

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра журналістики та нових медіа

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

СТОРИТЕЛІНГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ВІЙНИ НА
ПРИКЛАДІ ІНСТАГРАМ-ПРОЄКТУ
«ВЕСІЛЬНІ ІСТОРІЇ»

Здобувача другого (магістерського)
рівня вищої освіти
групи МКм-1-24-1.4з
галузі знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 061.00.04
Медіакommунікації
Волошиної Вікторії Миколаївни

Використання чужих ідей,
результатів і текстів
мають посилання на відповідне
джерело

_____ Волошина В. М.

Науковий керівник:
Фруктова Яна Станіславівна,
доцент кафедри

Розширена шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК

І.В. Погребняк,

завідувач кафедри журналістики та нових
медіа

Голова комісії _____

Члени комісії _____

м. Київ – 2025 рік

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА АНАЛІТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТОРИТЕЛІНГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА	5
1.1. Сторітелінг як феномен сучасних медіакомунікацій: сутність, генеза, класифікація та тенденції розвитку	5
1.2. Тенденції та тренди сторітелінгу в соціальних медіа: аналіз конкурентів та особливості сприйняття контенту	9
РОЗДІЛ 2. МЕТОДИКА СТВОРЕННЯ ТА АНАЛІЗ МЕДІАПРОЄКТУ «ВЕСІЛЬНІ ІСТОРІЇ» ЯК ПРИКЛАДУ СТОРИТЕЛІНГУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА.....	15
2.1. Методика та технології створення медіапроєкту: етапи, структура, айдентика та комунікаційна стратегія	15
2.2. Аналіз медіаматеріалів інстаграм-проєкту «Весільні історії»: структура контенту, жанрові особливості та ефективність сторітелінгу	24
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТА РЕЗУЛЬТАТИ ПРОСУВАННЯ ІНСТАГРАМ-ПРОЄКТУ «ВЕСІЛЬНІ ІСТОРІЇ»	29
3.1. Розробка комунікаційної стратегії інстаграм-проєкту «Весільні історії»	29
3.2. Результати та ефективність просування інстаграм-проєкту «Весільні історії»	32
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	37
ДОДАТКИ.....	39
АНОТАЦІЯ	51

ВСТУП

Сучасні соціальні медіа стали потужною платформою для формування суспільної думки, культурної пам'яті та збереження національної ідентичності. У ці нелегкі часи, для українського суспільства, сторітелінг у соціальних мережах виконує функцію не лише інформування, а й об'єднання, підтримки, культурного самовираження.

Наукова новизна роботи полягає в комплексному аналізі сторітелінгу в соціальних медіа на прикладі інстаграм-проєкту «Весільні історії», який демонструє, як особисті історії любові та стійкості стають інструментом соціального опору, натхнення та відновлення людяності в умовах війни.

Тема є актуальною, оскільки у часи глобалізації та воєнних викликів саме через сторітелінг у соцмережах можна відроджувати інтерес до автентичних традицій, популяризувати культурну спадщину, формувати позитивний образ України у світі. Проєкт «Весільні історії» виконує цю місію, показуючи не лише любов як емоцію, а й весілля як культурний феномен – зі звичаями, костюмами, музикою, символікою та локальними особливостями, які унікальні для кожного регіону.

Мета дослідження – проаналізувати особливості сторітелінгу в соціальних медіа як інструменту збереження культурної спадщини та формування національної ідентичності на прикладі інстаграм-проєкту «Весільні історії», а також виявити його роль у популяризації українських традицій та соціальної єдності в сучасних умовах.

Місія проєкту – показати, що українське весілля – це не лише родинне свято, а глибокий культурний код нації; продемонструвати, що любов, традиції та краса українських звичаїв є джерелом сили, натхнення та культурної стійкості навіть у найскладніші періоди історії.

Об'єкт дослідження – сторітелінг як форма комунікації в соціальних медіа.

Предмет дослідження – особливості реалізації сторітелінгу в інстаграм-проєкті «Весільні історії».

Цільовою аудиторією інстаграм-проєкту «Весільні історії» є молоді українці віком від 20 до 40 років, переважно мешканці великих міст, які активно користуються соціальними мережами. Також значну частину аудиторії становлять військові пари, волонтери, журналісти, а також представники української діаспори за кордоном, які через соціальні платформи підтримують зв'язок із Батьківщиною.

Комунікаційна стратегія «Весільних історій» базується на емоційному сторітелінгу та культурному наративі. Проєкт поєднує візуальні елементи з текстовими історіями, що розкривають не лише сюжет кохання, а й культурний контекст – наприклад, які обряди збереглися у конкретному регіоні, що символізує вбрання молодят, як змінюється сучасна традиція під впливом війни та міграцій.

Завдання дослідження:

1. Дослідити теоретичні підходи до сторітелінгу як медіакомунікативного явища.
2. Визначити роль соціальних медіа у збереженні культурної пам'яті та популяризації українських традицій.
3. Проаналізувати концепцію та комунікаційні інструменти інстаграм-проєкту «Весільні історії».
4. Виявити, як через сторітелінг репрезентуються весільні традиції різних регіонів України.
5. Проаналізувати емоційно-візуальні техніки, що підсилюють вплив контенту на аудиторію.
6. Розробити рекомендації щодо розвитку сторітелінгових проєктів, спрямованих на культурну популяризацію України у цифровому середовищі.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА АНАЛІТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТОРИТЕЛІНГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

1.1. Сторітелінг як феномен сучасних медіакомунікацій: сутність, генеза, класифікація та тенденції розвитку

Історично сторітелінг виник ще в добу усної народної творчості – казок, легенд, переказів, міфів, які передавали моральні норми, колективні цінності та знання про світ. У подальшому він еволюціонував через літературу, театр, кінематограф і телебачення, зберігаючи головну функцію – передання досвіду через наратив.

XX століття стало переломним у розвитку сторітелінгу, коли з'явилися нові засоби масової комунікації. Журналісти почали використовувати персоналізовані історії у репортажах і документальних фільмах для створення емоційного зв'язку з глядачем.

З початком XXI століття цифрова трансформація породила новий тип – цифровий сторітелінг (digital storytelling), що базується на інтеграції тексту, візуального образу, відео, звуку й інтерактивності.

Сторітелінг в комунікації – це передача необхідних сенсів у формі історії для того, щоб захопити увагу людини та забезпечити її необхідною мотивацією. Під мотивацією розуміється емоційна складова. Тобто, щоб примусити людину виконати якусь дію, необхідно змусити її щось відчувати [16].

Залежно від мети, змісту та форм подачі, у сучасних дослідженнях виокремлюють кілька основних типів сторітелінгу:

1. Журналістський сторітелінг – базується на принципах достовірності, етичності, суспільної значущості. Він перетворює факти на історії про людей, що стоять за новинами, розкриваючи події через особистісний досвід.
2. Маркетинговий сторітелінг – орієнтований на створення емоційного зв'язку між брендом і споживачем, використовуючи архетипічні сюжети та символи.
3. Соціальний сторітелінг – спрямований на підвищення суспільної свідомості, популяризацію волонтерства, благодійності, громадянських ініціатив.

4. Культурний сторітелінг – відображає традиції, звичаї, етнічні коди, національні цінності. Він є особливо важливим у контексті українських медіа, де виконує функцію збереження культурної спадщини та самоідентифікації.
5. Мультимедійний сторітелінг – синтез тексту, фото, відео, аудіо, графіки та інтерактиву. Він створює ефект «занурення» і дає змогу передавати історії максимально повно.
6. Візуальний сторітелінг – фокусується на зображеннях і кольорах, що формують емоційний сенс. Особливо поширений у соціальних мережах, таких як Інстаграм чи ТікТок.
7. Кризовий або воєнний сторітелінг – новий тип, що виник у контексті надзвичайних подій і конфліктів. Його мета – показати людський вимір катастрофи, надати голос тим, хто зазвичай залишається «поза кадром».

Мультимедійний сторітелінг охоплює жанри, які можуть бути як структурними компонентами історії, так і окремими завершеними публікаціями. До них зараховують:

- 1) статичну ілюстрацію – класична ілюстрація в мультимедійній історії;
- 2) аудіоілюстрацію – мінімально короткий фрагмент аудіозапису, що належить до певної частини тексту;
- 3) аудіосюжет, який схожий на класичні радіосюжети з цитатами ньюзмейкерів та інтершумом;
- 4) відеоілюстрації – фрагмент відео, що належить до певної частини тексту, інфографіки або мультимедійної статті;
- 5) відеосюжет – закінчене відеоповідомлення, яке має свою зав'язку, кульмінацію і розв'язку;
- 6) відеоколонка, відеонарис, відеокоментар – жанр, що «вийшов» із телевізійних студій та, ймовірно, став проміжним етапом перед тим, як перетворитися на інтерактивну відеоколонку.

Історії краще запам'ятовуються, бо вони змушують читача відчувати. Краще запам'ятовують історії, які пробуджують емоції. Саме тому вони залишаються у

свідомості аудиторії на довший час. Як зауважив Вілл Сторр: «Диво історії в тому, що вона здатна зближувати людей так, що навіть любов її не перевершить. Історія дарує людям відчуття, що вони зрештою не такі самотні у своєму темному склепі» [17, с. 178].

Місія сторітелінгу – захопити увагу з першої секунди і тримати її протягом всієї розповіді, викликаючи в читача або глядача симпатію до об'єкта цієї розповіді, та через симпатію донести до аудиторії основну думку [18, с. 257].

У кожної історії є структура, в якій кожна частина має цілком певне призначення:

- експозиція – знайомство з героєм і введення в контекст;
- зав'язка – прояв конфліктної ситуації, ігнорування з боку героя;
- розвиток – герой приймає виклик і починає боротьбу, але безуспішно;
- кульмінація – герой у відчаї від безвиході ситуації;
- розв'язка – несподіваний інсайт, що дозволяє впоратися з конфліктною ситуацією [15, с. 73].

Але не кожна історія зберігає однаковий стиль, серед історій є також ті, що мають, до прикладу, триактну структуру:

- вступ – опис місця дії і введення персонажів;
- протистояння або «наростаюча дія» – опис проблеми і створення напруженості;
- розв'язка – вирішення проблеми [19, с. 196].

Медійний сторітелінг використовує інструментарій креативного письма. Здатність формувати унікальні тексти, які залишають слід у пам'яті читача, стає ключовою навичкою для впливу в умовах інформаційного перенасичення. Відмовляючись від сухого викладу фактів, автор задіює уяву для створення історій, які не лише передають факти, але й розкривають їхній сенс в контексті. Креативне письмо допомагає перетворити знання у легкі для сприйняття та емоційно насичені повідомлення.

Історії, з якими працює журналіст, базуються на особистому досвіді людей, що є важливим компонентом сучасної журналістики. Кожен матеріал має власні акценти,

створені за допомогою інструментів креативного письма. Найчастіше серед них виділяють: час і місце подій, переломні моменти, діалоги, деталі, емоції та моральну складову.

1. Час і простір створюють контекст і допомагають читачеві зрозуміти атмосферу події.
2. Переломні моменти підкреслюють зміни в житті героїв і формують емоційну напругу.
3. Діалоги та цитати додають живості й достовірності.
4. Деталі – невеликі, але виразні елементи – роблять історію реалістичною.
5. Емоції проявляються через дії та мовчання, а не прямі оцінки.
6. Моральна складова надає історії глибшого сенсу, перетворюючи індивідуальний досвід на універсальну людську цінність.

Одним із базових інструментів створення структурованого та змістовного сторітелінгу є метод «п'яти W» (Who, What, When, Where, Why). Він допомагає логічно вибудувати розповідь і водночас зберегти її емоційну глибину.

Цей метод використовується для опису реальних подій, командної взаємодії, суспільних процесів або індивідуальних історій. Його суть полягає у послідовному розкритті ключових складових оповіді:

1. Who – хто є учасником або героєм історії;
2. What – що саме сталося, яка подія чи дія відбулася;
3. When – коли це сталося, у якому часовому контексті;
4. Where – де відбувається подія, який простір або місце дії;
5. Why – чому це сталося, які причини, мотиви чи обставини призвели до події.

Отже, сторітелінг є комплексним явищем, яке поєднує теоретичні основи наративу та практичні методи емоційної комунікації. Його розвиток — це еволюція від міфу до мультимедійного проєкту, від усної оповіді до інстаграм-відео.

1.2. Тенденції та тренди сторітелінгу в соціальних медіа: аналіз конкурентів та особливості сприйняття контенту

Соціальні медіа стали одним із головних каналів поширення сторітелінгу, адже саме тут формується простір для персональних історій, емоційної взаємодії та спільнот за інтересами.

Сучасні тенденції цифрового сторітелінгу характеризуються поєднанням автентичності, візуальності, інтерактивності та коротких форматів. Аудиторія соціальних мереж очікує не просто текстової інформації, а емоційно насиченого, візуально виразного контенту, який можна легко сприйняти, поширити та з яким можна взаємодіяти.

Серед основних тенденцій розвитку сторітелінгу у соціальних медіа є:

1. Емоційна щирість і реалістичність – користувачі дедалі частіше реагують на правдиві, неплановані історії, у яких є людські почуття, переживання й автентичний досвід.
2. Візуалізація контенту – фото, відео, сторіс, рилз і короткі кліпи стають домінуючими форматами. Зображення або відеоряд часто несуть основний зміст історії, а текст відіграє роль пояснення чи емоційного доповнення.
3. Мікронаративи – короткі історії, що складаються з кількох слайдів, фрагментів відео або однієї цитати. Такий формат підходить для швидкого споживання інформації, що є типовим для сучасних користувачів соціальних мереж.
4. Інтерактивність та залучення – сучасний сторітелінг будується на діалозі: опитування, коментарі, реакції, можливість «прожити історію разом з героєм».
5. Соціальна місія – історії не лише розважають, а й виховують, мотивують або підтримують. В Україні ця тенденція набула особливого значення під час війни, коли сторітелінг виконує терапевтичну, об'єднавчу та культурно-захисну функцію.

Для створення ефективного сторітелінгу ключовою умовою є розуміння цільової аудиторії. Соціальні медіа об'єднують переважно молодих користувачів віком від 18 до 40 років, які сприймають інформацію візуально, швидко й емоційно. Для них важливі автентичність, візуальна естетика та можливість взаємодії з контентом.

З психологічної точки зору, аудиторія соціальних мереж:

- сприймає історію через емоційний резонанс, а не аналітичні факти;
- потребує коротких, але насичених повідомлень, які можна переглянути «на ходу»;
- реагує на візуальні тригери – обличчя, погляди, жести, кольори;
- віддає перевагу історіям, у яких присутня щирість і людяність.

У сучасному медіапросторі Інстаграм перетворився на ключову платформу для розвитку сторітелінгових проєктів. Його алгоритми, орієнтовані на візуальність, емоційність і короткі формати, створюють сприятливі умови для поширення персональних історій, культурних наративів і соціальних ініціатив. Саме тому проєкт «Весільні історії», який поєднує любов, традицію й людський досвід у воєнних реаліях, потрапляє у конкурентне поле з кількома українськими інстаграм-медіа, що також активно використовують сторітелінг як основний комунікаційний інструмент.

1. wim_ua («Жінки в медіа») (рис. 1.1) [14].

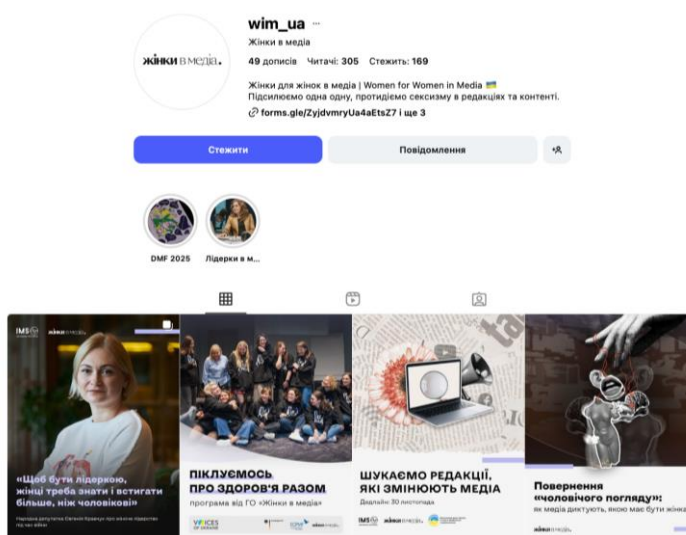


Рис. 1.1 Інстаграм-сторінка медіа-проєкту «Жінки в медіа»

➤ Профіль і контент:

- Сторінка громадської організації, яка висвітлює питання гендерної рівності, жінок у медіа, професійного розвитку.
- Формати: пости з цитатами, тематичні каруселі, інтерв'ю-історії, акції, контент із даними та фактами.
- Сторітелінг-підхід: людина/герой (жінка у медіа), її досвід, виклики, перемоги.
- Аудиторія: українські жінки, журналістки, медіапрацівниці, активістки, ті, хто цікавиться гендерною тематикою.
- Стиль і сильні сторони:
 - Висока достовірність, соціальна місія.
 - Використання текстового пояснення та фото чи графіки.
 - Відчуття спільноти («ми разом»), що важливо для залучення.
 - Можна взяти до уваги: чітка персоналізація історій (одна героїня), регулярне оновлення, заклик до дії/рефлексії.

2. divoche.media («Divoche Media») (рис. 1.2) [2].

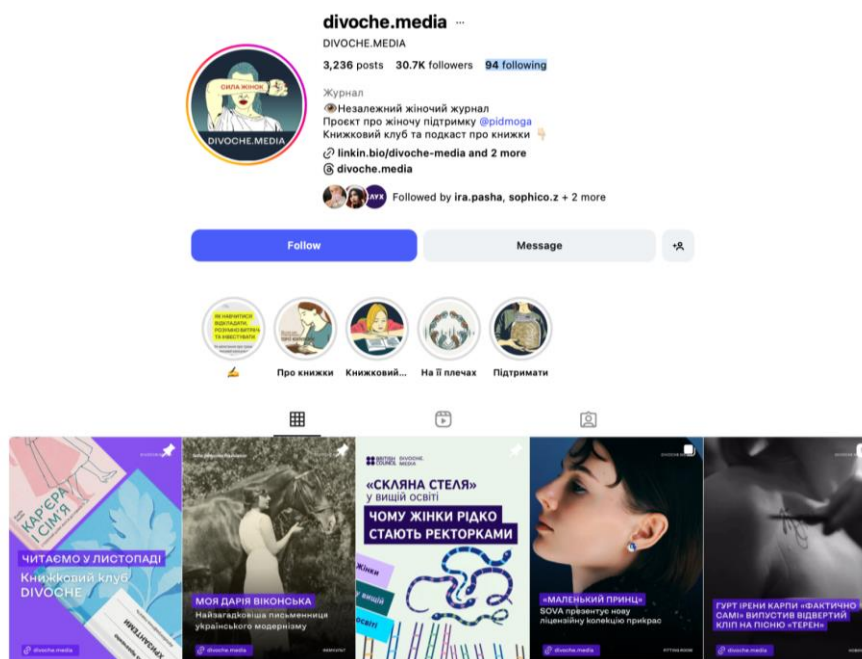


Рис. 1.2 Інстаграм-сторінка медіа-проєкту «Divoche Media»

- Профіль і контент:

– Онлайн-журнал для жінок: теми культура, психоемоційне здоров'я, книжкові клуби, подкасти.

– Формати: пости, рилз, сториз, інтерв'ю з експертками, освітній контент.

– Сторітелінг-підхід: мікс журналістики, реальних історій та експертної думки. Героїнями виступають звичайні жінки або активістки, з життєвим досвідом, що резонує з аудиторією.

➤ Стиль і сильні сторони:

– Емоційна близькість: говорять «про нас», «для нас».

– Використання відео/рилз додає динаміки.

– Контент із глибиною (теми психічного здоров'я, культури) – дозволяє створити більш «ваговий» наратив.

– Хороший приклад для проєкту «Весільні історії» в тому, що можуть бути жіночі історії, традиції, переживання – із сучасним медіаформатом.

3. brideukraine_online («Bride») (рис. 1.3) [1].

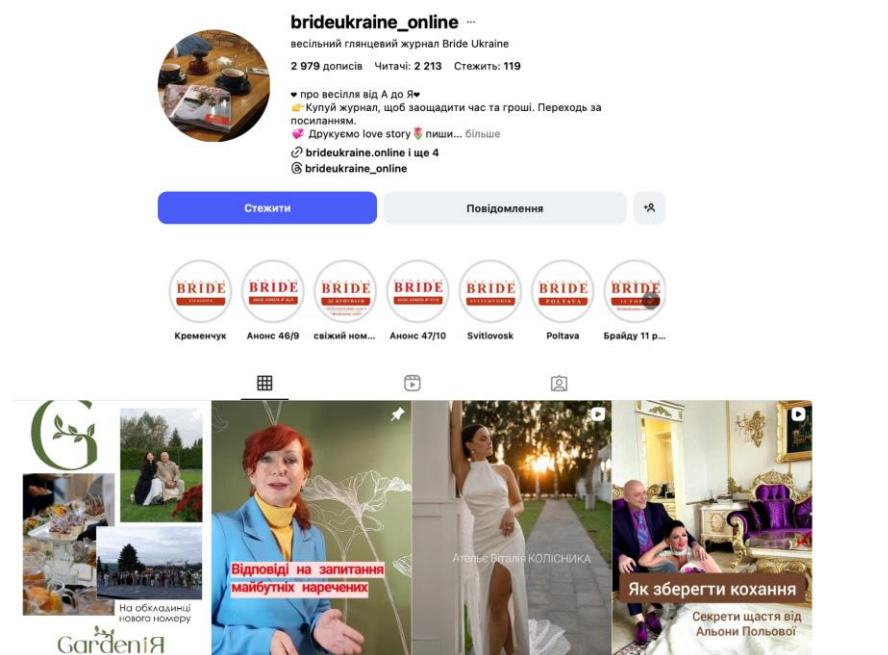


Рис. 1.3 Інстаграм-сторінка медіа-проєкту «Bride»

➤ Профіль і контент:

- Весільне видання, яке охоплює теми: мода на весілля, підготовка, натхнення для наречених, весільні історії.
- Формати: фото весіль, пости з ідеями, інтерв'ю з парами/організаторами.
- Сторітелінг-підхід: герої – пари, наречені; подія – весілля; історія – від підготовки до моменту. Контекст може бути романтичним, естетичним, іноді з акцентом на українську традицію.

➤ Стиль і сильні сторони:

- Тема дуже приваблива для широкої аудиторії: весілля – емоційна подія, що запам'ятовується.
- Візуальний фокус: багато фото, можливо відео, що «апелює» до глядача.
- Можливість створювати історії, що поєднують сучасність і традицію – гарно вписується в український контекст.

4. uculture.com.ua («УКультура») (рис. 1.4) [3].

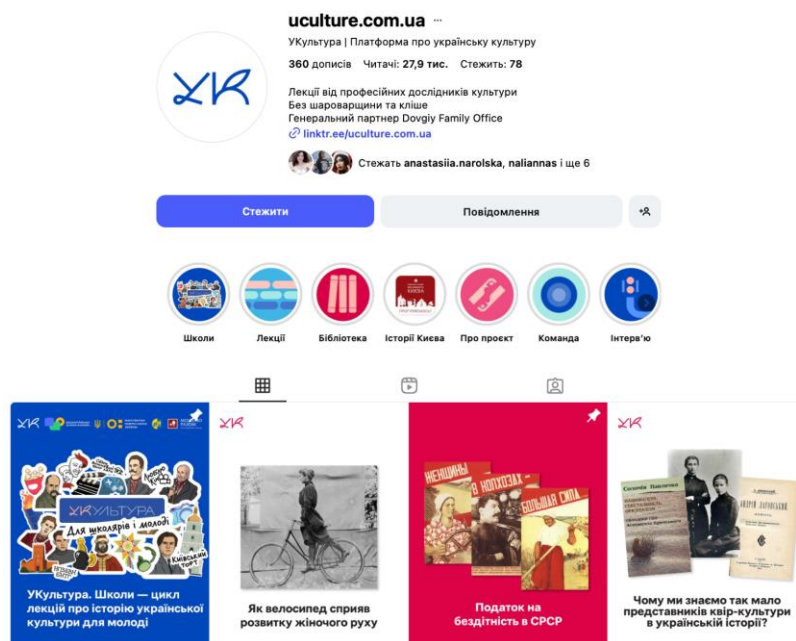


Рис. 1.4 Інстаграм-сторінка медіа-проєкту «УКультура»

➤ Профіль і контент:

- Платформа, що висвітлює українську культуру: події, виставки, мистецтво, креатив.
- Сторітелінг-підхід: культура як контекст, герої – митці, заходи, традиції; «історія» може бути про створення, відродження, переосмислення.
- Формати: пости з текстом та фото, сториз заходів, можливо відео із закадровим поясненням.
- Стиль і сильні сторони:
 - Чіткий культурний фокус – може слугувати як натхнення для традиційного та весільного контенту.
 - Візуальний стиль: мистецтво, заходи.
 - Підсилює тему українських традицій, культурної ідентичності.

Дані медіа-проекти формують інформаційне середовище, у якому поєднуються жіночі історії, культура, соціальна тематика й емоційна естетика. Кожен із цих проєктів має власний кут подачі – від активістського («Жінки в медіа») до культурно-мистецького («УКультура») чи естетично-весільного («Bride»).

Однак спільною рисою всіх є емоційна чесність, короткий формат, фокус на людині та візуальна оповідність – саме ці складники визначають конкурентне поле інстаграм-сторітелінгу.

РОЗДІЛ 2. МЕТОДИКА СТВОРЕННЯ ТА АНАЛІЗ МЕДІАПРОЄКТУ «ВЕСІЛЬНІ ІСТОРІЇ» ЯК ПРИКЛАДУ СТОРІТЕЛІНГУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

2.1. Методика та технології створення медіапроєкту: етапи, структура, айдентика та комунікаційна стратегія

Медіапроєкт «Весільні історії» було розроблено як інстаграм-платформу для комунікації з аудиторією з використанням інструментів сторітелінгу. Таким чином у легкій формі для сприйняття зберігаються та актуалізуються українські весільні традиції, демонструється культурна цінність у час війни.

Метою проєкту є створення платформи для публікації автентичних весільних історій, що поєднують особисті наративи молодят, українські традиції та сучасні форми комунікації в соціальних мережах. Проєкт покликаний не лише інформувати, а й формувати емоційний зв'язок із читачами, підтримувати позитивні наративи та зберігати культурну пам'ять про важливі життєві події в умовах війни.

Актуальність створення медіапроєкту «Весільні історії» зумовлена суспільними трансформаціями, спричиненими війною, коли весілля набуває нового символічного значення як прояву віри, любові та стійкості. Проєкт фіксує реальні історії українських пар, зберігаючи культурну пам'ять і транслуючи цінності єдності та традицій.

Цільова аудиторія інстаграм-проєкту «Весільні історії» формується навколо тематики шлюбу, кохання, родинних цінностей та українських весільних традицій у сучасному соціокультурному контексті. Основу аудиторії становлять молоді люди, які перебувають на етапі підготовки до весілля або нещодавно одружилися, а також користувачі, зацікавлені в емоційному, культурному та візуально-естетичному контенті.

Для створення портрету цільової аудиторії важливо окреслити наступні характеристики ключових сегментів:

1. Демографічні характеристики. Основну частину аудиторії становлять користувачі віком від 20 до 35 років. Домінуючою є жіноча аудиторія, що пояснюється специфікою весільної тематики та активнішою участю жінок у підготовці та споживанні відповідного контенту. Рівень освіти – середній спеціальний та вищий.

Рівень доходу – середній та вище середнього, що дозволяє аудиторії інвестувати у святкові події, весільні послуги та емоційний контент.

2. Географічні характеристики. Географічно цільова аудиторія охоплює мешканців України. Окрему частину аудиторії становлять українці за кордоном, які зберігають інтерес до національних традицій та культурного контенту, пов'язаного з українськими весіллями.

3. Психографічні характеристики. Аудиторія проєкту характеризується орієнтацією на сімейні цінності, такі як кохання, підтримка, вірність, родинність і збереження традицій. Представники цільової аудиторії зацікавлені в емоційних історіях, реальних життєвих прикладах, українській культурі та символіці. Стиль життя – активний, соціально орієнтований, із регулярним використанням соціальних мереж як джерела натхнення та самовираження.

4. Поведінкові характеристики. Аудиторія характеризується активністю у соцмережах, зокрема взаємодією з контентом у мережі Інстаграм: цікавиться новинами, знаходить цікаві поради, знайомиться з традиційними та культурними надбаннями.

Створення інстаграм-проєкту «Весільні історії» здійснювалося з використанням сучасних методик управління медіапроєктами та цифрових технологій, адаптованих до специфіки соціальних мереж і умов воєнного часу.

Методика реалізації медіапроєкту передбачала комплексний підхід, що включав аналітичний, творчий та організаційний компоненти. У процесі роботи були використані такі методи:

- аналіз контенту конкурентів;
- аналіз трендів в соцмережі Інстаграм;
- аналіз цільової аудиторії, зокрема аналіз запиту аудиторії у подачі контенту;
- глибинні інтерв'ю та опитування молодят;
- збір та опрацювання матеріалів для майбутніх публікацій;
- метод сторітелінгу як основний інструмент подачі матеріалу;

- візуальне моделювання та дизайн-мислення;
- планування дописів для інстаграм-проєкту за допомогою контент-плану.

Управління проєктом здійснювалося за принципами поетапності, системності та гнучкості, що дозволяло адаптувати контент до змін інформаційного поля та емоційного стану аудиторії в умовах війни.

Інстаграм-проєкт «Весільні історії» поєднує різні формати подачі інформації, що відповідають специфіці платформи та сприяють глибшому залученню аудиторії. У межах проєкту використовуються візуальні публікації, фото-каруселі, які супроводжуються відповідною мелодією, відеопублікації та формати рилз. Така мультимедійна подача дозволяє передавати емоційний настрій історій і підсилювати їхнє сприйняття через поєднання зображення, руху та звуку.

Кожна публікація має чітко структуровану візуальну складову, у якій обов'язково зазначається назва сторітелінгу, що виконує функцію навігаційного та смислового маркера для читача. Текстова частина кожного допису побудована у форматі сторітелінгу та розкриває історію конкретної пари, зосереджуючись на емоціях, життєвих обставинах і символічному значенні події. Поєднання різних форматів контенту з наративною подачею забезпечує цілісність медіапроєкту, підсилює його впізнаваність.

Для зацікавлення цільової аудиторії та попереднім ознайомленням з інстаграм-проєктом сформовано опис профілю (рис. 2.1), який містить коротку характеристику для залучення уваги читача .



Рис. 2.1 Опис профілю інстаграм-проєкту «Весільні історії» [4]

Важливою частиною створення інстаграм-проєкту є контент-план. Контент-план медіапроєкту «Весільні історії» сформовано з урахуванням концепції проєкту, особливостей платформи Інстаграм та специфіки сприйняття інформації цільовою аудиторією. Його розробка ґрунтується на принципах системності, регулярності та змістової цілісності публікацій.

Основою контент-плану є сторітелінг як ключова комунікаційна технологія, що дозволяє через особисті історії молодят передавати цінності любові, підтримки та збереження українських весільних традицій у сучасних умовах. Запропонована структура контенту поєднує інформаційні, емоційні та візуально-нарративні формати, адаптовані до алгоритмів соціальної мережі та очікувань користувачів.

Контент-план також передбачає варіативність рубрик і форматів (див. табл. 2.1), що сприяє підтриманню інтересу аудиторії, активізації зворотного зв'язку та розвитку спільноти навколо медіапроєкту «Весільні історії». Такий підхід дозволяє не лише систематизувати процес створення контенту, а й оцінювати ефективність комунікаційної стратегії в динаміці.

Контент-план інстаграм-проєкту «Весільні історії»

Таблиця 2.1

№	Формат	Назва допису	Зміст
1	Пост	Під покровом неба	Фото наречених у церкві під час вінчання. Розкриття у дописі традиції вінчання.

Продовження табл. 2.1

№	Формат	Назва допису	Зміст
2	Пост	Бог благословляє, і ми благословляємо	Фото короваю на вишитому рушнику під час благославіння. Розкриття у дописі традиції благославіння батьками молодят.

3	Пост	Обручки з любов'ю - від Мії	Фото наречених та їх песика на церемонії під час обміну обручок. Розкриття у дописі сучасної традиції: обмін обручками, які підносять до молодят їх песик.
4	Рилз	Фронт об'єднав серця	Відео весільної церемонії наречених-військових. Розкриття у дописі реальної історії кохання наречених.
5	Пост	Перший весільний танець	Фото наречених. Розкриття у дописі традиції.
6	Пост	Вони працювали в одній лікарні	Фото наречених. Розкриття у дописі реальної історії знайомства молодят.
7	Пост	Пляшка першої річниці	Фото пляшки першої річниці. Розкриття сучасної весільної традиції.
8	Рилз	Її обійми - його тил	Відео з весільної церемонії наречених. Розкриття у дописі реальної історії кохання наречених.
9	Пост	Букет нареченої	Фото нареченої з букетом. Розкриття у дописі традиції з букетом нареченої.
10	Пост	Обряд зняття фати	Фото нареченої та мами під час весілля. Розкриття української весільної традиції.
11	Пост	Якби Рай не був так далеко	Фото таблички на весільній церемонії. Розкриття у дописі символу - таблички «Якби Рай не був так далеко».

Продовження табл. 2.1

№	Формат	Назва допису	Зміст
12	Рилз	Вони були знайомі ще з дитинства	Відео з весільної церемонії наречених. Розкриття у дописі реальної історії кохання наречених.
13	Пост	Історія білої сукні	Фото нареченої. Розкриття у дописі історії традиції білої сукні нареченої.

14	Пост	Від перших кроків	Фото нареченої з татом та нареченого під час весільної церемонії. Розкриття у дописі весільної традиції.
15	Рилз	Разом крізь кілометри відстані	Відео з весільної церемонії наречених. Розкриття у дописі реальної історії кохання наречених.
16	Пост	Поранення. Нове прийняття	Фото з весільної церемонії наречених. Розкриття у дописі реальної історії кохання наречених.
17	Пост	Викуп нареченої	Фото наречених. Розкриття української весільної традиції.
18	Пост	Весільні обручки	Фото предметної зйомки ранку наречених. Розкриття у дописі символу - обручки.
19	Пост	Сімейне вогнище	Фото наречених під час традиції сімейне вогнище. Розкриття у дописі сучасної весільної традиції.
20	Рилз	Особлива традиція розрізу тортика	Відео наречених під традиції розрізу тортика. Розкриття у дописі сучасної традиції.
21	Пост	Він той, кого боїшся втратити	Фото наречених. Розкриття у дописі реальної історії кохання наречених.

Стилістика інстаграм-проекту «Весільні історії» базується на емоційній, наративній та щирій подачі матеріалу. У текстах переважають м'які лексичні конструкції, образна мова, метафори та елементи розмовного стилю, що сприяють створенню ефекту довіри та близькості між автором і читачем. Водночас тексти зберігають структурованість і логіку викладу, що відповідає вимогам журналістської етики та забезпечує зрозумілість сприйняття. Використання коротких абзаців, риторичних запитань і емоційних акцентів підсилює сторітелінговий характер дописів і дозволяє читачеві глибше зануритися в історію.

Айдентика проєкту «Весільні історії» вибудована на принципах візуальної легкості, мінімалізму та емоційної чистоти. У шрифтовому оформленні використовуються читабельні, лаконічні гарнітури без зарубок, які гармонійно поєднуються з візуальним контентом і не відволікають увагу від змісту історій. Назви сторітелінгів у візуальній частині публікацій виконують навігаційну функцію та водночас формують впізнаваний стиль проєкту.

Світлини для публікацій добираються з акцентом на живі емоції, деталі та атмосферу події. Перевага надається натуральному освітленню, теплій кольоровій гамі та кадрам, що передають інтимність і автентичність моменту. Такий підхід до візуальної айдентики підсилює емоційний вплив контенту та формує цілісний образ інстаграм-проєкту як естетичного й змістовного медіапростору.

У процесі дослідження інстаграм-проєкту «Весільні історії» важливим етапом є проведення SWOT-аналізу як одного з ефективних інструментів стратегічної оцінки медіапроєктів у цифровому середовищі. Застосування цього методу дозволяє системно проаналізувати як внутрішні характеристики проєкту, так і зовнішні чинники, що впливають на його розвиток і функціонування в межах соціальної мережі Інстаграм.

SWOT-аналіз дає можливість виявити сильні та слабкі сторони інстаграм-проєкту (див. табл. 2.2), а також окреслити потенційні можливості й загрози (див. табл. 2.3) в умовах конкурентного інформаційного простору. Результати такого аналізу слугують підґрунтям для подальшого вдосконалення контентної та комунікаційної стратегії проєкту «Весільні історії», а також дозволяють оцінити його перспективи розвитку та стійкість у довгостроковій перспективі.

SWOT-аналіз інстаграм-проєкту «Весільні історії»: Сильні та Слабкі сторони

Таблиця 2.2

Сильні сторони	Слабкі сторони
----------------	----------------

- унікальний тематичний фокус; - емоційна автентичність контенту; - реальні герої; - поєднання традицій і сучасності.	- залежність від активності аудиторії; - обмежені ресурси просування.
--	--

SWOT-аналіз інстаграм-проєкту «Весільні історії»: Можливості та Загрози

Таблиця 2.3

Можливості	Загрози
- зростання інтересу до української культури; - колаборації з весільними брендами; - розширення форматів.	- інформаційна перенасиченість соціальних мереж; - психологічна втома аудиторії.

Проведений SWOT-аналіз інстаграм-проєкту «Весільні історії» дозволив комплексно оцінити його внутрішній потенціал та зовнішні умови функціонування в цифровому медіасередовищі. Визначені сильні сторони проєкту, зокрема унікальна тематика, емоційна автентичність контенту, використання сторітелінгу та цілісна візуальна айдентика, створюють підґрунтя для формування довіри аудиторії та стабільного розвитку проєкту. Наявність чіткої концепції та орієнтація на реальні історії дозволяють проєкту вирізнятися серед однотипного весільного контенту в соціальних мережах.

Водночас виявлені слабкі сторони, пов'язані з обмеженими ресурсами просування та залежністю від активності користувачів, вказують на необхідність подальшого стратегічного планування. Аналіз можливостей засвідчує потенціал розширення проєкту через впровадження нових форматів, колаборації з представниками весільної та креативної індустрії, а також зростання інтересу до українського культурного контенту. Окреслені загрози, зокрема інформаційна

перенасиченість та зниження емоційної залученості аудиторії, актуалізують потребу в збереженні балансу між емоційністю та змістовністю контенту. Загалом результати SWOT-аналізу підтверджують доцільність обраної концепції інстаграм-проєкту «Весільні історії» та визначають напрями його подальшого вдосконалення.

2.2. Аналіз медіаматеріалів інстаграм-проєкту «Весільні історії»: структура контенту, жанрові особливості та ефективність сторітелінгу

У межах магістерського дослідження проведено аналіз медіаматеріалів інстаграм-проєкту «Весільні історії» як авторського цифрового медіапродукту, орієнтованого на емоційно-наративну комунікацію з аудиторією. Аналіз охоплює публікації проєкту, їхню жанрову специфіку, особливості візуального та текстового наповнення, що дозволяє оцінити ефективність сторітелінгу та відповідність контенту загальній стратегії бренду.

Контент інстаграм-проєкту «Весільні історії» має чітко вибудовану структуру: регулярні публікації у стрічці, доповнені рилз. Кожна публікація поєднує візуальну частину, заголовок сторітелінгу та текстовий наратив, що формує завершений медіаматеріал.

Наприклад, публікація під назвою «Під покровом неба» ((рис. 2.2) містила серію фото-карусель із моментами вінчання молодят у церкві: благословення молодят, обряд з обручками. До фото було додано відповідну мелодію, що підсилювала емоційний ефект, а текстовий блок розкривав процес таїнства вінчання [5].

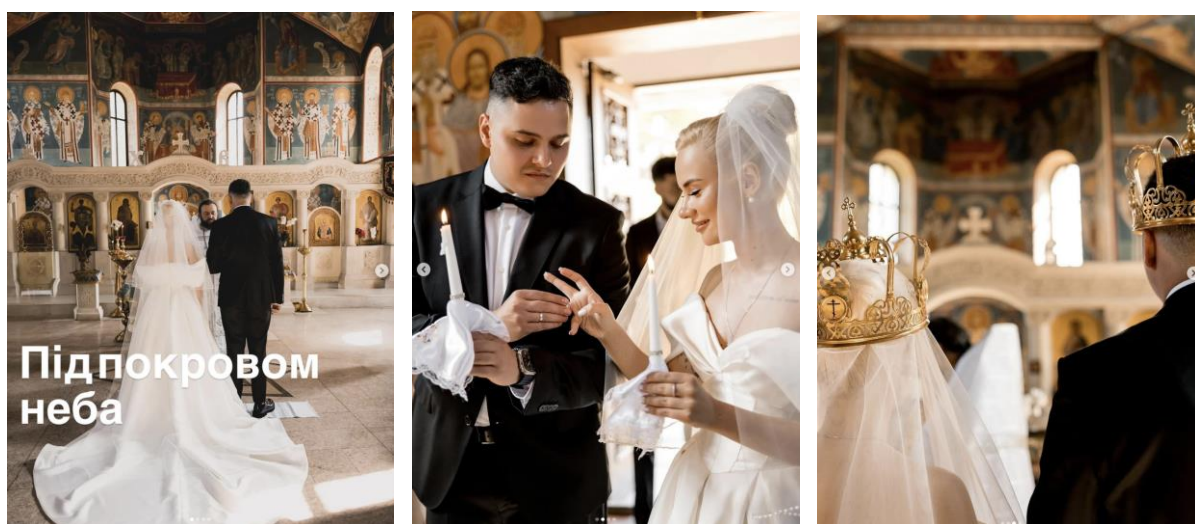


Рис. 2.2 Публікація «Під покровом неба» для інстаграм-проєкту «Весільні історії»

Інший приклад – відео-публікація «Особлива традиція розрізу тортика» (*рис. 2.3*), де подано короткий нарис з елементами пояснення культурних символів весільної традиції [6].

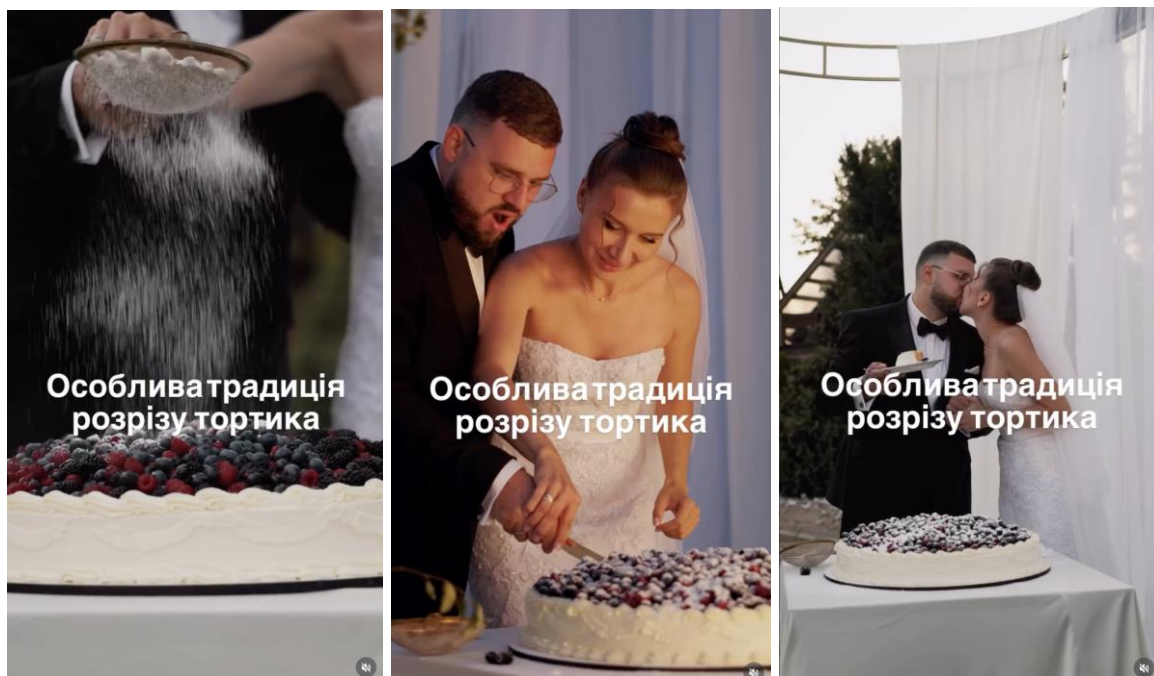


Рис. 2.3 Публікація «Особлива традиція розрізу тортика» для інстаграм-проекту «Весільні історії»

У проекті представлені три основні типи історій:

1. Особисті наративи молодят – поєднання інтерв'ю та художньо-публіцистичного стилю, наприклад, публікація «Він - той, кого боїшся втратити» (*рис. 2.4*), де текст розповідає про шлях пари від знайомства, щасливих та складних моментів, до пропозиції руки та серця, а фото-карусель передає щирі почуття молодят [7].

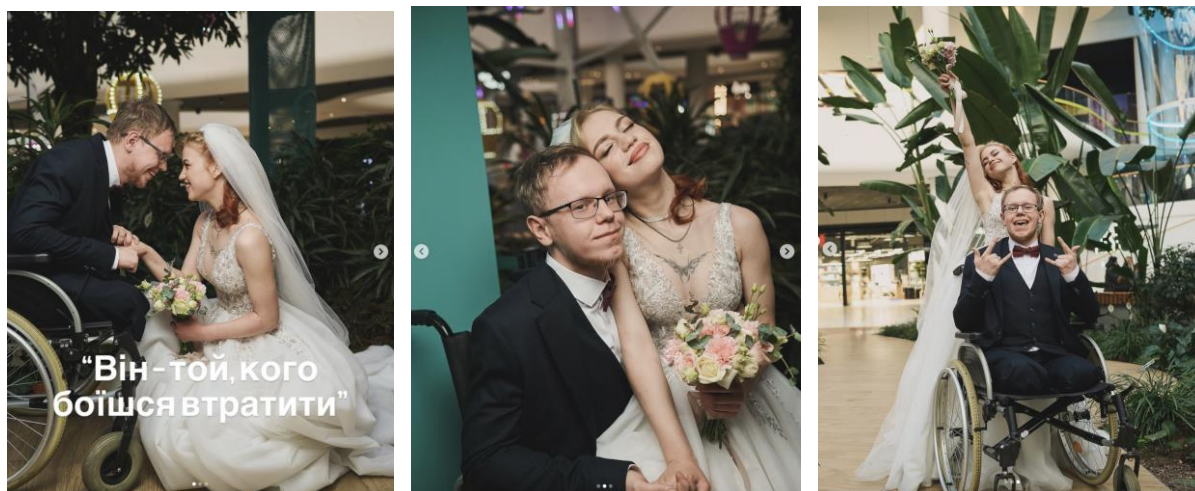


Рис. 2.4 Публікація «Він - той, кого боїшся втратити» для інстаграм-проєкту «Весільні історії»

2. Тематичні матеріали про традиції та символіку – пояснювальні історії з елементами культурології, наприклад, публікація «Сімейне вогнище» (рис. 2.5), де фото передає момент традиції, а текстова частина супроводжується історією про обряд [8].

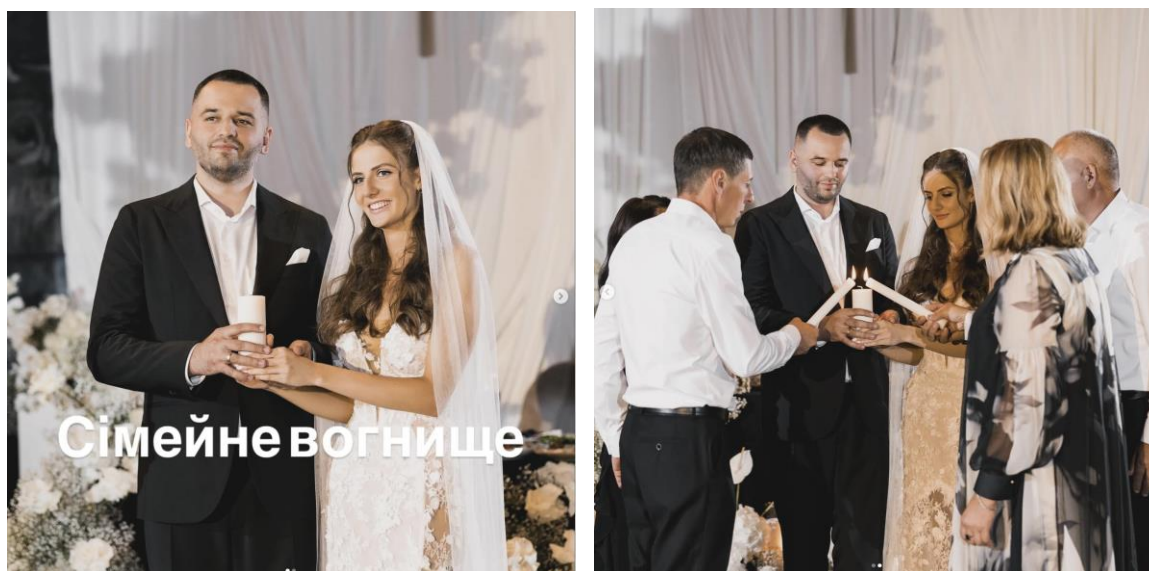


Рис. 2.5 Публікація «Сімейне вогнище» для інстаграм-проєкту «Весільні історії»

3. Відео рилз із емоційними моментами – короткі динамічні ролики, як-от «Її обійми – його тил» (*рис. 2.6*), які передають рух, емоції та атмосферу весілля, посилюючи сторітелінг через аудіовізуальні елементи [9].

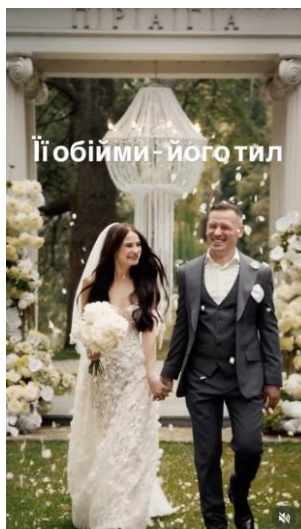


Рис. 2.6 Публікація «Її обійми – його тил» для інстаграм-проєкту «Весільні історії»

Сторітелінг у публікаціях проєкту реалізується через використання третьої особи, що створює ефект оповідача. Наприклад, у публікації «Вони працювали в одній лікарні» текст побудовано у формі розповіді про двох закоханих героїв, що дозволяє читачеві відчувати себе спостерігачем за чимось інтимним. Візуальна частина публікації підкреслює емоційні акценти через крупні плани облич, деталі декору та атмосферні кадри [10].

Візуальні матеріали проєкту дотримуються єдиної стилістики: тепла кольорова гама, натуральне освітлення, мінімалістичний дизайн елементів. Наприклад, серія фото «Бог благословляє, і ми благословляємо» демонструє макрозйомку короваю та ікон, що створює відчуття інтимності та автентичності [11].

Текстовий контент характеризується м'якою, образною лексикою, метафорами та елементами розмовного стилю. Наприклад, у публікації «Від перших кроків» текст поєднує деталі порівняння («Він простягнув їй руку – ту саму, яка колись тримала її, коли вона вчилася ходити... Сьогодні ця рука веда її до нового життя») з емоційними

переживаннями героїв, що формує ефект присутності та залучає читача до нарративу [12].

Емоційний вплив контенту інстаграм-проєкту «Весільні історії» (див. додаток А) проявляється у здатності історій викликати емпатію, надихати та формувати відчуття спільності. Особливо це актуально в умовах війни, коли позитивні наративи та історії кохання виконують компенсаторну та підтримувальну функцію.

Аналіз медіаматеріалів показав, що використання сторітелінгу як ключової технології комунікації дозволяє:

- формувати емоційний зв'язок з аудиторією;
- підсилювати впізнаваність бренду;
- транслювати цінності кохання, підтримки та збереження традицій;
- забезпечувати інтерактивну взаємодію через фото- та відео-дописи.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТА РЕЗУЛЬТАТИ ПРОСУВАННЯ ІНСТАГРАМ-ПРОЄКТУ «ВЕСІЛЬНІ ІСТОРІЇ»

3.1. Розробка комунікаційної стратегії інстаграм-проєкту «Весільні історії»

Комунікаційна стратегія інстаграм-проєкту «Весільні історії» розроблена з урахуванням соціально-комунікаційної спрямованості проєкту, специфіки платформи Instagram та особливостей сприйняття контенту цільовою аудиторією. Основною метою стратегії є формування сталої взаємодії з аудиторією, підвищення впізнаваності проєкту та поширення позитивних наративів про українські весільні традиції й реальні історії кохання в умовах сучасних соціокультурних викликів.

Соціально-комунікаційна спрямованість медіапроєкту полягає у створенні безпечного та етичного цифрового простору, де особисті історії молодят стають засобом комунікації, взаєморозуміння та культурної пам'яті. Проєкт виконує не лише інформаційну, а й соціальну функцію, сприяючи формуванню спільноти, об'єднаної цінностями кохання, родинності та національної ідентичності.

Ключовим каналом поширення медіапроєкту обрано соціальну мережу Інстаграм як найбільш релевантну для візуально-наративного контенту та сторітелінгу. У межах комунікаційної стратегії використовуються такі онлайн-інструменти: публікації у стрічці, сторіс, рилз, інтерактивні опитування, питання-відповіді, а також можливі кроспублікації у суміжних цифрових середовищах, зокрема особистих блогах, сторінках партнерів та тематичних онлайн-медіа. Такий підхід дозволяє розширити охоплення та залучити нові сегменти аудиторії.

Важливим елементом комунікаційної стратегії є використання інтерактивного сторітелінгу як основного інструменту взаємодії з користувачами. Аудиторія залучається до процесу створення контенту через надсилання власних історій, участь в опитуваннях, коментування та обговорення публікацій. Така форма комунікації сприяє формуванню довіри, підвищенню рівня залученості та розвитку лояльної спільноти навколо проєкту «Весільні історії».

Розробка подальшого плану просування інстаграм-проєкту «Весільні історії» є логічним продовженням комунікаційної стратегії та спрямована на систематизацію дій щодо підвищення впізнаваності проєкту, залучення цільової аудиторії та зміцнення бренду в соціальному медіапросторі.

План для подальшого просування інстаграм-проєкту «Весільні історії» містить в собі:

1. Регулярність контенту: стабільний графік публікацій у стрічці та рилз; системне використання сторіз для підтримки щоденного контакту з аудиторією; чергування емоційних, інформативних та інтерактивних форматів контенту.
2. Розширення форматів сторітелінгу: публікація серійних історій із продовженням; використання інтерактивних елементів (опитування, квізи, запитання).
3. Посилення візуальної комунікації: використання фото-каруселей із логічною наративною послідовністю; створення відеоконтенту з емоційним акцентом та музичним супроводом.
4. Використання трендів соціальних мереж: адаптація актуальних трендів рилз до тематики проєкту; використання популярних мелодій із збереженням айдентики бренду; експериментування з форматами коротких відео та динамічного монтажу.
5. Розвиток інтерактивної взаємодії з аудиторією: регулярне проведення опитувань і голосувань у сторіз; заохочення коментування через відкриті запитання; відповіді на повідомлення та коментарі як елемент діалогу.
6. Колаборації та партнерські взаємодії: співпраця з весільними організаторами, фотографами, декораторами; залучення експертів до створення тематичного контенту.
7. Проведення тематичних кампаній і спецпроєктів: запуск флешмобів із залученням підписників; створення тематичних рубрик до календарних і

культурних дат; реалізація серійних спецпроектів у форматі рилз з історіями учасників.

8. Розширення каналів поширення: поширення контенту в інших соціальних мережах; використання блогів та онлайн-медіа для анонсування проекту.
9. Забезпечення етичних та правових стандартів: дотримання норм авторського права; публікація матеріалів за згодою учасників; дотримання журналістських стандартів у роботі з персональними історіями.

Поданий план просування інстаграм-проекту «Весільні історії» має комплексний та системний характер, що враховує як контентні, так і комунікаційні аспекти розвитку проекту. Його структура забезпечує послідовне підвищення впізнаваності бренду, формування лояльної аудиторії та активну взаємодію з користувачами соціальної мережі. Особливу увагу приділено регулярності публікацій і різноманіттю форматів контенту, що дозволяє підтримувати постійну присутність проекту в цифровому просторі.

Очікуваними результатами реалізації комунікаційної стратегії є зростання кількості підписників, підвищення рівня залученості аудиторії, формування позитивного іміджу проекту та розширення кола партнерських взаємодій. Для забезпечення сталого розвитку медіапроекту розглядаються можливі джерела фінансування, зокрема грантові програми, фандрайзингові ініціативи, партнерські колаборації з представниками весільної та креативної індустрії.

Окрему увагу в межах комунікаційної стратегії приділено дотриманню законодавства про авторське право та захист особистих прав героїв публікацій. Усі матеріали проекту публікуються за згодою учасників історій із дотриманням етичних норм журналістики, що забезпечує правову та моральну відповідальність медіапроекту «Весільні історії».

3.2. Результати та ефективність просування інстаграм-проєкту «Весільні історії»

Результати просування інстаграм-проєкту «Весільні історії» були проаналізовані на основі моніторингу контентної активності сторінки, реакцій аудиторії та динаміки зростання кількісних і якісних показників за період реалізації комунікаційної кампанії. Просування проєкту здійснювалося поступово, органічним шляхом, без використання платної реклами, що дозволяє оцінити ефективність обраної контентної та комунікаційної стратегії.

На початковому етапі («було») інстаграм-проєкт перебував у стадії запуску та не мав сформованої аудиторії. Сторінка функціонувала як новостворений медіаресурс без активних підписників і впізнаваного бренду. Основним завданням стартового періоду стало наповнення профілю контентом, формування стилістичної єдності, визначення тематичних рубрик і тестування форматів сторітелінгу.

У процесі реалізації проєкту відбувалося поступове зростання аудиторії та підвищення рівня її залученості. За час просування інстаграм-сторінка «Весільні історії» зібрала 222 підписники (рис. 3.1), що свідчить про позитивну динаміку розвитку проєкту та інтерес з боку цільової аудиторії. Зростання відбувалося органічно - через регулярні публікації, використання інтерактивних форматів, залучення користувачів до обговорення та поширення контенту [4].



Рис. 3.1 Кількість читачів інстаграм-проєкту «Весільні історії»

Найвищі показники залученості демонстрували відео-публікації у форматі рилз «Особлива традиція розрізу торта» та «Разом крізь кілометри відстані» по 72 та 97 переглядів. Відео-публікації мали емоційно насичений сторітелінг, що містив реальні історії молодят, доповнені яскравим візуальними матеріалами та музичним супроводом (рис. 3.2) [6, 13].

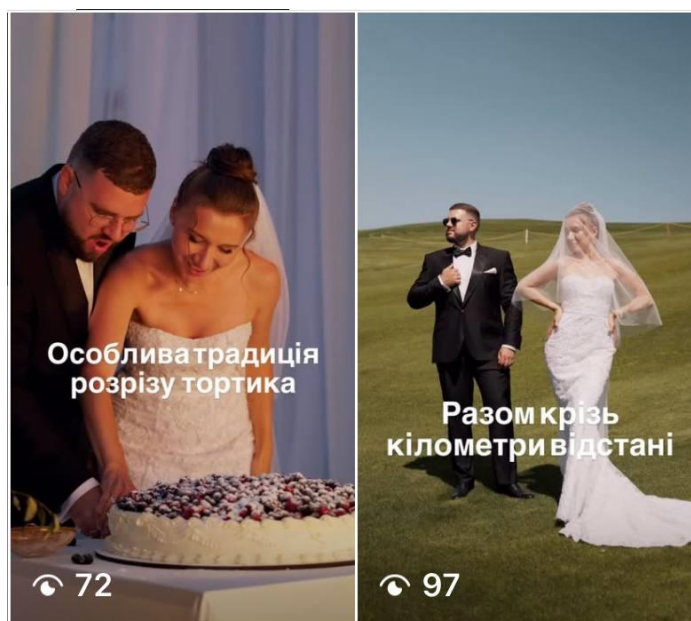


Рис. 3.1 Відео-публікації інстаграм-проєкту «Весільні історії» з найбільшою кількістю переглядів «Особлива традиція розрізу торта» та «Разом крізь кілометри відстані»

Кінцевим результатом реалізації кваліфікаційної магістерської роботи став повноцінно функціонуючий інстаграм-проєкт «Весільні історії», який має чітко визначену тематику, структуру контенту, стилістику та стабільну аудиторію. Проєкт може бути застосований як приклад практичної реалізації сторітелінгового медіа у сфері соціальних комунікацій, культурної журналістики та цифрових наративів у соціальних мережах.

З метою забезпечення подальшої позитивної динаміки показників успішності проєкту доцільно реалізувати низку рекомендацій: розширити коло партнерських колаборацій, активніше використовувати відеоформати та інтерактивні інструменти,

запровадити тематичні спецпроекти та серійний контент, а також застосовувати аналітичні інструменти для глибшого вивчення поведінки аудиторії. Це сприятиме зростанню кількості підписників, підвищенню якості контенту та посиленню бренду медіапроєкту.

ВИСНОВКИ

У магістерській роботі на тему «Сторітелінг у соціальних медіа в сучасних умовах війни на прикладі інстаграм-проєкту «Весільні історії»» здійснено комплексне дослідження особливостей використання сторітелінгу як інструменту соціальних комунікацій у цифровому медіапросторі. У ході роботи проаналізовано теоретичні підходи до сторітелінгу, специфіку функціонування соціальних мереж та вплив воєнного контексту на характер медіакомунікації й сприйняття контенту аудиторією.

Практична частина магістерської роботи реалізована у форматі авторського інстаграм-проєкту «Весільні історії», що стало прикладом застосування сторітелінгових технологій у сучасному медіасередовищі. Для проєкту було створено 21 допис із використанням інструментів сторітелінгу, серед яких 16 фото-каруселей та 5 відеопублікацій у форматі рилз. Контент ґрунтувався на реальних історіях молодят і поєднував текстові, візуальні та емоційні компоненти, що забезпечило цілісність наративної структури та відповідність обраній комунікаційній стратегії.

Аналіз створеного наповнення засвідчив, що фото-каруселі є ефективним форматом для поетапного розгортання історії та глибшого занурення аудиторії в наратив, тоді як відеоконтент у форматі рилз посилює емоційний вплив за рахунок динаміки, музичного супроводу та візуальної виразності. Поєднання різних форматів сприяло підвищенню залученості аудиторії та формуванню сталого інтересу до проєкту.

Результати реалізації інстаграм-проєкту підтверджують, що сторітелінг у соціальних медіа в умовах війни виконує не лише інформаційну, а й соціальну, психологічну та культурно-ідентифікаційну функції. Публікації проєкту сприяли створенню емоційно безпечного простору, у якому особисті історії кохання стали засобом підтримки, об'єднання та збереження культурних традицій.

Таким чином, поставлену мету магістерської роботи досягнуто, а визначені завдання виконано в повному обсязі. Реалізований інстаграм-проєкт «Весільні

історії» доводить ефективність сторітелінгових технологій у соціальних медіа та може бути використаний як практичний приклад для подальших досліджень у галузі соціальних комунікацій, цифрової журналістики та медіапроектування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Інстаграм: @brideukraine_online
URL: https://www.instagram.com/brideukraine_online/ (дата звернення: 20.10.2025)
2. Інстаграм: @divoche.media
URL: https://www.instagram.com/divoche.media/?hl=en&utm_source=chatgpt.com
(дата звернення: 10.10.2025)
3. Інстаграм: @uculture.com.ua
URL: <https://www.instagram.com/uculture.com.ua?igsh=MTN5ODhhMDE4ZWxoNg%3D%3D> (дата звернення: 20.10.2025)
4. Інстаграм: @wedding.stories.ua
URL: <https://www.instagram.com/wedding.stories.ua/> (дата звернення: 18.11.2025)
5. Інстаграм: @wedding.stories.ua
URL: https://www.instagram.com/p/DQ8UJY6jD46/?img_index=1 (дата звернення: 28.11.2025)
6. Інстаграм: @wedding.stories.ua
URL: <https://www.instagram.com/p/DQ8xB2NDSF3/> (дата звернення: 28.11.2025)
7. Інстаграм: @wedding.stories.ua
URL: https://www.instagram.com/p/DQ8xbGNDSvu/?img_index=3 (дата звернення: 01.12.2025)
8. Інстаграм: @wedding.stories.ua
URL: https://www.instagram.com/p/DQ8wYKrjeZo/?img_index=1 (дата звернення: 01.12.2025)
9. Інстаграм: @wedding.stories.ua
URL: <https://www.instagram.com/p/DQ8gLeZDUEG/> (дата звернення: 03.12.2025)
10. Інстаграм: @wedding.stories.ua
URL: https://www.instagram.com/p/DQ8b_6_DJyk/ (дата звернення: 03.12.2025)

11. Інстаграм: @wedding.stories.ua

URL: https://www.instagram.com/p/DQ8W9g8DNOu/?img_index=1 (дата звернення: 05.12.2025)

12. Інстаграм: @wedding.stories.ua

URL: https://www.instagram.com/p/DQ8nQIUDZqA/?img_index=1 (дата звернення: 05.12.2025)

13. Інстаграм: @wedding.stories.ua

URL: <https://www.instagram.com/p/DQ8oDz7DdPs/> (дата звернення: 05.12.2025).

14. Інстаграм: @wim_ua

URL: https://www.instagram.com/wim_ua/ (дата звернення: 10.10.2025)

15. Мак-Кі Р., Джерас Т. Сторіноміка: маркетинг у пост рекламну епоху / пер. з англ. Є. Голобородько. — Харків : Віват, 2019. — 240 с.

16. Сергійчук С. Європейський простір: Успішний сторітелінг. Як писати так, щоб ваш текст прочитали / С. Сергійчук. URL: <https://euprostir.org.ua/practices/134437> (дата звернення: 15.09.2025)

17. Сторр В. Наука сторітелінгу. Чому історії впливають на нас і як ними впливати на інших / пер. з англ. Марта Госовська. — Київ : Наш Формат, 2024. — 224 с.

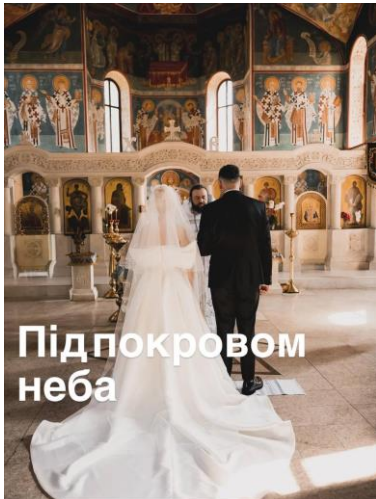
18. Ущатовська І. В. Емотивність як антропоцентричний лінгвальний потенціал сторітелінгу у формуванні цінностей бренду / І. В. Ущатовська // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Інноваційний потенціал сучасної освіти та науки». — Київ, 2020. — С. 256–260.

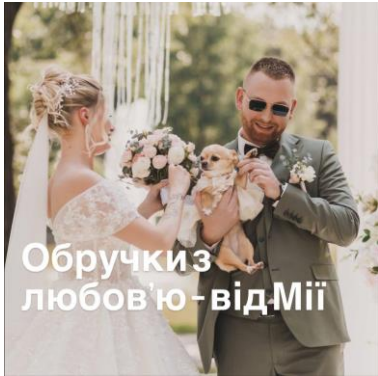
19. Mossberg L. Extraordinary experiences through storytelling / L. Mossberg // Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism. — 2008. — Vol. 8, No. 3. — P. 195–210.

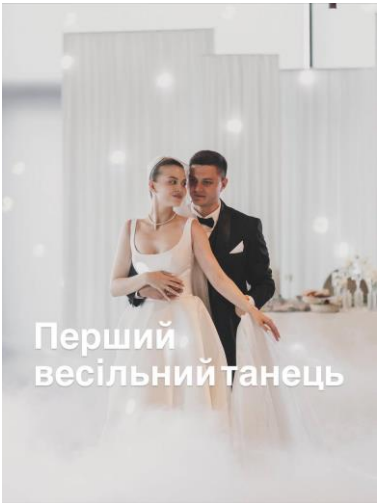
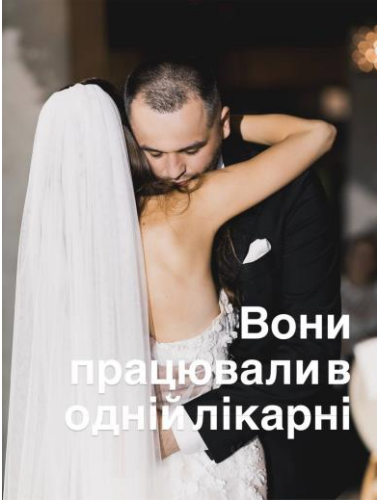
ДОДАТКИ

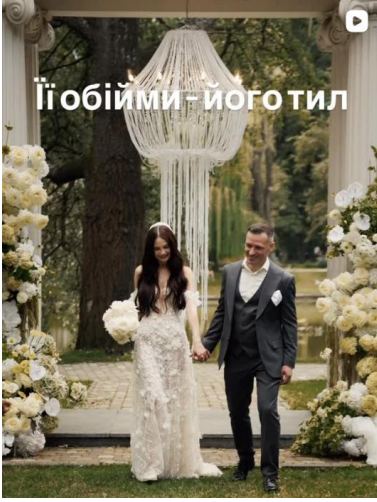
Додаток А

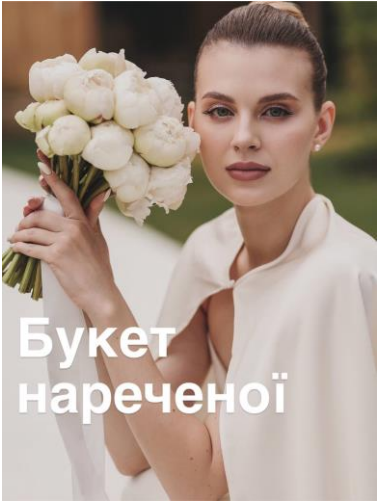
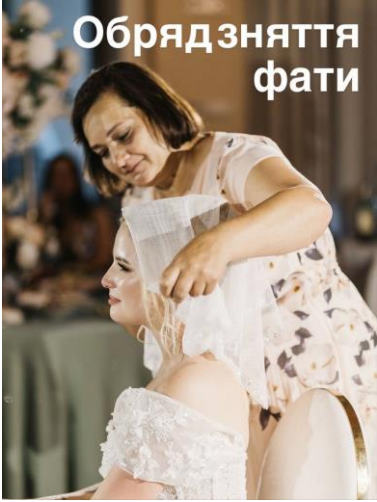
Дописи для інстаграм-проєкту «Весільні історії»

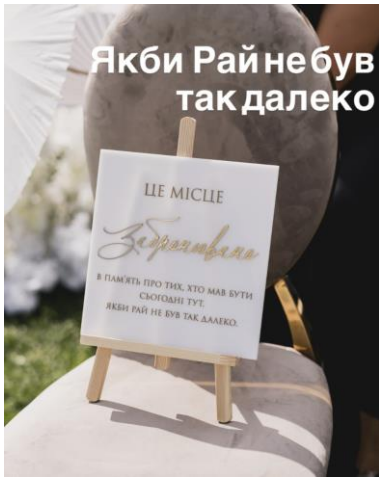
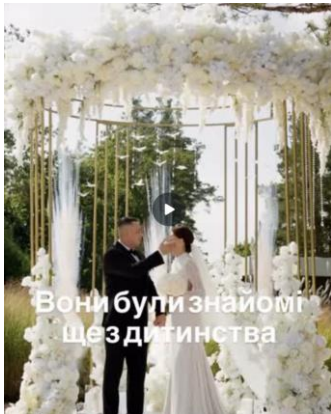
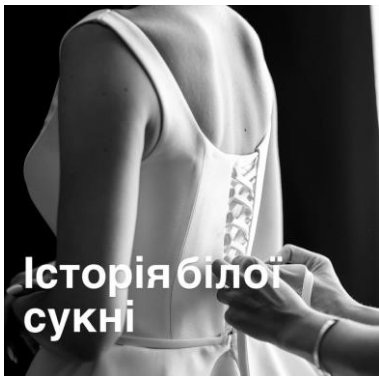
№	Сторітелінг для інстаграм-сторінки проєкту «Весільні історії»	Медіаматеріал для публікацій
1	Під покровом неба Вони стояли поруч - трішки схвильовані, але спокійні в очікуванні чогось більшого, ніж просто весільний день. Бо цього ранку вони прийшли не лише сказати «так» один одному - вони прийшли стати одним цілим перед Богом. У храмі завжди особлива тиша - не порожня, а тепла, така, що ніби огортає плечі. І коли наречені переступають поріг церкви, здається, що саме небо нахиляється нижче, щоб стати свідком їхнього союзу. Спершу - заручини. Тут священник благословляє обручки, а молодята обмінюються ними як символом вибору. Це ніби перше «я поруч» у стосунках, що назавжди. Потім - вінчання. Їм кладуть на голови вінці - знак того, що кохання потребує не тільки ніжності, а й мудрості, терпіння та жертвності. Вінці - це не про королівську велич, це про відповідальність за серце людини поруч. Їхні руки з'єднують, щоб вони йшли однією дорогою. Чашу подають спільну - щоб радість і випробування ділили порівну. А навколо лунає молитва, що благословляє їхній шлях, мов невидимий купол неба, який буде захищати, підтримувати, зміцнювати. І коли вони роблять три кроки навколо аналоя, тримаючись за руки - це вже не просто ритуал. Це кроки в нове життя, у якому більше немає «я» - є «ми». У вінчанні немає гучних оплесків чи яскравих декорацій. Його сила у тиші, молитві та щирому намірі двох людей створити сім'ю, покладаючись не лише на кохання, а й на Божу благодать. Бо справжній шлюб народжується тут, під покровом неба. Там, де серця говорять мовою, яку чує тільки Бог.	 Під покровом неба
2	Бог благословляє, і ми благословляємо Перед тим, як вони вирушили назустріч своєму новому життю, настав момент тихий, але такий важливий. Момент, у якому зібралася вся любов поколінь. Батьки стояли поруч, тримаючи коровай — теплий, запашний, сплетений не лише з тіста, а й з турботи, молитов і довгого шляху родини. Це не просто хліб. Це символ дому, добра та благословення, яке передають від серця до серця. Мама торкнулася руки доньки - ніжно, ніби востаннє поправляє їй косу перед школою. Тато поклав долоню на плече сина - впевнено, як робив колись, коли вчив його стояти на ногах. І ось вони говорять головні слова: щоб у домі завжди панував мир, щоб стіл був повний, щоб любов не висихала, як джерело. Благословення, яке линуло від батьків, було не гучним - але таким сильним, що, здається, навіть вітер притих, аби не завадити. Молодята торкаються короваю разом - дві руки, два серця, два роди, що відтепер зливаються в одну сім'ю. Це мить, коли Бог благословляє згори, а батьки - знизу, своїм життям, досвідом, вірою в їхнє майбутнє. І в цьому поєднанні небесного та земного народжується нова сім'я. Тиха, щира, вистраждана й вистраждано-благословенна.	 Бог благословляє, і ми благословляємо

№	Сторітелінг для інстаграм-сторінки проєкту «Весільні історії»	Медіаматеріал для публікацій
	Бо саме так починається справжній дім - з любові, молитви і теплого короваю, поділеного навпіл.	
3	Обручки з любов'ю - від Мії Вона ходила колами біля наречених з самого ранку - хвостик тремтить, очі сяють, ніби й сама відчуває, що сьогодні щось дуже важливе. Мія, їхня маленька улюблениця, завжди була частиною сім'ї. А сьогодні вона стала частиною їхнього весілля. Коли ведучий оголосив особливий момент, музика стала трохи тихішою, а гості обернулися назад. І тоді в прохід з'явилася вона - з маленькою оксамитовою подушечкою на нашійнику, на якій блищали ті самі обручки. Вона йшла впевнено, як справжня почесна гостя, наче знала: зараз вона приносить не просто кільця, а символи нової сім'ї, яку допомагала будувати своєю присутністю, теплом і відданістю. Наречена присіла, простягнула руки - і Мія зупинилася поруч, притиснувшись носиком до її долоні. Наречений погладив собачку по спині - так, як робив це тисячу разів, але сьогодні цей жест був іншим: ніжнішим, символічним, повним вдячності. Гості посміхалися, хтось непомітно витер сльозу, бо в цю мить було видно: сім'я - це не лише двоє. Це ті, хто поруч щодня. Хто зустрічає з роботи, кого годують з руки, хто спить біля ніг, коли важко. Мія подала обручки - і ніби передала їм разом всю свою маленьку велику любов. І коли вони одягали кільця, було відчуття, що поруч стоїть не просто песик. Поруч стояв друг. Сім'я. Той, хто пройшов з ними шлях, а тепер допоміг зробити їхній найважливіший крок. Обручки з любов'ю - від Мії.	
4	Фронт об'єднав серця □ Історія військових Віталія та Оксани: знайомство, яке почалося з кар'єру, а закінчилося... весіллям Серпень 2023-го. Військова навчальна база в Житомирі, спека і спонтанний виїзд на кар'єр. Оксана приїхала з подругами - просто поплавати та засмагнути. В той час Люба, її подруга та колишня підлегла, відпочивала з курсантами: смажили шашлики. Один дзвінок - і дівчата вже за спільним столом. В ту мить з'явився і він - Віталій. Військовий із Донеччини, тихий, уважний, із серйозним поглядом. Люба згадувала, що він їй подобається, тож Оксана не поспішала проявляти симпатію - але інтуїція шепотіла: це щось більше. І навіть без жодного «посилу» з її боку, було очевидно - між ними щось відбувається. □ Вечір затягнувся, погляди стали довгими, а Віталій почав дедалі ближче підсідати до неї. Ніжні обійми на прощання лише підтвердили: перед нею гідна, щира людина. Далі - служба, відрядження, телефонні розмови та... трішки інтриги: Віталій дістав номер Оксани через Любу (яка, до речі, боялась, що та її "приб'є" за це). Перше побачення - 31 серпня. Оксана ще вагалась і... взяла Любу з собою. Але коли вони з Віталієм залишились удвох і вперше поцілувались - сумнівів не залишилось. Це був той самий поцілунок, після якого почалось нове життя. □ З того вечора вони почали жити разом. □ А сьогодні - уже чоловік і дружина.	

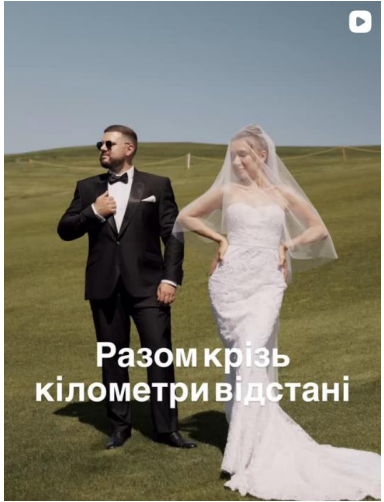
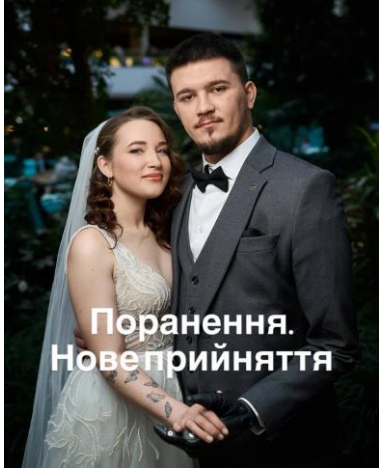
№	Сторітелінг для інстаграм-сторінки проєкту «Весільні історії»	Медіаматеріал для публікацій
5	Перший весільний танець Коли музика стихла – у залі стало так тихо, що здавалося, навіть повітря чекало на їхню мить. Вони зробили крок назустріч одне одному – впевнено, ніжно, так, ніби весь світ звужився до двох сердець. Це був не просто танець. Це був їхній шлях – з усіма моментами, що привели їх сюди. Перші зустрічі, коли слова плуталися, а погляди уникали одне одного. Перші обійми, від яких прискорювалося дихання. Перші труднощі, які вони вчилися проходити разом. Перші перемоги, які святкували вдвох. Він обійняв її за талію – так, як обіймають людину, яку цінують більше за все. Вона поклала руку йому на плече – довірливо, спокійно, як на свою опору. І вони закружляли. Повільно. У ритмі, який знав тільки їхній всесвіт. Гості бачили красивий танець. А вони проживали цілу історію – свою. Ту, що почалася з випадкової зустрічі, а привела до цього вечора, до цієї музики, до цього обійму. Перший танець – це завжди більше, ніж рухи. Це обіцянка. Мовчазна, щира, дуже особиста. Обіцянка йти разом, любити в темні й світлі дні, і завжди знаходити шлях у ритмі двох. Так народжуються сім'ї – з дотику, з погляду, з першого весільного танцю. ✨	
6	Вони працювали в одній лікарні Вони зустрілися там, де життя щодня тримається на нитці – у лікарні. Вона працювала у своєму відділенні, він – у сусідньому. Їхні погляди перетиналися між терміновими викликами, короткими нарадами і ковтками кави між змінами. А потім прийшли військові. Поранені, виснажені, з історіями, що назавжди залишають слід. Вони обоє лікували їх – і саме ця спільна відповідальність непомітно зблизила їх сильніше за будь-які слова. Одного вечора після важкої операції вона вийшла в коридор, ледве стримуючи втому. Він підійшов і тихо сказав: «Ти зробила все можливе». І цього було достатньо, щоб серце вперше тремтіло не від стресу, а від тепла. Їхнє кохання народилося серед болю, надії і величезної поваги одне до одного. Не з романтики – а з підтримки. Не з випадковості – а з сили, яку вони бачили щодня поруч. І коли на весіллі вони взялися за руки, вони точно знали: їхня історія почалася в лікарняному коридорі. Там, де кожне «буде жити» звучало як маленьке диво. І там же зародилося кохання, яке сьогодні стало їхнім спільним майбутнім. ✨	

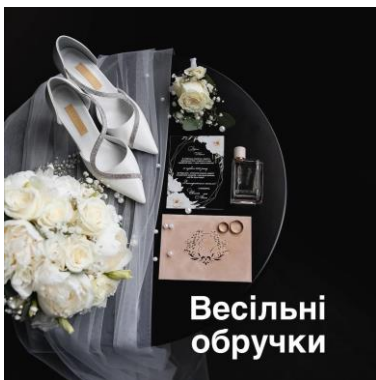
№	Сторітелінг для інстаграм-сторінки проєкту «Весільні історії»	Медіаматеріал для публікацій
7	Пляшка першої річниці На кожному весіллі є свій момент, який гості згадують довше за букет чи торт. Момент, коли всі завмирають у передчутті, а повітря наповнюється сміхом, азартом і легким трепетом. Це – розіграш пляшки першої річниці. Ведучий піднімає вгору пляшку шампанського – ту саму, що відкриють рівно через рік після весілля. Її передають з рук у руки – від друзів до родичів, від сусідів по столу до тих, хто щойно познайомився на святі. І разом із кожним дотиком передають щось більше, ніж просто напій. Кожен, хто тримає пляшку, ніби залишає на ній частинку тепла – побажання щастя, легкого майбутнього, миру в домі. Хтось прошепоче: «Любіть довго», хтось посміхнеться: «Хай бурлить тільки шампанське, а не суперечки», а хтось просто притисне її до серця – по-доброму, мов сімейну реліквію. І ось – фінальний акорд. Музика стихає, ведучий рахує до трьох, а всі з нетерпінням дивляться, хто триматиме пляшку в той самий момент. Завжди сміх, обійми, несподіванка – і трохи щастя в очах того, кому пощастило. А потім настає наступний день – через рік. Молодята дістають цю пляшку, збережену з таким трепетом, і відкривають її вдвох. І з кожним ковтком вони згадують: як сміялися їхні друзі, як плакали мами, як трималися вони за руки під час обітниць. Це шампанське – не просто напій. Це рік їхнього кохання у пляшці: з усіма спогадами, підтримкою й теплом людей, які були поруч у найважливіший день. Так починається традиція, яку хочеться передавати далі – щоб кожна річниця мала свій смак. Смак першого року разом. ☑️🌟☑️	 Пляшка першої річниці
8	Її обійми - його тил ☑️ Вони зустрілися онлайн у квітні 2022 року. Він - на Донеччині. Вона - в Британії. Вона допомагала військовим - серед них був Антон. У вересні 2022 - перша зустріч. Один день у Запоріжжі. Без відпустки. Без гарантій. Але з відчуттям - це він, це вона. Кохання з першого погляду. Потім були поїздки - Миколаїв - той самий готель, той самий номер. Танці під музику і вибухи - розмови до світанку - його місто, його спогади. Листи в посылках. KFC на Донеччину. Донбаський бузок у відповідь - просто щоб порадувати. Квіти без приводу - знову і знову. Коли не разом фізично — разом серцем. Онлайн-вечері - спільні прогулянки - ранкове «прокинулись разом» і вечірне «на добраніч». 05.01.2025 він зробив пропозицію. Бо для нього вона - тил. А для неї він - сенс чекати. Кохання, яке не зламала відстань і не зупинила війна ☑️	 Її обійми - його тил

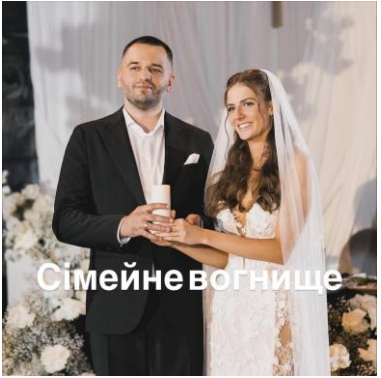
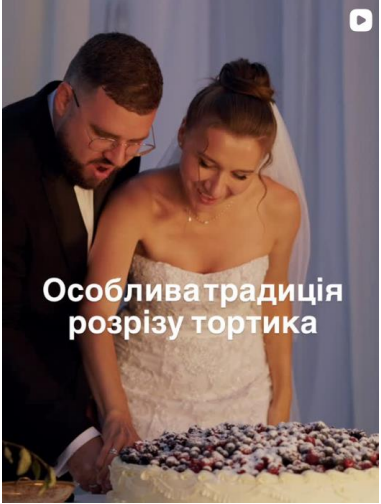
№	Сторітелінг для інстаграм-сторінки проєкту «Весільні історії»	Медіаматеріал для публікацій
9	Букет нареченої Ще задовго до весілля вона уявляла, яким буде її букет. Не надто великий, не надто пишний – але такий, що відображає саме її. Трохи ніжності, трохи сміливості і трішки того світла, яке з’являється в очах, коли вона бачить його. У руках нареченої букет виглядає особливо. Наче він знає всі її хвилювання, всі мрії, всі кроки, які привели її до цього дня. Кожна квітка – це символ: пелюстки про ніжність, зелень про спокій, аромат про майбутнє, яке починається саме зараз. Він дивиться на неї – і бачить, як вона стискає букет, коли виходить до гостей. Від цього жесту у нього стискається серце: це ж та сама дівчина, яку він колись боявся запросити на каву... а сьогодні вона йде до нього у весільній сукні. Та справжня магія букету починається в кінці свята. Коли навколо збираються дівчата – сміливі, усміхнені, трохи схвильовані. І вона, усміхаючись, бере розгін, робить вдих і кидає квіти за спину. У цю мить у повітрі зависає щось більше, ніж просто квіти. Зависає віра у свою історію. У те, що кохання прийде до кожної, коли буде її час. І коли букет опиняється в руках тієї, якій він судився – чути сміх, радість, обійми. Бо це не просто традиція. Це маленьке передання щастя, яке сьогодні належить молодят, а завтра – тому, хто спіймав ці квіти. Букет нареченої – це завжди історія. Про те, що навіть кілька квітів можуть нести у собі силу нових початків. □✦□	 Букет нареченої
10	Обряд зняття фати Коли свято підходить до завершення, музика стає тихішою, а світло – м’якшим. У цей момент настає один з найніжніших українських весільних обрядів – зняття фати. Обряд, у якому немає гучних аплодисментів чи яскравих ефектів. Тут головне – тиша, символи і любов. Наречена сідає на стілець, і вперше за весь день вона здається такою спокійною. Мама або найближчі жінки підходять до неї – трепетно, з легкою посмішкою, яку не завжди вдається стримати. Бо саме вони колись заплітали їй коси, вчили першим крокам, ловили її дитячі сльози. І тепер вони стоять поруч, проводжаючи її у нову роль – дружини. Фату знімають повільно – ніби торкаються до самої історії її життя. Легкий шурхіт тканини звучить, як перегортання сторінки. Мить – і образ нареченої змінюється. Перед усіма вже не просто дівчина в білій сукні, а жінка, яка зробила свій вибір і стала частиною нової сім’ї. На голову одягають хустку або вінок – символ затишку, жіночності, мудрості й дорослості. Це стародавній знак, але він досі зберігає силу: він говорить про те, що відтепер у її домі буде тепло, спокій і любов, яку вона нестиме з собою. Наречений підходить першим. Він дивиться на неї так, ніби бачить її заново. Тепер вона не лише його кохана – вона його дружина, його серце, його сім’я.	 Обряд зняття фати

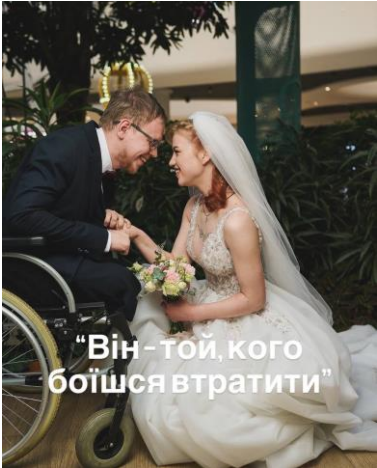
№	Сторітелінг для інстаграм-сторінки проєкту «Весільні історії»	Медіаматеріал для публікацій
	І коли він бере її за руку, весь зал розтане у ніжності. Бо всі розуміють: цей обряд – про перехід. Про те, як дівчинка стає жінкою, а двоє – стають одним. Обряд зняття фати – це завжди тиха, але дуже глибока історія. Про любов, про родину, про теплі долоні, що благословляють на щасливий шлях. Про початок подружнього життя, де фату замінює мудрість, а ніжність стає ще міцнішою. ✨□	
11	Якби Рай не був так далеко На весільній церемонії завжди є порожній стілець. Тихий. Без квітів у руках. З маленькою табличкою - «Якби Рай не був так далеко...» Це місце - не про відсутність. Воно - про присутність, яку неможливо скасувати. Тут сидять ті, хто мав би аплодувати. Ті, хто мав би обіймати після «так». Друзі. Рідні. Побратими. Ті, кого забрала війна - але не стерла з серця. Молодята кладуть цю табличку не зі смутку - а з любові. З вдячності. З пам'яті, яка живе навіть у найщасливіший день. Бо весілля сьогодні - це не лише про майбутнє. Це і про тих, завдяки кому воно можливе. І в цю мить здається - якби Рай не був так далеко, вони б сиділи поруч. Посміхались. І шепотіли: «Ми з вами». □ Пам'ятаємо. Дякуємо. Не забуваємо.	
12	Вони були знайомі ще з дитинства □ Майже 18 років поруч - дитячі канікули, спільні друзі, щирий сміх. Тоді вони були просто своїми. У підлітковому віці Владислав закохався у Катерину - квіти, зізнання, надії. Вона ж бачила в ньому лише друга. Вони віддалялись і знову повертались - завжди як друзі. Роки минали, але зв'язок залишався: привітання, підтримка, турбота. У перший день війни він написав: «Ти в безпеці?» - і це багато сказало. У 2023 році одна зустріч за кавою змінила все. Погляди стали взаємними. Рік стосунків - без сварок, з довірою й спокоєм. 31.01.2025 вона сказала «так» - і двоє, знайомих із дитинства, почали шлях до спільного життя. Іноді справжнє кохання просто чекає □	
13	Історія білої сукні Вона стояла перед дзеркалом, легенько торкаючись тканини свого плаття. Білий колір мерехтів у світлі, ніби дихав разом із нею. Скільки наречених до неї проходили цей момент – перший погляд на себе у білій сукні, яка змінює не тільки образ, а й усе відчуття дня? А історія цього кольору почалася дуже давно. Колись наречені одягали сукні будь-яких відтінків – червоні, сині, золоті. Білий не був правилом. Поки одна жінка не змінила все – королева Вікторія. Саме вона у 1840 році вийшла заміж у білій сукні, щоб підкреслити чистоту, новий початок і простоту кохання. І світ закохався в цей символ.	

№	Сторітелінг для інстаграм-сторінки проєкту «Весільні історії»	Медіаматеріал для публікацій
	Відтоді біла сукня стала не просто модою – вона стала мовою. Мовою про щирість почуттів, про довіру, про чистий старт двох людей, які вирішили створити сім'ю. Це не про «ідеальність» і не про правила – це про світло, яке кожна наречена приносить у своє нове життя. Білий колір – це про внутрішній світ. Про спокій. Про любов, яка нічого не приховує. Про те, що попереду велика дорога, і вона хоче пройти її з чистим серцем і відкритою душею. Коли вона одягає білу сукню – вона одягає не просто вбрання. Вона одягає свою мрію. Свою надію. Свою власну історію, у якій сьогодні починається перша сторінка. І кожна наречена, незалежно від стилю чи фасону, на мить стає тією, хто продовжує традицію світла і нових початків. Бо біла сукня – це не про колір. Це про відчуття, яке народжується в серці, коли ти виходиш за того, кого любиш. ✨☐	
14	Від перших кроків Коли музика заграла перші тихі ноти – усі обернулися. У проході з'явилися вони: вона у білій сукні, він у строгому костюмі. Донечка і тато. Двоє, чия історія почалася задовго до цього дня. Він простягнув їй руку – ту саму, яка колись тримала її, коли вона вчилася ходити. Ту, що підтримувала, коли вона падала, і гладила по голові, коли було боляче. Сьогодні ця рука веде її до нового життя. Вона глибоко вдихнула – не від хвилювання, а від усвідомлення: ось він, момент, про який мріяла. І ось він, чоловік, який завжди був поруч, а зараз віддає їй свою останню, найважливішу опіку. Тато йде повільно, ніби хоче продовжити цю мить. Це не просто хода – це прощання з маленькою дівчинкою і зустріч з дорослою жінкою, яка з сьогоднішнього дня створює свій дім. Кожен крок – це спогади: перший дзвінок у школі, перший танець на випускному, перший хлопець, про якого вона боялась йому сказати. І ось тепер – перша дорога до вівтаря. Коли вони підходять до нареченого, тато зупиняється. Він дивиться на нього так, наче передає найбільший скарб свого життя. Не словами, а поглядом каже: «Бережи її». І відпускає руку. Вона бере руку свого майбутнього чоловіка – і в цей момент починається нова історія. А поруч стоїть тато... гордий, щасливий, трішки зворушений. Бо він виконав свою місію: провів свою доню до чоловіка, який любитиме її так само щиро. Вихід нареченої з батьком – це завжди мить, у якій переплітаються дві любові: любов батька, що відпускає, і любов чоловіка, що приймає. ✨☐	

№	Сторітелінг для інстаграм-сторінки проєкту «Весільні історії»	Медіаматеріал для публікацій
15	Разом крізь кілометри відстані Їх розділяли міста. Потім - країни. Потім - кілометри, які не вимірюються на мапі. Вони вчилися любити на відстані - через голос у слухавці, через «ти вже вдома?», через повідомлення, які тримали тепліше за обійми. Вони чекали - без істерик і гучних обіцянок. Просто вірили. Будували плани між рейсами, трималися за дати, рахували дні. Кожна зустріч була святом - кожне прощання боліло, але щоразу робило їх сильнішими. І коли вони стали поруч - без екранів і відстаней - стало ясно: це не про кілометри. Це про вибір - бути разом, попри все. Тепер вони кажуть «так» - і відстань більше не має значення. Бо справжнє кохання завжди знаходить шлях додому □	
16	Поранення. Нове прийняття Познайомились... банально. Через Інстаграм. Але ця історія - зовсім не про буденність. Це про те, як звичайне повідомлення у 2020-му стало початком неймовірного шляху. Він приїхав у Берислав, де Анастасія навчалась. Перше, що сказав: «Я думав, ти трошки вища.» А далі - квіти на кожну зустріч, вечірні прогулянки, розмови і той самий момент, коли Рома сказав: «Ми маємо бути більше, ніж просто друзі.» □ Відстань, пандемія, тотальна ізоляція, знову відстань... А потім - повномасштабне вторгнення. Настя була спочатку проти, але прийняла його рішення: він пішов захищати країну. Далі - ще більше тиші, сліз, тижнів без зв'язку. □ 29 жовтня 2023 року. День, який розтягнувся на вічність, коли сльози котились без упину Роман зник. «Я не знала, я не могла вийти з ним на зв'язок» 06 листопада його дзвінок: «Я в лікарні в Києві. Чекаю тебе». І все. Поранення. Ампутація. Новий біль. Нове прийняття. Але й нова обіцянка: «Я встану на ноги і на Новий рік зроблю тобі пропозицію.» І він зробив. Сказав ті самі слова - стоячи. □ Через втрати, страхи, мовчання - вони вистояли. Любов - це не завжди про легке і просте. Це про «бути поруч», навіть коли весь світ тримається на волосині. І вони щасливі, що колись просто... відповіли одне одному в Instagram.	

№	Сторітелінг для інстаграм-сторінки проєкту «Весільні історії»	Медіаматеріал для публікацій
17	Викуп нареченої Ще до церемонії, коли музика не звучить, а сукня не сяє під сонцем, у домі нареченої починається особлива метушня. Сміх, жарти, кроки по сходах, шурхіт стрічок і... підготовка до викупу нареченої. Цей обряд завжди наповнений гумором, теплом і трохи символікою. Він про те, що шлях до серця жінки ніколи не був легким - і що за свою любов чоловік має бути готовим пройти будь-які випробування. Жінки з родини нареченої зустрічають його першими - з усмішкою, але твердо. «Хочеш забрати нашу красуню? Доведи!» І починається гра: запитання про їхню історію, випробування на уважність і кмітливість, конкурси на щедрість і гумор. Бо викуп - це не торги. Це перевірка серця. Перевірка, чи знає він, якого кольору її очі, коли у них була перша зустріч, яку пісню вона слухає, коли сумує. А ще - це спосіб додати весіллю легкості й сміху. Щоб усі побачили: цей чоловік прийшов не просто по наречену, а по свою людину, заради якої готовий співати, танцювати, жартувати і навіть відкуплятися шоколадками. Коли він нарешті проходить усі випробування, двері відчиняються повільніше, ніж здається. І на порозі з'являється вона - усміхнена, схвильована, прекрасна. У цю мить стає зрозуміло: весь цей веселий хаос був не про гроші і не про конкурси. Він був про цінність. Про те, що кожна наречена - це скарб. І чоловік, який приходить по неї, має показати, що готовий берегти її все життя. Викуп нареченої - це давня українська традиція, яка зберегла найважливіше: сміх, любов і повагу до дівчини, яка сьогодні стає дружиною. ✨	
18	Весільні обручки Вони лежали в маленькій оксамитовій коробочці – тихі, прості, але з такою великою вагою. Дві обручки, які чекали на свій момент. На ту мить, коли їх надягнуть не просто на пальці – а на серця. Кожна обручка – це історія. Не про золото чи форму, а про шлях, який двоє пройшли до цього дня. Про зустрічі, які змінили їхнє життя. Про вечори, коли вони розуміли – це саме та людина. Коли ведучий запросив їх обмінятися обручками – час ніби сповільнився. Він взяв її руку – ніжно, впевнено, так, ніби тримав найцінніше. Вона простягнула йому свою – з легким тремтінням, яке видавало щастя. Коли обручка торкнулася її пальця – це було не просто «так». Це було: я поруч, я з тобою, я обираю тебе щодня І коли вона надягла його обручку – в її очах з'явилося те світло, яке буває тільки раз: коли розумієш, що поруч стоїть твоя доля. Обручки не мають початку і кінця – як і кохання, яке вони символізують. Тихе. Міцне. Від сьогодні ці кільця стануть частиною їхніх днів – і легких, і важких. Вони нагадуватимуть про головне: ми разом, ми команда, ми сім'я Весільні обручки – це не прикраса. Це обіцянка, яку носять на серці. ✨	

№	Сторітелінг для інстаграм-сторінки проєкту «Весільні історії»	Медіаматеріал для публікацій
19	Сімейне вогнище Коли вечір опускається на весілля – настає момент, який змінює дві родини. Момент, коли запалюють сімейне вогнище. Не голосно, не урочисто – а тепло, майже по-домашньому. Батьки стоять поруч – кожен тримає свічку. У їхніх руках не просто вогонь, а шлях, яким вони вели своїх дітей усе життя. Турбота, підтримка, поради, сотні днів і ночей, у яких вони були світлом. Наречені беруть маленьку свічку – її тримають удвох. Трохи хвилюються, трохи сміються, але саме так і народжується сім'я. Батьки нахиляють свої свічки – і два полум'я зливаються в одне. У цю мить здається, що: два роди стають ближчими, два світи переплітаються, два серця приймають у своє життя нову людину. Коли загоряється їхнє сімейне вогнище – у залі стає особливо тихо. Це благословення. Це передання тепла з покоління в покоління. І коли вони стоять удвох, тримаючи свою свічку – полум'я ніби каже їм прості речі: бережіть, слухайте, говоріть, любіть Це маленький вогник сьогодні, але колись він стане великим полум'ям їхнього дому. Там, де буде сміх дітей, теплий хліб, листівки на холодильнику і безліч спільних ранків. Сімейне вогнище – це символ того, що відтепер їхній дім матиме світло, яке вони створили разом. ✨👪	 Сімейне вогнище
20	Особлива традиція розрізу тортика Коли музика стихає, а гості затамовують подих, настає момент, який пам'ятатимуть лише двоє - їхня особлива традиція. Вона ніжно кладе руку поверх його руки. Він усміхається - так, як лише поруч із нею. Разом вони беруть ніж і роблять перший розріз весільного тортика. Для когось це просто десерт. А для них - символ. ☐ Вони домовилися: хто триматиме ніж зверху - той завжди підтримуватиме іншого. ☐ Перший шматочок - не гостям, а одне одному, як обіцянка турботи. ☐ Крихти на губах - як знак, що щастя може бути простим і солодким. У цей момент немає камер, сценаріїв чи поспіху. Є лише дві історії, що злилися в одну - сімейну. Бо весілля - це не про ідеальну картинку. Це про маленькі традиції, які стають великими спогадами. ☐ А у вас була або буде особлива традиція на весіллі? Поділіться в коментарях - можливо, саме ваша історія надихне інших ☐	 Особлива традиція розрізу тортика

№	Сторітелінг для інстаграм-сторінки проєкту «Весільні історії»	Медіаматеріал для публікацій
21	Він той, кого боїшся втратити Познайомились... на роботі. Він - менеджер, вона - новенька, яка зверталась до нього на "Ви". А потім - звичайне пиво з колегами й незвичайне відчуття: "Нам добре разом." ☐ З того моменту все пішло легко й невимушено: довгі розмови, спільні вечори, жарти і просто відчуття, що поруч - правильна людина. ☐ Потім він поїхав на бойове навчання в Кам'янець-Подільський. А вона щонеділі сідала в поїзд на 9 годин, аби побачити його бодай на кілька хвилин. КПП її вже впізнавало в обличчя, а разом вони встигли обійти кожен куточок міста. ☐ "На той момент це ще не була велика любов, але з ним завжди було спокійно, цікаво і радісно." ☐ А потім поранення. Хвилювання. І усвідомлення: він - той, без кого не можна. Той, кого боїшся втратити. ☛ Перше побачення? Юлія хвилювалась... і облила Сашка кавою ☐ Але він не образився. Навпаки - завжди приходив з шоколадкою, кавою, записочкою або якоюсь дрібничкою, яка змушувала її посміхатись. ☐ Коли Юлія почувалась не дуже - він організовував скалодром, стрільбище, театр чи будь-що, аби тільки вона знову сміялась. Бо щастя - це не завжди квіти й промови. Це коли тебе приймають справжньою. Коли тебе люблять без зайвих слів. Коли "на Ви" змінюється на "назавжди" ☐	 "Він - той, кого боїшся втратити"

АНОТАЦІЯ

Магістерська робота «Сторітелінг у соціальних медіа в сучасних умовах війни на прикладі інстаграм-проєкту «Весільні історії»» присвячена дослідженню особливостей сторітелінгу у соціальних медіа в сучасних умовах війни на прикладі інстаграм-проєкту «Весільні історії». У роботі розглянуто теоретичні засади сторітелінгу як інструменту комунікації, проаналізовано його трансформацію під впливом воєнного контексту та визначено роль наративів у формуванні свідомості аудиторії.

Інстаграм-проєкт «Весільні історії» спрямований на популяризацію українських весільних традицій, збереження культурної спадщини та підтримку національної ідентичності через персональні історії реальних молодят. «Весільні історії» поєднують сучасні підходи до сторітелінгу з автентичними українськими звичаями, демонструючи українське весілля як важливий культурний код та невід’ємну частину національної пам’яті.

Актуальність – трансформація цифрових комунікацій під час війни, зростання потреби українців у контенті, який зберігає національні традиції, підтримує емоційну стійкість та формує відчуття єдності.

Формати та жанри: контент проєкту включає короткі історії молодят, традиційні та культурні пояснення, фотографічні добірки та рефлексивні пости. Особливе місце займають історії, розказані самими героями.

Платформи. Основною платформою є Інстаграм. Проєкт працює з різними форматами, серед основних є дописи та відеопублікації на платформі Інстаграм.

Станом на грудень 2025 року інстаграм-сторінка проєкту «Весільні історії» зібрала 222 читачів (01.09.25 - 07.12.25), демонструючи органічне зростання та стабільний інтерес аудиторії до української культурної тематики.

Інстаграм:

https://www.instagram.com/wedding.stories.ua?igsh=aWdyZ3o1dXJ6Z3ky&utm_source=qr

ABSTRACT

The master's thesis "Storytelling in social media in the current conditions of war using the example of the Instagram project "Wedding Stories" is devoted to researching the features of storytelling in social media in the current conditions of war using the example of the Instagram project "Wedding Stories." The thesis examines the theoretical foundations of storytelling as a communication tool, analyzes its transformation under the influence of the war context, and determines the role of narratives in shaping audience consciousness.

The Instagram project "Wedding Stories" aims to popularize Ukrainian wedding traditions, preserve cultural heritage, and support national identity through the personal stories of real newlyweds. "Wedding Stories" combines modern approaches to storytelling with authentic Ukrainian customs, demonstrating Ukrainian weddings as an important cultural code and an integral part of national memory.

Relevance: the transformation of digital communications during the war, the growing need of Ukrainians for content that preserves national traditions, supports emotional stability, and fosters a sense of unity.

Formats and genres: the project's content includes short stories of newlyweds, traditional and cultural explanations, photo collections, and reflective posts. Stories told by the protagonists themselves occupy a special place.

Platforms. The main platform is Instagram. The project works with various formats, the main ones being posts and video publications on the Instagram platform.

As of December 2025, the Instagram page of the Wedding Stories project had attracted 222 readers (01.09.25 - 07.12.25), demonstrating organic growth and stable audience interest in Ukrainian cultural topics.

Instagram:

https://www.instagram.com/wedding.stories.ua?igsh=aWdyZ3o1dXJ6Z3ky&utm_source=qr