дня весілля – завдання особливої значущості. Такий план можна роздрукувати у кількох примірниках та роздати близьким, з дорученням проконтролювати підрядників.

Статті на порталі є сучасними та актуальними і супроводжуються якісними фото.

Останнім на розгляді, але не останнім за значенням, у нашій магістерській роботі є весільний онлайн-портал «Best Wedding». Даний онлайн-портал має схожу структуру до попередніх і включає в себе такі структурні елементи:

- підрядники (агенції, організація свят, координатор, оформлення, фотограф, відеооператор, ведучі, музичні групи, діджеї на весілля, світлове оформлення, ефекти, піротехніка, проекційне обладнання, шоу та розваги, художники, поліграфія, весільні салони, весільний кортеж, весільна випічка, весільна флористика, салони краси, ювелірні вироби, весільні костюми, аксесуари, звукове обладнання, інше обладнання, ексклюзив, виїзна церемонія, перший танець, весільне взуття, весільні арки, кейтеринг,

весільні сукні);

- місця проведення (РАКСи, церкви, ресторани);

- статті (весільний блог з корисними порадами);

- події (ті, що відбуваються, в основному, у найбільших містах України та стосуються весільної тематики);

- каталог (відображено весільні сукні від виробників з різних куточків світу).

Статті на порталі є сучасними та актуальними і супроводжуються якісними фото. Статті на сайті поділено за тегами: wedding, весілля, ресторани, топ 10, Львів, банкетні, зали, шлюб, психологія, молодята, наречені, весільна виставка, весільні сукні, зіркові весілля, toris Lviv Wedding Festival, річниця весілля, зимове весілля, ведучий, тамада, Весілля восени, осіннє/зимове/весняне/літнє весілля, організація весілля, наречений, діджей, музичний гурт, обручки, весільні прикмети, заручини, стилі весілля, розлучення, традиції, декор, весілля, оформлення весілля, весільні торти, Закон України, одруження.

Також у весільного онлайн-порталу «Best Wedding» є створений свій бот у телеграмі @bwsearch_bot, завдяки якому у молодят є можливість шукати підрядників на своє весілля. Після авторизації молоді завжди зможуть бути на зв'язку зі своїми підрядниками.

2.2 Порівняльний аналіз українських весільних онлайн-платформ

Охарактеризувавши у попередньому підрозділі особливості функціонування, структуру та спектр послуг, які надають онлайн-платформи «YesYes», «Папа молода», «Hot Wedding», «Best Wedding» було проведено їх порівняльний аналіз задля виявлення схожостей та відмінностей, які характерні кожному з них. Даний аналіз було проведено методом найкращої оцінки, що детально відображено у

таблиці 2.1 «Порівняльний аналіз українських весільних онлайн-платформ»

За даним методом аналізовані весільні онлайн-портали оцінювались за десятьма категоріями і за чотирибальною шкалою, де оцінка «0» є найгіршою, а оцінка «4» - найвищою. Максимальна загальна оцінка – «40 балів»

Оцінка «0» означає, що сайт повністю не відповідає заданому критерію оцінювання; оцінка «1» відображає мінімальну відповідність порталу заданому критерію; оцінка «2» показує, що сайту є ще над чим працювати; при наданні оцінки «3» було враховано те, що сайт майже 100% відповідає заданим критеріям і оцінка «4» надавалась за повну відповідність заданому критерію

Таблиця 2.1 – «Порівняльний аналіз українських весільних онлайн-платформ»

№ з/п	Критерії оцінювання	«YesYes»	«Пара молода»	«Hot Wedding»	«Best Wedding»
1	Структурованість сайту	4	3	4	1
2	Категорії сайту	4	3	4	3
3	Наповненість сайту	4	3	4	3

4	Підрядники	4	2	3	2
5	Зовнішній вигляд сайту	3	4	2	3
6	Зручність у використанні	4	3	2	1
7	Статті сайту та їх актуальність	3	2	4	2
8	Можливість самостійної підготовки	4	3	3	2
9	Безпека угод	4	1	1	1
	Додаткові категорії	1	0	1	0
Всього		35	24	28	18

Таким чином, аналізуючи дані таблиці 2.1 ми можемо зробити висновок, що найзручнішим для використання молодятами є весільна онлайн-платформа «YesYes», друге місце посідає платформа «Hot Wedding», дещо відстає від неї «Пара молода». І останнє місце було надано онлайн-порталу «Best Wedding», який себе показав найгірше серед усіх проаналізованих нами.

2.3 Проблеми функціонування весільних онлайн-платформ та шляхи їх вирішення.

Дослідивши дану тему, ми виокремили основні мінуси функціонування весільних онлайн-платформ, до яких віднесли: 1) Деякі сайти мають незручний інтерфейс, що ускладнює роботу з ними;

2) Багатьом сайтам не вистачає посилення безпеки роботи з ними; 3) Необхідність більш детально перевіряти підрядників, щоб уникнути негативних оцінок з боку користувачі, які можуть потрапити на некомпетентних та недобросовісних спеціалістів;

4) На деяких сайтах матеріал не структуровано відповідно до категорій, що створює почуття хаотичності;

5) Забезпечення авторських прав підрядників;

6) Не знання основ організації весіль деякими працівниками сайту;

7) Статті, що публікуються на сайті не завжди є актуальними, та іноді несуть в собі фейкову інформацію;

8) Деякі онлайн-платформи заповнені російською мовою, а не українською;

9) Не всі сайти можуть забезпечити якісну самопідготовку весілля.

Таким чином у даному підрозділі відображено основні проблеми функціонування весільних онлайн-платформ.

Пропозиції щодо вирішення проблем функціонування весільних онлайн-платформ

Такі можливості та проблеми, виявлені в цьому дослідженні, є міцною основою для розроблення пропозицій щодо впровадження політики для забезпечення того, аби забезпечення користувачів на весільних онлайн-платформах була гідним.

Методи вирішення проблем, які було наведено раніше:

1) Запросити до роботи із сайтом креативного адміністратора, який зможе запровадити нову розроблену структуру сайту;

2) Впровадження додаткових кодів при реєстрації на

онлайн-платформі;

- 3) Ретельно перевіряти роботи підрядників на наявність плагіату; 4) Розробити структуру матеріалу відповідно до категорій, щоб уникнути хаотичності і покращити якість наданих послуг; 5) Розміщення на сайті Закону України Про авторські права для детального ознайомлення та контроль його виконання;
- 6) Підбір компетентного персоналу сайту, який буде розбиратися не тільки в технічній частині, але знати основи організації весіль; 7) Ретельно перевіряти статті, що розміщуються на порталі на правдивість;
- 8) Змінити мову на українську;
- 9) Деяким сайтам необхідно додати розділ самоорганізацій особистий кабінет користувачів.

Висновки до розділу 3

У розділі 3 були висвітлені основні проблеми щодо функціонування весільних онлайн-платформ та шляхи щодо їх вирішення. Суттєвих мінусів не багато, що не може не радувати, до того ж існують ефективні методи їх вирішення, про що детально було сказано у даному розділі.

РОЗДІЛ 3. Проєкт весільного глянцевого каталогу

Праця над концепцією та створенням інформаційного продукту, що спрямований на вузьке коло аудиторії, передбачає ґрунтовну систему допублікаційних заходів. Насамперед, визначення майбутньої читацької бази, що потребує системного вивчення і аналізу соціологічних досліджень та опитувань. Формат публікації інформаційного продукту у вигляді глянцевого гайду передбачає спрямування на чітко встановлену аудиторію, що обмежена за інтересами. Можна спрогнозувати, що такий продукт буде

актуальним для наречених, що перебувають на етапі підготовки до весілля та підридникам, що виступають в якості фахівців вищеписаної сфери.

Упродовж останніх кількох років тенденція попиту на адміністративні послуги у сфері державної реєстрації актів цивільного стану тяжіє до зростання. Не дивлячись на значну процесуальну видозміну реєстрації шлюбу, у зв'язку із всесвітньою пандемією, наміри громадян, у переважній більшості, залишились непохитними. Відштовхуючись від зростання щорічного попиту на послуги, пов'язані із вищезазначеною сферою діяльності, постало питання актуальності впровадження тематичного медіа-проєкту.

«Протягом липня 2021 року уклали шлюб 26 715 пар молодят. Загалом же від початку року офіційно свої стосунки оформили 112 675 пар», - констатували у Мін'юсті.

Статистика свідчить про те, що тематика весілля, як соціокультурний феномен, ще довго зберігатиме свої позиції у нашому суспільстві. Такий факт дає нам зрозуміти, що сфера довговічної актуальності є вкрай сприятливим середовищем для розвитку медіа-бізнесу, або ж медіа-продукту на її основі.

Важливим фактором для аналізу є реалії діяльності в умовах світової пандемії, що продовжує впливати на два останні календарні сезони. Однак, спираючись на вищенаведену статистику, ми можемо припустити, що карантин жодним чином не вплинув на рішення молодят, котрі планували одружитись, а фахівці вже розпочали активну підготовку до 2022 року. Статистика, наведена вище, вказує на те, що наміри громадян та частотність використання послуг державної реєстрації цивільного стану все ще демонструють позитивну динаміку.

Однак, невизнання впливу світової пандемії на стан ринку, суперечить

законам базової логіки. Варто розуміти, що значна частина представників описуваного ринку вимушена була адаптуватись під нові реалії своєї діяльності. Такі нововведення передбачали діджиталізацію надання послуг, скорочення їх спектру, або ж, тимчасове повне припинення надання послуг. Особливо це стосується представників малого та середнього бізнесу, що не володіють значним впливом та достатньою аудиторією, котра, в свою чергу, дозволила б залишити попит на приблизно однаковому рівні, у порівнянні із допандемічними реаліями.

Відтак, ми схильні вважати, що реалізація медіа-проєкту, станом на сьогодні, є особливо актуальною, у зв'язку із кількісним та якісним скороченням професійного складу ринку, описаного у попередньому абзаці. Інформаційний продукт, виданий у форматі глянцевого гайду, все ще залишається на низькому рівні ресурсної затратності, що дозволить чинити позитивний не тільки у інформаційному наповненні, але й в контексті реклами та зв'язків з громадськістю. Ми схильні висловити гіпотезу, що саме формат глянцю, на противагу чисельним цифровим аналогам, допоможе встановити більш глибокий емоційний контакт з потенційною аудиторією та привернути їх увагу до послуг, пов'язаних із обраною темою. Однак, варто розуміти, що ресурсна затратність, значною мірою, залежна від тиражування. Малі та середні типографії, на нашу думку, є допустимим, але не найбільш бажаним засобом реалізації даного проєкту, аналізуючи собівартість матеріалів, потрібних для випуску одного примірника гайду. Орієнтуючись на працю із широким ринком та високим рівнем тиражу, цілком закономірним є рішення про проведення ґрунтовної допублікаційної PR-кампанії з метою залучення дистриб'юторів нашого продукту.

Глянцевий гайд «5 кроків до ідеального весілля» було створено з метою допомоги нареченим, які організують своє свято самостійно, а також для підрядників, які звикли завжди тримати руку на пульсі. За відсотковим співвідношенням, 50 % вмісту - це графічна інформація, 50 % - текстова. Графічний контент є важливою супроводжувальною частиною тексту у весільній сфері, зображення повинне оточувати пов'язаний текстовий контент. Гайд містить сторінки, на яких нареченим пропонується вписати остаточний список своїх гостей, а також чек-лист - як не пропустити жодної важливої деталі у процесі підготовки весілля.

Тенденції останніх років тяжіють до зниження частотності публікації такого типу інформаційних продуктів. Зазвичай, їх створюють доволі рідко, переважно в рекламних цілях. Причиною цього стає надзвичайна конкурентність зі сторони онлайн-платформ, що дозволяють створювати та поширювати інформаційні продукти значно швидше, ефективніше та менш ресурсозатратно. Однак, ми схильні трактувати глянець як один із найбільш доцільних засобів реалізації інформативної функції журналістики в тематиках, що тяжіють до розважальної. Для прикладу - весільна.

У гайді детально описано:

- перші кроки підготовки до весілля;
 - переваги весілля у будній день;
 - основні критерії при виборі локації, підрядників;
 - новітні тенденції в організації весілля;
 - поради для складання кошторису свята, його стилю та формату;
- списки питань, які слід задати підряднику при бронюванні (адміністратор локації, ведучий, фотограф, відеограф, музикант, флорист, декоратор).

Камерні весілля з чисельністю гостей менше 30 осіб - найактуальніший тренд 2022. Для одних рішення провести маленьке весілля визначено бажанням заощадити, для інших - безпекою і дотриманням дистанцій, для третіх - прагненням провести важливий день в колі найважливіших і близьких людей, які щиро люблять, хвилюються і радіють за пару



Важливо:

- Перегляньте портфоліо компанії;
- Зустріньтеся особисто:
 - Перед зустріччю доберіть власні ідеї оформлення, зобразіть схематично, знайдіть фото в Інтернеті і покажіть це все декоратору та флористу на зустрічі, аби вони могли оцінити реальність втілення та зорієнтувати вас у бюджеті;
- Поцікавтесь, чи працювали ці підрядники вже на вашій локації (якщо так - це величезний плюс, адже вони обізнані з всіма нюансами оформлення конкретно вашого залу).



Список запитань, які слід задати флористу/
декоратору при бронюванні:

- Який прайс ваших послуг?
 - Де можна повністю переглянути ваше портфоліо?
 - Який бюджет необхідно виділити, щоб задовільнити наші запити та побажання?
 - Чи можливо реалізувати наші побажання з нашим бюджетом?
 - Чи є у вас приклади робіт в такому ж стилі, як хочемо ми?
 - Чи виконуєте ви попередні ескізи, скільки коштує така послуга?
 - Які є варіанти оформлення фотозони в рамках нашого бюджету?
- Які є варіанти оформлення виїзної церемонії в рамках нашого бюджету?
- Як ми затверджуємо концепцію оформлення, квіти, декор?
 - Чи можемо ми забрати квіткові композиції після весілля?
 - Коли та в якому вигляді ви надаєте кошторис по нашому декору? Чи може він змінитись перед весіллям?
 - Коли ви починаєте та завершуєте роботу?
 - Що потрібно від нас в день весілля?

Одним із закономірних етапів підготовки до створення нашого ресурсу є пошук шляхів та способів його реалізації. Як вже було частково попередньо описано, гайд-посібник планується пропонувати не лише

безпосередньо нареченим, але й фахівцям, агенціям, що дотичні до сфери. Така кооперація може бути корисна агенції як для особистого використання, так і для реалізації продукту на бартерній основі на свою базу поціновувачів. Відтак, розширюються горизонти можливостей охоплення аудиторії, що попередньо була диференційована не лише територіально, але й за сферами впливу фахівців, котрим вони довіряють.

Проект можна переглянути в онлайн-форматі за

QR-кодом:



ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Весільна тематика - це культурний феномен, що вже давно тримає впевнені позиції у соціальній сфері України. Цілком закономірно, що явище, яке є невід'ємною частиною життя пересічного громадянина, знайшло своє відображення у діяльності засобів масової інформації. Способи та особливості трансляції таких подій постійно видозмінюється.

Першопочатково, весільна тематика знайшла своє представництво у якості невеликої рубрики місцевих щотижневиків, де молодят вітали із святом. З плином часом та розвитком технологій, рубрика у друкованих виданнях перетворилась на повноцінні глянцеві публікації, насичені графічною складовою. Вже на цьому етапі відбувся процес трансформації тематики весільного спрямування від інформативного до бізнес середовища.

Глянцеві видання, що упродовж багатьох років були головним, визначальним засобом реалізації такого типу матеріалів, почали імплементувати складові рекламної діяльності у свої публікації. Якість зображень, їх роль та вплив на аудиторію дозволяють використовувати глянцеві видання як своєрідну рекламу споріднених із тематикою сервісів та послуг.

Важливим етапом розвитку весільних медіа-ресурсів, як і суспільства в цілому стала модернізація технологій та стрімкий розвиток всесвітньої павутини. Напрямок новітніх сфер медіа змінив сутність інфраструктури бізнесу та вектор розвитку у абсолютно іншому напрямку. Здебільшого, перехід ресурсів, що спрямовані на молоду аудиторію, до діяльності онлайн - цілком закономірний та органічний процес, в якому довелось адаптуватися до нових стандартів якості, оперативності, та автентичності контенту.

Переважає більшість структури весільних медіа вже давно перейшли до онлайн-платформ із метою забезпечення потреб більш молодій

аудиторії. Такий синтез діяльності традиційних друкованих видань і новітніх платформ був радше вимушеною мірою, ніж інноваційним впровадженням. Відсутність процесу модернізації каналу масової інформації або ж його несвоєчасність свідчили б про значні втрати аудиторії та тиражу, що, в свою чергу, ставить під питання саме існування медіа.

Соціальні платформи, такі як Pinterest чи Instagram, стали невід'ємною складовою сфери, що працює із візуальним контентом. Разом з їх розвитком, саме поняття фотографії змінилось. Якщо раніше ми були схильні трактувати такий засіб як ілюстративний додаток, що покращує розуміння текстової частини матеріалу, то сьогодні ж, він є абсолютно незалежним жанром, за допомогою якого можна розказати історію, або ж передати настрій.

Ще однією визначальною характеристикою, чим весільні медіа можуть завдячувати соціальним мережам, є засоби комунікації з аудиторією. Працюючи із вузькою спеціалізацією, варто розуміти потенційну обмежену чисельність зацікавленої живої аудиторії. Функціонуючи в таких умовах, втрата безпосереднього контакту та можливості коригувати свою діяльність із очевидними потребами користувача може призвести до його втрати.

На теренах українського медіапростору, що стосується весільного спрямування, можна знайти чисельну кількість ілюстративних прикладів схожого характеру. У межах нашого дослідження, ми вирішили продемонструвати загальну тенденцію, що відображає поточний стан речей. Ми вважаємо, що для таких ресурсів, значущість, авторитетність і ранжування яких є одними із найбільш високих, тенденція висвітлення таких матеріалів є недопустимою. Це спостереження впливає у гіпотезу, що значна кількість матеріалу, внаслідок відсутності доречної модерації є

або неактуальною, або недостовірною. У контексті весільної тематики, ми спираємось на той факт, що однією із основних функцій таких видань є не лише інформування, а й створення картини сучасного весілля на підставі існуючих трендів, актуальних традицій і незастарілих кліше.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

1. Галич В. М. Жанрово-стильові особливості авторської колонки / В. М. Галич // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – 2009. – № 874: Серія «Соціальні комунікації». – Вип. 1. – С. 45–51.
2. Зоц В.П. Обряди і формування науково-матеріалістичного світогляду / В.П.Зоц// Становлення і функції радянських свят і обрядів. - К.: Наукова думка, 1983. - 159 с
3. Гол Дж. Онлайн-журналістика / Джим Гол; [пер. з англ. К. Булкін]. – К. : К.І.С., 2005. – 344 с.
4. Вулф Т. Новая журналистика и Антология новой журналистики / Том Вулф; [пер. с англ. Д. А. Благоев, Ю. А. Балаян]. – СПб.: Амфора, 2008. – 574 с. – (Серия «Амфора 21»).
5. Журналістика : словник-довідник / авт.-уклад. І. Л. Михайлин. – К. : Академвидав, 2013. – 320 с. – (Серія «Nota Bene»).
7. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: підручник / Володимир Здоровега. – 2-ге вид., переробл. і доп. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с.
8. Свято Р. «Неактуальна» журналістика та актуальна література [Електронний ресурс] / Роксоляна Свято // ЛітАкцент. – 2014. – 4 квітня. – Режим доступу : <http://litakcent.com/2014/04/04/neaktualna-zhurnalistyka-ta-aktualna-literatur>
9. Сердюк О. Факт і його освоєння як головна проблема американської «нової журналістики» / Олена Сердюк // Вісник Львівського університету.

Серія «Іноземні мови». – Львів, 2012. – Вип. 20. – Ч. 2. – С. 126–131.

10. Шутяк Л. М. Стилiстичнi особливостi «нового журналізму» в українських інтернет-ЗМІ / Л. М. Шутяк // Журналістика ХХІ века: опыт прошлого и вызовы будущего / сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. – Тирасполь, 2013. – С. 204–209. 11.

Портал «Best Wedding». Режим доступу: <https://www.best-wedding.com.ua/>.

12. Портал «Hot Wedding». Режим доступу: <https://hotwed.com.ua/>.

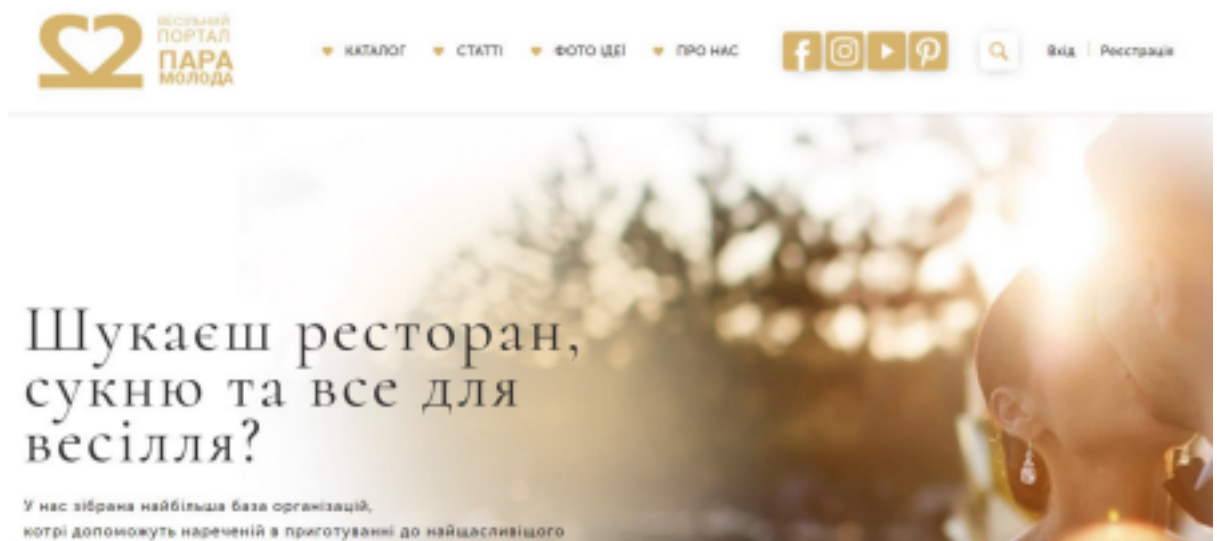
13. Портал «Пара Молода». Режим доступу:

<https://paramoloda.ua/>. 14. Портал «Yes Yes». Режим доступу:

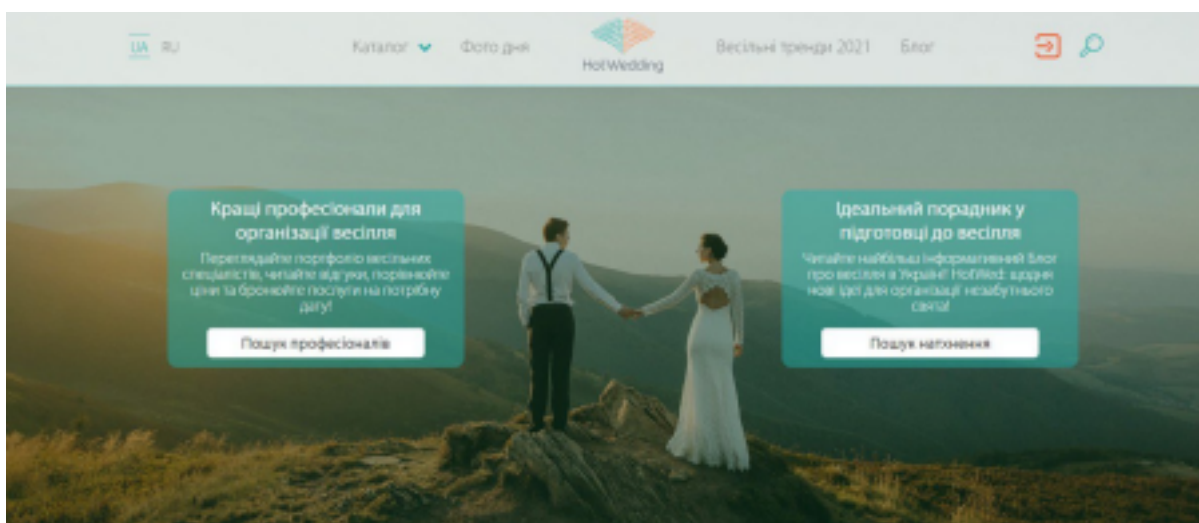
<https://yesyes.ua/>.

ДОДАТКИ

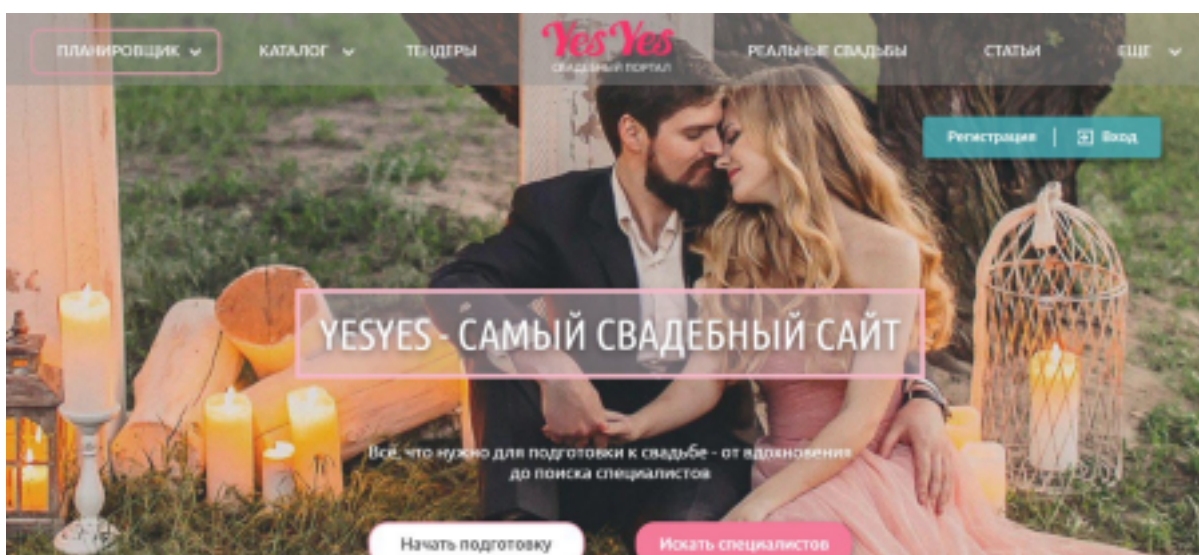
Додаток 1



Додаток 2



Додаток 3



Додаток 4

ГОТОВИТЕСЬ К СВАДЬБЕ?



Менеджер подрядчиков



Список гостей



Онлайн чат



Telegram бот