

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

«___» _____ 2023 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»
СТВОРЕННЯ ВІДЕОБЛОГУ «СТАНДАРТИ КРАСИ У МЕДІА»

Виконавець: Яроменко Анастасія Станіславівна _____

Керівник: канд. філол. наук, доц. _____

Букіна Наталія Валеріївна _____

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц. _____

Остапчук Світлана Сергіївна _____

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. МЕДІАРЕСУРСИ ЯК ТРАНСЛЯТОР СТАНДАРТІВ КРАСИ ЛЮДИНИ.....	6
1.1. Трансформація стандартів краси впродовж історії людства.....	6
1.2. Роль медіа у формуванні фешн та б'юті культури.....	9
1.3. Жанрово-тематичні особливості блогів на платформі «Тикток».....	13
Висновки до розділу 1.....	24
РОЗДІЛ 2. СТВОРЕННЯ ВІДЕОБЛОГУ «MEDIA BEAUTY».....	26
2.1. Концепція блогу про красу на Тикток-каналі.....	26
2.2. Тематичне наповнення та технічні характеристики проєкту.....	35
2.3. Розвиток та шляхи просування відеоблогу «Media beauty».....	39
Висновки до розділу 2.....	44
ВИСНОВКИ.....	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	48
ДОДАТКИ.....	52

ВСТУП

Актуальність теми дослідження: засоби масової інформації, зокрема, інтернет-медіа, активно розвиваються. Наразі в Інтернеті надзвичайно популярна тематика краси та сприйняття власної зовнішності .

Цей феномен тягне за собою явище індустрії краси - продукції та маркетингу. Гостро “проблемність” питання постала не так давно. Кожного дня на теренах медіа проходить протистояння індустрії краси та поглядів людей, що виступають за “природню” красу. Медіа допомогли у формуванні двох абсолютно протилежних точок зору на питання краси та сприйняття.

Актуальність тематики дипломної роботи полягає в представленні двох протилежних точок зору та інформуванні аудиторії щодо особливостей поглядів. Відеоблог - один із найпопулярніших методів інформування, такий спосіб є практичним, рентабельним, стимулюючим дискусії, легко поширювальним. Цей напрямок журналістики підіймає важливі для життєдіяльності людства питання, як локального, так і глобального рівнів.

Специфіка відеоблогів і теми краси була розглянута в наукових працях Бондаренко С.,Бурлаки В., Вишинської О., Гегеля Г., Ричка Ю, Тіггермана М. [24; 1; 2; 4; 7; 21;].

Мета дослідження: розробка проєкту- відеоблогу «Media beauty» та наповнення його контентом на тематику особливостей трансляції краси в медіа.

Завдання:

1. Дослідити основні етапи формування стандартів чоловічої та жіночої краси.
2. Визначити функції та основні поняття відеоблогу в рамках інформаційної діяльності..
3. Проаналізувати особливості функціонування ютубу як медіамайданчика.

4. Розробити власний відеоблог про красу «Media beauty».

Об'єкт дослідження: процес створення і наповнення контентом відеоблогу на тему трансляції стандартів краси в медіа просторі.

Предмет дослідження: особливості створення відеоблогу «Media beauty» та специфіка його функціонування.

Методи дослідження: у процесі розробки відеоблогу було використано такі методи дослідження:

1. Аналітичний метод для аналізу можливостей та внутрішніх тенденцій предмета.
2. Історичний метод був використаний для створення хронологічної послідовності в аналізі теми дослідження.
3. Порівняльний метод використовується для порівняння ефективності впливу блогу та різних медіа на сприйняття людиною конкретних соціо-психологічних явищ.

Наукова новизна полягає у створенні інформаційного ресурсу - каналу з наповненням, присвяченим темі краси та сприйняття, що вузьконаправленою тематикою у медіапоточці. Автором створено оригінальний контент, що може зайняти свою нішу в розважально-інформаційному полі.

Теоретичне значення роботи полягає у тому, щоб висвітлити та узагальнити плюси та мінуси медіа як одного з найсильніших чинників впливу на формування психологічних аспектів формування та сприйняття людини як окремої особистості.

Практичне значення: Проєкт блогу «Media beauty» на тематику впливу медіа ресурсів на формування стандартів краси та специфіка його інформаційно-змістового і візуального наповнення буде повноцінним інформаційним медіа продуктом, що слугуватиме як для інформаційних цілей, так і в сфері інтертейменту.

Апробація результатів дослідження. Зміст і результати дослідження висвітлювалися на Науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Політ. Сучасні проблеми науки – 2023» та Дев'ятій

всеукраїнській студентській науковій конференції «Актуальні проблеми соціальних комунікацій».

Публікації: Яроменко А.С... «Стандарти краси в сучасному медіапросторі». Матеріали X Всесвітнього конгресу «Авіація у XXI столітті» – «Безпека в авіації та космічні технології» Київ: НАУ, 2023. [С.6.2.19-6.2.21].

Яроменко А.С. «Специфіка явища «бодіпозитив» в українському медіапросторі». «ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки»: матеріали XXIII Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених, Київ: НАУ, 2023 (тези подано до друку) [С.305-307].

Структура роботи: дипломна робота складається зі змісту, вступу, двох розділів, які поділені між собою на підрозділи, висновку, списку використаних джерел та додатків. Загальна кількість сторінок у роботі складає 56 сторінок, у той час як основна робота складається з 45 сторінок. Список використаних джерел має 36 найменувань.

РОЗДІЛ 1

МЕДІАРЕСУРСИ ЯК ТРАНСЛЯТОР СТАНДАРТІВ КРАСИ ЛЮДИНИ

1.1 Трансформація стандартів краси впродовж історії людства

Краса є однією з найбільш суперечливих та складних концепцій, що розглядається у філософії, культурі, психології та соціології. Вона має багато аспектів та може розумітися по-різному в різних культурах та епохах. Одним з аспектів краси є стандарти краси, які визначають, які риси вважаються привабливими та бажаними у певній культурі. Багато відомих філософів та вчених висловлювали свої думки щодо того, що таке краса та як вона пов'язана з медіа. Наприклад, давньогрецький філософ Платон вважав, що краса є вищим ідеалом, який існує у світі ідей, а все, що ми бачимо в реальному світі, є лише його відображенням. Таким чином, краса пов'язана з духовним та метафізичним рівнем. Німецький філософ та естетик Г.В. Гегель, натомість, стверджував, що краса є відображенням духовного стану суспільства, його ідеалів та цінностей. Він вважав, що мистецтво та культура в цілому відіграють важливу роль у формуванні цих ідеалів та стану суспільства [4, с. 54]. Сучасні дослідження також підтверджують вплив медіа на сприйняття краси та моди. За допомогою соціальних мереж та інших медіа-платформ, кожен може відкрити для себе нові тренди, стилі та продукти. Також, краса та мода стають все більш доступними та розповсюдженими завдяки широкому використанню медіа, що змінює підходи до сприйняття краси та її значення в сучасному світі.

Стандарти краси є важливим аспектом культурної ідентичності та соціальної інтеракції. Вони можуть впливати на самооцінку, поведінку та сприйняття людей, а також на ставлення до інших людей, зокрема до тих, які не відповідають цим стандартам.[9, с. 39] В сучасному світі, де краса та зовнішній вигляд мають велике значення, стандарти краси є питанням особливої актуальності. Ці стандарти краси можуть відрізнятися в залежності від

культурних, етнічних та історичних факторів. Наприклад, в Азії високо цінується білосніжна шкіра та великі очі, в той час як в Західній культурі більш популярними є загар та пишні форми. Також стандарти краси можуть змінюватися з часом - наприклад, в 50-х роках минулого століття популярними були великі плечі та вузькі стегна, а в 90-х - навпаки, дуже худі моделі. Незважаючи на те, що ідеали краси постійно змінюються, вони можуть мати негативний вплив на психічний стан людей, особливо на молодих. Не здивуєшся, що люди з часом перестають вірити в те, що наявність так званої «ідеальної» зовнішності є необхідністю. Відтак, сьогодні дедалі більше людей обирають здоровий спосіб життя, включаючи регулярну фізичну активність та збалансовану дієту, що дозволяє зберегти здоров'я та покращити зовнішній вигляд. У кінцевому підсумку, стандарти краси можуть бути важливим інструментом соціальної взаємодії, але не повинні ставати головною метою життя. Здорове тіло та здоровий розум - ось що є головним, а от ідеали краси залишаються просто ідеалами, з якими можна пожартувати і які можна відкинути, коли мова йде про наші справжні цінності і пріоритети [33, с. 34].

Краса була важливою складовою культури та мистецтва впродовж історії людства. В різних культурах та епохах краса розумілася та виявлялася по-різному. У деяких культурах краса пов'язувалася зі здоров'ям та витривалістю, у інших - з розкошшю та багатством. У стародавньому Єгипті краса була важливою для релігійних та культурних традицій. Жінки та чоловіки наносили на себе різні декоративні елементи, такі як червоне червило для губ та біла порошкова основа для обличчя. У середньовічній Європі краса була пов'язана з благородством та владою. Шляхетні жінки та чоловіки використовували різні засоби для збереження молодості та краси, такі як мед та різноманітні трави.

У XVIII столітті в Європі краса набула нового значення. З'явилася мода на природність та натуральний вигляд, який був відмінним від попередньої моди на важкі та складні зачіски, високі каблучки та інші деталі. У той час у моді були невеликі та природні зачіски, натуральний макіяж та прості вбрання з легких матеріалів, таких як лляна та бавовняна тканина. Це було своєрідним

протистоянням занадто складним та витонченим стилізаціям, які панували на початку XVIII століття. Натуральність та природність відображались не тільки у стилізації, а й у загальному підході до краси. З'явилася мода на здоровий спосіб життя, на правильне харчування та фізичні вправи. Це було сприйнято як ключ до здоров'я та краси, що було дуже популярним серед жінок. У кінці XVIII століття стиль природності пережив певний спад, з'явилася мода на класичність та елегантність. Однак цей стиль не зник, а став основою для наступних тенденцій у світі моди та краси. Сучасний світ також повертається до природності та натуральності в красі. Створення природного макіяжу, застосування натуральних компонентів у засобах для догляду за шкірою та волоссям, використання еко-матеріалів у моді - це все відображення потреби сучасної людини у збереженні природи та здоров'я. Таким чином, стиль природності, який з'явився у XVIII столітті, продовжує існувати у світі моди та краси, надихаючи на нові ідеї та тенденції [29, с. 41].

У XX столітті краса стала глобальною індустрією зі значною кількістю компаній, що пропонують косметику та інші засоби для догляду за виглядом. Стандарти краси також змінилися в залежності від культурних та соціальних тенденцій. В деяких країнах, наприклад, в Японії, традиційні стандарти краси, такі як блідість шкіри, все ще є популярними. Проте в сучасному світі краса має все менше стереотипів та більше індивідуальності, адже кожна людина має свій унікальний вигляд і стиль.[17, с. 12] Також з'явилася тенденція до збереження природної краси, засоби для догляду за шкірою та волоссям стали м'якшими та менш агресивними до природи. Зараз краса не є лише засобом для вигляду на публіку, але і важливою частиною самовираження та самопізнання. Люди все більше усвідомлюють, що вони можуть виглядати так, як їм подобається, та залежно від своїх особистих переконань. У світі краси також з'явилася нова тенденція – “beauty inclusivity” (українською – включна краса). Вона полягає в тому, щоб забезпечити доступ до косметичних засобів та краси для людей будь-якої раси, етнічної належності, релігії, статі, віку та з інвалідністю. Ця тенденція надає можливості для вираження себе та розвитку більш

різноманітного ринку краси. Таким чином, світ краси постійно змінюється та розвивається, віддзеркалюючи суспільні тенденції та індивідуальні переконання людей. Краса є частиною нашого життя та може надати нам не лише зовнішню, але й внутрішню гармонію та задоволення.

Отже, краса є важливим аспектом культури та мистецтва впродовж історії людства. Відображення краси у різних формах мистецтва дозволяє нам зрозуміти наш світ краще і відчувати естетичну насолоду. Краса присутня у всьому, що нас оточує, від природи до людської творчості. Художники використовують красу для створення картин, скульптури та інших творів мистецтва, музиканти створюють музику, яка викликає в нас емоції та відчуття, а дизайнери створюють красиві речі, які забезпечують комфорт та зручність в нашому житті. Краса також має велике значення в культурі. Вона може бути відображена у різних традиціях, включаючи національну культуру, релігійні обряди та свята. Наприклад, в українській культурі багато уваги приділяється народному мистецтву, такому як вишиванки та народні пісні. Ці традиції передаються з покоління в покоління та допомагають зберегти національну ідентичність. У сучасному світі краса не тільки зберігає своє значення, але й набуває нового виміру, зокрема в онлайн-культурі та соціальних мережах. Люди використовують соціальні мережі, щоб ділитися своїми естетичними враженнями та створювати красиві фотографії, що стає частиною їхнього індивідуального вираження та стилю. Отже, краса є важливим аспектом культури та мистецтва, який допомагає нам розуміти світ, відчувати естетичну насолоду та зберігати нашу ідентичність.

1.2. Мода та краса у сприйнятті українців

Мода та краса у сприйнятті українців є великою та різноманітною. Україна має багату культурну спадщину, яка відображається в національному одязі, традиційних вишиванках та виготовленні національних прикрас. У сучасному світі українська мода також має своїх представників, які демонструють унікальні та стильні речі на міжнародних подіумах [7, с.15].

Щодо краси, українці приділяють багато уваги догляду за власним виглядом та здоров'ям. Також в Україні популярні різні косметичні процедури, спа-салони та фітнес-центри. Але, варто зазначити, що у сприйнятті моди та краси в Україні можуть бути відмінності залежно від регіону та соціального статусу людини. Наприклад, у молодіжному середовищі можна побачити тенденцію до стильних та сучасних образів, тоді як у більш старійшій покійній можуть бути популярні більш консервативні стилі. У загальному, українці дуже цінують свою індивідуальність та самовиразність у своєму вигляді та стилі. Сприйняття краси в Україні впродовж історії змінювалось і розвивалось. У різні історичні періоди в Україні існували різні стандарти краси, які залежали від соціального статусу, етнічної належності та культурних традицій.

У середньовіччі красу в Україні сприймали як символ внутрішньої гармонії та духовної чистоти, а також як показник молодості та здоров'я. У той час білий колір шкіри вважався показником вищості та благородства. Мода та сприйняття краси в Україні в середньовіччі залежало від соціального статусу та етнічної належності. Українці в той час поважали пишність та красу, але це стосувалося більшості верств населення. У середньовіччі красу в Україні сприймали як символ внутрішньої гармонії та духовної чистоти, а також як показник молодості та здоров'я [22, с.77]. Наприклад, білий колір шкіри вважався показником вищості та благородства. Жінки в той час дбали про своє зовнішнє вигляд, носили багато прикрас та вдягалися у пишні сукні, які відображали їхнє соціальне становище. Український національний одяг в середньовіччі був різноманітним та красивим, залежно від регіону та етнічної належності. Наприклад, на Волині та Поліссі вживалися різнокольорові вишиванки, а в Карпатах та на Закарпатті вдягали багато головних уборів та прикрас. У цілому, мода та краса українців в середньовіччі були пов'язані з їхнім соціальним статусом та культурними традиціями. Краса в той час символізувала багато різних речей - віру, моральність, соціальне становище, та здоров'я, і це стосувалося як жінок, так і чоловіків. У 17-18 столітті українська краса характеризувалася пишними волоссям та рум'янцем на щоках, що

символізувало здоров'я та добробут. У 17-18 столітті мода та краса в Україні мали свої особливості, які відрізнялися від моди інших країн Європи того часу. У цей період українська краса характеризувалася пишними волоссям та рум'янцем на щоках, що символізувало здоров'я та добробут. Одяг українських жінок складався з довгих суконних суконь з багатошаровими спідницями, звичайно з вишивкою, та короткої сорочки, що демонструвала красу тіла. Він виготовлявся з різних тканин, залежно від соціального статусу та можливостей людини. Краса українців у цей період також була пов'язана з певними традиціями. Наприклад, дівчата під час весілля прикрашали свої волосся квітами та вінками, що символізувало їхню молодість та красу. Українська краса в 17-18 столітті була пов'язана з поняттям здоров'я та добробуту. Люди ставили більший акцент на природну красу та здоров'я, ніж на модні тенденції. В цілому, краса в Україні в той час характеризувалася простотою та натуральністю [5, с. 9].

У 19 столітті українська краса пов'язувалася з національним одягом та вишиванками, які були не тільки елементом культури, а й показником соціального статусу та національної приналежності. У 19 столітті в Україні мода та краса були сильно пов'язані з соціальним статусом та національною ідентичністю. Відповідно до соціального стану, одяг міг бути виготовлений з різних тканин, мав різні візерунки та оздоблення. Широко використовувалися красиві вишивки, що стали показником національної приналежності та культурної ідентичності. У жіночому одязі поширеними були довгі сукні з витонченими оздобленнями та квітковими візерунками. На голову надягали краватки, бантики та шапки, відповідно до останніх тенденцій у моді. Учасники чоловічої еліти часто носили вишиті сорочки, в'язані шкарпетки та шапки з натуральної вовни. Відповідно до соціального статусу, одяг міг бути дуже розкішним та витонченим, з використанням натуральних тканин та дорогоцінних прикрас.

У 20 столітті українське сприйняття краси змінилося під впливом сучасних тенденцій та інтернаціоналізації культури. У цей період українська краса

відображала сучасний стиль та молодіжні тренди, однак національний одяг та вишиванки все ще залишалися важливою складовою національної ідентичності. У 20 столітті мода та краса в Україні зазнали значних змін під впливом різних історичних подій та культурних впливів. У першій половині 20 століття, в умовах панування Російської імперії та радянського режиму, мода та краса були сильно контрольовані та регламентовані державою. У цей період українці, зокрема в селах та малих містах, зберігали традиційний національний одяг, але велике місто були вже під впливом європейської моди. Наприклад, у 1920-х роках, відбувся бум моди на білі та чорні плаття, пов'язаний зохолоднінням клімату та зміною соціального статусу жінок [5, с.17].

У 1930-1940-х роках в Україні відбулася радикальна зміна у моді та красі. Під впливом радянської ідеології з'явилися нові стандарти краси, пов'язані з працездатністю та здоров'ям. Жінки мали носити прості та зручні одяги, які відповідали принципам «комфорту» та «корисності». Українські елементи у національному одязі були активно прибрані, а розкішні вбрання сприймалися як «буржуазна залишковість».

У другій половині 20 століття, зокрема в 60-70-х роках, в Україні з'явилася нова модна хвиля, пов'язана з популяризацією західної культури. Цей період характеризувався широким використанням штучних матеріалів, експериментами з кольорами та формами, а також експресивністю та яскравістю. У 90-х роках 20 століття Україна переживала перехідний період після отримання незалежності від СРСР. У зв'язку з цим, мода та сприйняття краси в Україні також зазнавали змін. У цей період українці сприймали красу як щось практичне та функціональне. Багато людей віддаляли перевагу одягу, який був простим та зручним, оскільки були складні економічні умови. Загалом, модний стиль 90-х в Україні відображав більш простий та повсякденний підхід до моди, у порівнянні з модою 80-х. За цей період поширеними стали джинсові куртки, вишиті сорочки, спідниці в горох та рожеві лосини. Також було модним одягати сірі светри з пайетками та об'ємні куртки. Для взуття популярними були в'язані ботильйони, босоніжки та туфлі на підборах. Щодо косметики та

зачісок, то українці віддаляли перевагу натуральному макіяжу та простим зачіскам. Розсажені волосся та довгі зачіски були популярними у жінок, тоді як у чоловіків були модні зачіски «в потилицю» та «під нуль». У цілому, мода та краса в 90-х роках в Україні були визначені більш практичним та економним підходом, але все ж відображали індивідуальність та стиль.

Сьогодні українці сприймають красу як щось індивідуальне та унікальне, відображаючи свою особистість та стиль. Значення національного одягу та вишиванок зросло в останні роки, зокрема після революції гідності в 2014 році

1.2 Роль медіа у формуванні фешн та б'юті культури

Сьогодні світ функціонує на перетині численних гетерогенних явищ і понять із різних сфер буття. Світова політика, історія, філософія, культура завдяки ЗМК вплетені в медіапростір, який вибудовує власні знакові системи згідно з політичними ідеологіями, психогенезом людини, її пасіонарністю тощо. Сучасна особистість часто дезорієнтована в таких, часом парадоксальних семіотичних трансформаціях. Враховуючи їх широку віртуалізацію, якщо людина не навчиться балансувати на цих буремних хвилях, вона може втратити відчуття реальності. Особливо це стосується дітей, молоді – тих, хто тільки почав пізнавати навколишній світ та має недостатньо знань та досвіду для адекватного його сприйняття, а також студентів-журналістів, фахівців медійної галузі, через некомпетентність та невігластво яких інформація може бути викривлена, перетворена на смертоносне зло [24, с. 19].

Медіа відіграють ключову роль у формуванні фешн та б'юті культури, що впливає на те, як ми сприймаємо моду і красу. Вони надають платформу для дискусії про те, що вважається модним або красивим, і зображують це на різних каналах: журнали, телевізійні шоу, відео на Ютуб та соціальні медіа. Це є гарною платформою для формування думок про те, що красиво і модно, з кількох причин:

Широкий охоплюючий аудиторії: медіа мають потужну аудиторію, яка здатна долучатися до обговорення моди та краси. Це означає, що інформація,

яку медіа діляться, може дійти до великої кількості людей, що може вплинути на їхні думки та переконання. Крім того, медіа, включаючи блоги, мають потужний вплив на те, які продукти та послуги споживають аудиторії. Завдяки популярності та довірі до блогерів, вони можуть зробити продукт або послугу більш привабливою для споживачів, що може допомогти компаніям збільшити свої продажі [6, с.23]. Також важливо зазначити, що блогери можуть впливати на соціальну свідомість та культуру споживання. Вони можуть пропагувати певні цінності та ідеали, що може змінити думки та переконання аудиторії. Наприклад, блогери можуть пропагувати здоровий спосіб життя, різноманітні культурні цінності, екологічні принципи та інші позитивні практики, що може вплинути на формування свідомої та відповідальної громадяни. Узагалі, блоги та інші медіа є потужним інструментом медіавпливу, який може вплинути на суспільство та формування його думок та переконань. Важливо пам'ятати, що з великою владою приходить велика відповідальність, тому медіа мають дотримуватися етичних принципів та стандартів у своїй діяльності.

Платформа для експертів: медіа надають платформу для експертів зі світу моди та краси, які можуть поділитися своїми знаннями та досвідом. Це дозволяє медіа показувати тенденції та інновації у світі моди та краси, а також допомагає розуміти, чому певні речі вважаються модними та красивими. Крім того, медіа-платформи дозволяють експертам зі світу моди та краси займати позицію авторитету та впливати на свідомість аудиторії. Багато медіа використовують експертів для створення контенту, який буде відповідати запитам своїх читачів та глядачів. Наприклад, відеоблогери, які спеціалізуються на моді та красі, часто запрошують на свої канали експертів зі світу моди та краси. Таким чином, вони не лише діляться своїми знаннями та досвідом, але й використовують свій вплив для популяризації певних продуктів та брендів. У свою чергу, експерти можуть використовувати медіа-платформи для підвищення своєї репутації та отримання нових можливостей для розвитку. Наприклад, публікація статті в авторитетному виданні або поява в якості гостя в популярному ток-шоу можуть принести значну популярність та вплив

експерту. Також це може вплинути на статус та вартість їхніх послуг серед клієнтів.

Вплив на культуру: медіа можуть впливати на культурні норми та стереотипи, зокрема на те, як ми сприймаємо красу та моду. Зображення, які ми бачимо в медіа, можуть впливати на те, які стандарти ми встановлюємо для себе, і як ми сприймаємо інших людей. Вплив медіа на культуру не обмежується лише стереотипами щодо зовнішності та моди. Медіа можуть впливати на наші уявлення про гендерні ролі, релігійні переконання, ставлення до сексуальності, національної приналежності та інших соціальних аспектів життя. Це може мати як позитивний, так і негативний вплив. З одного боку, медіа можуть допомогти збагачувати культуру та створювати позитивні зміни у світогляді людей. Наприклад, вони можуть популяризувати музику, літературу, кіно та інші види мистецтва, що допомагає розширювати кругозір та розвивати толерантність до різноманітності. З іншого боку, медіа можуть поширювати стереотипи та поглиблювати існуючі нерівності. Наприклад, вони можуть створювати уявлення про те, що жінки мають бути пасивними та залежними, а чоловіки - агресивними та незалежними. Це може підтримувати дискримінацію та насильство щодо жінок та інших меншинних груп. Отже, медіа є потужним інструментом медіавпливу на культуру та суспільство в цілому. Вони можуть мати як позитивний, так і негативний вплив, тому важливо збалансувати свої інформаційні запити та бути критичними до того, що ми бачимо та слухаємо в медіа [6, с. 19].

Зручний формат: медіа є зручним форматом для споживачів, які можуть дивитися, читати та ділитися інформацією про моду та красу. Це дозволяє людям дізнаватися про нові тенденції та продукти в зручний для них час та місце. Крім того, медіа також є зручним форматом для брендів, які можуть легко розповісти про свої продукти та послуги через рекламу в медіа. Також, медіа дає можливість брендам взаємодіяти зі споживачами та отримувати повідомлення про їхні потреби та бажання. Одним з популярних форматів медіа є блоги, які є досить особистим та автентичним інструментом взаємодії з

аудиторією. Блогери можуть поділитися своїми думками та рекомендаціями щодо моди та краси, що дозволяє споживачам отримувати реальні відгуки та поради від людей, які мають досвід у даній галузі. Крім блогів, медіа також містить в собі відео-контент, який може бути дуже інформативним та візуально привабливим. Відео-контент може допомогти детальніше розповісти про продукти та їх особливості, а також продемонструвати їх в дії. Таким чином, медіа є важливим інструментом в галузі моди та краси, який дозволяє споживачам бути в курсі останніх тенденцій та продуктів, а брендам - ефективно комунікувати зі своєю аудиторією та взаємодіяти з нею [8, с. 35].

Ці канали допомагають вирішувати, що нове і цікаве, і які вигляди та стилі є потрібними для споживачів. Крім того, медіа дозволяють брендам краси та моди відтворювати свої ідеї та стилі та долучати споживачів до своїх продуктів. Бренди зазвичай використовують рекламу та спонсорські контракти зі знаменитостями, щоб продемонструвати свої продукти та донести їх до аудиторії через медіа. Нарешті, медіа допомагають змінювати стереотипи краси та моди. Зображення та повідомлення в медіа можуть відображати різноманітність та включати людей з різними типами тіла, расами, етнічними групами та гендерами. Це може відкривати нові можливості для людей та допомагати покращувати їх самооцінку та почуття себе. Медіа платформи, такі як Instagram, Ютуб, а також модні та красиві журнали, можуть відкривати нові можливості для людей і допомагати покращувати їх самооцінку та почуття себе. Ось кілька способів, якими це можливо:

Створення спільноти: медіа платформи можуть допомогти створити спільноту людей, які ділять спільні інтереси та цінності. Це може допомогти людям знайти рівнодумців та почуватися частинами групи, що сприяє збільшенню самооцінки. Створення спільноти є одним з ключових факторів успіху для багатьох проектів в медіа-індустрії. Медіа платформи можуть допомогти людям знайти рівнодумців та створити спільноту людей, які ділять спільні інтереси та цінності. На сьогоднішній день, багато медіа-платформ, таких як форуми, соціальні мережі, блоги та інші, пропонують можливості для

створення спільноти. За допомогою таких платформ можна знайти людей, які ділять ваші інтереси та погляди, обговорювати спільні теми, ділитися досвідом та знаннями [3, с. 55].

Створення спільноти допомагає людям почуватися частинами групи, що сприяє збільшенню самооцінки та зміцненню відчуття належності. Наприклад, блогер, який пише про кулінарію, може створити спільноту любителів готування, яка буде обговорювати нові рецепти, рекомендації та інші теми, пов'язані з кулінарією. Така спільнота зможе залучити більше читачів та створити більш сильний вплив на свою аудиторію. У кінці кінців, створення спільноти на медіа платформі допомагає побудувати лояльність до бренду та збільшити залучення аудиторії. Користувачі, які належать до спільноти, частіше повертаються до медіа платформи, щоб обговорювати новини та інші теми, а також рекомендують її своїм друзям та знайомим. Таким чином, створення спільноти на медіа платформі є важливим інструментом медіа впливу.

Навчання та підвищення самосвідомості: медіа платформи можуть допомогти людям дізнаватися більше про себе та свої інтереси. Це можна зробити за допомогою каналів на Ютуб, де багато відео про те, як доглядати за волоссям, шкірою тощо. Також, журнали про красу та моду можуть надавати корисні поради та інформацію про нові тенденції. Крім того, медіа платформи можуть стати інструментом навчання нових навичок. Наприклад, багато Ютуб-каналів присвячені кулінарному мистецтву, де вчать готувати різноманітні страви від простих до складних. Також на платформі можна знайти відеоуроки з мови, програмування, музики, фотографії тощо. Медіа платформи можуть допомогти підвищити самосвідомість людей. Наприклад, платформи, які пропагують здоровий спосіб життя, надають корисну інформацію про здорову харчування, фітнес та інші види активності, що можуть допомогти людям зберегти своє здоров'я. Також, відео на платформах можуть вмістити корисну інформацію про психологічне здоров'я, професійний розвиток, фінанси та інші аспекти життя. Загалом, медіа платформи можуть бути корисним інструментом

для людей у всіх сферах життя - від навчання та підвищення самосвідомості до розваг та відпочинку. Однак, варто пам'ятати, що не все, що публікується на медіа платформах, є корисним або правдивим. Тому важливо критично оцінювати інформацію та перевіряти її достовірність [8, с. 76].

Збільшення рівня підтримки та позитивного впливу: на медіа платформах можуть з'являтися блогери та знаменитості, які сприяють збільшенню рівня підтримки та позитивного впливу на аудиторію. Вони можуть поширювати мотиваційні повідомлення, піднімати настрій та надихати людей до досягнення успіху та розвитку. Крім того, такі блогери можуть активно відстоювати різноманітні соціальні проблеми та сприяти їх вирішенню. Інформація, що поширюється блогерами та знаменитостями, може мати значно більший вплив на аудиторію, ніж традиційні засоби масової інформації. Збільшення активності аудиторії: блоги можуть сприяти збільшенню активності аудиторії та залученню нових користувачів на медіа платформи. Це може бути досягнуто через запрошення користувачів до обговорення тем, які є актуальними для них, взаємодію з читачами, проведення різноманітних конкурсів, голосування та опитування. Зростання популярності платформи: блог може стати ефективним інструментом для збільшення популярності медіа платформи серед користувачів. Це можливо за умови високої якості та оригінальності контенту, який публікується, а також підтримки від блогерів та знаменитостей. Узагальнюючи, блог може бути ефективним інструментом медіавпливу, що сприяє збільшенню рівня підтримки та позитивного впливу на аудиторію, зростанню популярності медіа платформи та збільшенню активності її користувачів. Водночас важливо забезпечувати якість та оригінальність контенту, щоб залучати та утримувати увагу аудиторії [10, с.45].

Розвиток особистості: медіа платформи можуть допомогти людям розвивати свої здібності та навички, наприклад, в плані макіяжу або стилізації. Вони можуть навчити людей, як підкреслити свою індивідуальність та виразити себе через одяг і макіяж. Крім того, медіа платформи допомагають розвивати навички у різних галузях, наприклад, кулінарії, фотографії, дизайну та інших.

Вони надають можливість отримати доступ до якісної інформації, порад та рекомендацій від експертів та професіоналів у відповідних галузях. Це дозволяє людям не тільки розвивати свої здібності та навички, але й підвищувати свій рівень знань та компетентності у певних галузях. Окрім того, медіа платформи можуть сприяти соціалізації та знайомствам. Вони надають можливість спілкуватися з людьми з різних країн та культур, ділитися своїм досвідом та знаннями, знаходити спільну мову та взаємодіяти. Це допомагає розширювати свій кругозір та отримувати нові ідеї та перспективи. В цілому, медіа платформи можуть бути дуже корисним інструментом для розвитку особистості та самовдосконалення. Важливо використовувати їх раціонально та з метою досягнення своїх особистих цілей та завдань.

Реклама: Реклама є одним з найбільш ефективних способів формування культури краси та моди в медіа. Рекламні кампанії можуть демонструвати нові продукти, тенденції, стилі та ідеали краси, що може вплинути на думки та переконання аудиторії. Продовжуючи про те, як реклама впливає на формування культури краси та моди в медіа, варто зазначити, що рекламні кампанії можуть відігравати важливу роль у створенні ідеалів краси та моди. Відомі бренди часто створюють спеціальні рекламні кампанії, щоб вплинути на уявлення споживачів про те, що є красивим та модним [29, с. 16]. Однак, варто зазначити, що ідеали краси, які пропагуються в рекламі, не завжди відповідають реальності. Це може створювати нездоровий психологічний тиск на людей, які намагаються дотримуватися цих ідеалів. Тому важливо зберігати критичний підхід до рекламних кампаній та уявлень про красу, які вони пропагують. Крім того, важливо зазначити, що реклама може відігравати позитивну роль у формуванні культури краси та моди, коли вона сприяє популяризації різноманітності та прийняттю різних стилів та тілесних форм. Реклама може стати важливим інструментом в боротьбі зі стереотипами та забобонами, які пов'язані з уявленнями про красу та моду. Таким чином, реклама може мати як позитивний, так і негативний вплив на формування культури краси та моди в медіа. Важливо пам'ятати, що краса та мода - це

індивідуальні поняття, і що кожна людина має право на вибір свого стилю та свого ідеалу краси [11, с.12].

Модні покази: Модні покази є ідеальним способом для показу нових колекцій та тенденцій у світі моди. Вони можуть бути представлені у формі відео, фотографій або звітів у пресі, що дозволяє медіа показувати модні тенденції та стилі. Модні покази є не лише платформою для демонстрації нових моделей, а й місцем зустрічі для професіоналів модної індустрії. Вони дають змогу дизайнерам, моделям та виробникам зустрічатися та обмінюватися думками, що сприяє розвитку модної індустрії в цілому. Модні покази проходять на різних рівнях - від місцевих до міжнародних. Найбільш відомими є тижні моди в Парижі, Мілані, Лондоні та Нью-Йорку. Проте, в останні роки, модні покази стали доступнішими завдяки онлайн-формату. Багато відомих брендів, таких як Chanel, Dior та Prada, представляють свої нові колекції онлайн, що дозволяє більш широкому колу людей побачити їхні нові тенденції [19, с.89].

Журнали: Журнали про моду та красу є ще одним ефективним інструментом формування культури моди. Вони можуть містити статті про нові продукти, зображення знаменитостей, поради щодо макіяжу та стилю, інтерв'ю з модельєрами та дизайнерами. Ці видання надають можливість своїм читачам слідкувати за останніми тенденціями у світі моди та краси, дізнаватися про нові продукти, отримувати поради щодо макіяжу та стилю. Крім того, у журналах можна знайти інтерв'ю зі знаменитостями, модельєрами та дизайнерами, а також зображення нових колекцій та модних образів. Український ринок журналів про моду та красу не залишається осторонь світових тенденцій. Журнали, такі як «Vogue Ukraine», «Harper's Bazaar Ukraine», «ELLE Ukraine» та «Marie Claire Ukraine», пропонують своїм читачам не тільки статті про моду, але й про культуру, мистецтво, кіно та музику. Вони стали важливою складовою української культурної сцени, допомагаючи популяризувати вітчизняних дизайнерів та модельєрів, які створюють свої колекції з урахуванням української культури та національних традицій. Крім того, в Україні діють також і спеціалізовані журнали, присвячені певним аспектам

моди та краси. Наприклад, журнал «L'Officiel Ukraine» зосереджений на високій моді та культурі, «VIVA! мода» пропонує поради щодо стилю та моди для різних вікових груп, а «Beauty.ua» - на продуктах краси та процедурах догляду за шкірою та волоссям [18, с.10].

Для дослідження було проведено аналіз найпопулярніших журналів України про красу та моду:

«ELLE Ukraine»: Цей журнал фокусується на моді, стилі та красі. Він пропонує статті, фотосесії, поради щодо макіяжу, волосся та догляду за шкірою. Стандарти краси, які вони показують, можуть бути впливовими світовими тенденціями, але також можуть відображати український контекст та культурні особливості. «ELLE Ukraine» є одним з провідних журналів про моду та красу в Україні. Він представляє свіжі тенденції з усього світу, але також надає увагу українським дизайнерам, моделям та брендам. В журналі можна знайти різноманітні стилі і ідеї для одягу, взуття, аксесуарів та прикрас. Стандарти краси, які відображаються в «ELLE Ukraine», можуть варіюватися від класичних і елегантних до сміливих та експериментальних. Журнал регулярно публікує фотосесії з відомими моделями та знаменитостями, де демонструються різноманітні образи та стилі макіяжу, волосся і одягу. Окрім моди, «ELLE Ukraine» також надає поради та рекомендації з догляду за шкірою, волоссям та макіяжем. Журнал сприяє популяризації здорового способу життя, дотримання балансу в харчуванні та фітнесу. Важливо зазначити, що стандарти краси, які показуються в «ELLE Ukraine», є представленням деякої ідеальності та естетики, але вони не обов'язково відображають усі реальність і різноманітність краси. Журнал спонукає до вираження особистого стилю та самовираження, а не обмежується одними лише стандартами. У кінцевому підсумку, «ELLE Ukraine» служить джерелом натхнення для українських читачів у сфері моди, стилю та краси, а також сприяє підтримці українських талантів та модних трендів.

«L'Officiel Ukraine»: Цей журнал зосереджується на моді, красі, дизайні та стилі. Він пропонує нові тенденції, стилістику та поради щодо краси.

Стандарти краси, представлені в цьому журналі, можуть бути елегантними, стильними та відповідати світовим стандартам. «L'Officiel Ukraine» є престижним модним журналом, який дотримується високих стандартів краси і естетики. Він пропонує своїм читачам нові тенденції, інноваційний дизайн та стильні рішення. Стандарти краси, які показуються в «L'Officiel Ukraine», можуть включати елегантність, стильність, харизму та вишуканість. Журнал зосереджується на представленні модних трендів і визначаючих стилістики, які відображають сучасні вимоги модного світу. «L'Officiel Ukraine» може пропонувати моделі з різноманітними зовнішніми ознаками і стилістичними рішеннями, щоб відобразити різноманітність індивідуальності та краси.

Загалом, «L'Officiel Ukraine» допомагає впевнено висловити себе через моду, красу та стиль, але не накладає жорстких стандартів краси, а натомість надихає своїх читачів експериментувати зі своїм зовнішнім виглядом та знаходити власний унікальний стиль.

«Cosmopolitan Ukraine»: Цей журнал орієнтований на жінок та пропонує широкий спектр тем, включаючи моду, красу, здоров'я та стосунки. «Cosmopolitan Ukraine» - це журнал, який спрямований на сучасних жінок і пропонує їм широкий спектр тем, щоб надихнути та інформувати їх у різних аспектах життя. Окрім моди, краси, здоров'я та стосунків, вони можуть піднімати теми, пов'язані з кар'єрою, саморозвитком, культурою та багато іншого.

Стандарти краси, представлені в журналі «Cosmopolitan Ukraine», можуть бути різноманітними і змінюватися в залежності від конкретної теми або контексту. Однак загальна тенденція полягає у підтримці впевненості та самовираження жінок. Журнал може пропонувати різні способи догляду за виглядом, макіяжу, стилізації одягу, а також поради щодо збереження здоров'я та самопочуття.

«Cosmopolitan Ukraine» надає своїм читачкам можливість бути в курсі останніх тенденцій у світі краси, моди та здоров'я. Журнал може включати

поради від експертів, інтерв'ю з відомими особистостями, розповіді про вдачі та неудачі, а також статті, які сприяють розумінню стосунків та самопізнання.

Варто зазначити, що стандарти краси, які показуються в «Cosmopolitan Ukraine», не повинні бути розглядані як єдині або обов'язкові. Краса - це індивідуальне поняття, яке варіюється від особи до особи. Журнал надає поради та ідеї, які читачі можуть використовувати для покращення свого зовнішнього вигляду та самопочуття, але кожен може визначити власні стандарти краси, з якими вони комфортні та задоволені.

Соціальні медіа: Соціальні медіа є дуже впливовими в сучасному світі та надають безліч можливостей для формування культури моди та краси. Наприклад, блогери можуть ділитися своїми знаннями та досвідом щодо моди та краси, показувати свої образи та рекомендувати продукти, що дозволяє формувати думки та переконання аудиторії. Соціальні медіа стали місцем для взаємодії між брендами та споживачами. Бренди активно використовують соціальні медіа для просування своїх продуктів та послуг, а також для взаємодії зі своєю аудиторією. Вони створюють власні сторінки та профілі, де публікують рекламні матеріали, відеоогляди, розіграші та інші акції. У свою чергу, споживачі активно коментують та обговорюють рекламу та продукти, що дозволяє брендам зрозуміти потреби та бажання своєї аудиторії, а також вдосконалювати свої продукти та послуги відповідно до потреб споживачів. Окрім цього, соціальні медіа стали місцем для формування нових трендів та стилів у галузі моди та краси. Однак, варто зазначити, що соціальні медіа також можуть негативно впливати на формування культури моди та краси. Часто бренди використовують фотошоп та інші програми для обробки зображень, що може призвести до несумісності рекламних матеріалів з реальністю та збільшення комплексів у споживачів. Також варто зазначити, що соціальні медіа можуть сприяти формуванню шкідливих стереотипів та стандартів краси, що може призвести до поширення несправедливих соціальних нерівностей та негативного впливу на здоров'я та самопочуття споживачів [17, с.33].

Соціальні медіа є потужним інструментом у формуванні культури моди та краси в сучасному світі. Блогери та впливові особистості в соціальних медіа можуть поділитися своїми знаннями та досвідом щодо моди та краси, що дозволяє аудиторії отримувати цінні поради та інформацію. Вони можуть демонструвати свої образи, рекомендувати продукти та залучати увагу своєї аудиторії.

Соціальні медіа також стали платформою для взаємодії між брендами та споживачами. Бренди активно використовують соціальні медіа для просування своїх продуктів та послуг, а також для взаємодії зі своєю аудиторією. Вони створюють власні сторінки та профілі, де публікують рекламні матеріали, відеоогляди, розіграші та інші акції. Споживачі, у свою чергу, можуть коментувати та обговорювати рекламу та продукти, що дозволяє брендам отримувати зворотний зв'язок та зрозуміти потреби своєї аудиторії [18, с. 99].

Проте, варто зазначити, що соціальні медіа також мають свої негативні аспекти у формуванні культури моди та краси. Часто бренди використовують фотошоп та інші програми для обробки зображень, що може призвести до несумісності рекламних матеріалів з реальністю та створення нереальних ідеалів краси. Це може призвести до появи комплексів у споживачів та негативного впливу на їхнє самопочуття. Також соціальні медіа можуть сприяти поширенню шкідливих стереотипів та стандартів краси, що може призвести до соціальних нерівностей та негативного впливу на здоров'я та самовизначення споживачів.

Отже, соціальні медіа мають значний вплив на формування культури моди та краси, але важливо бути свідомими та критичними споживачами і здорово оцінювати інформацію, яку ми отримуємо через ці платформи.

Висновки до розділу 1

Стандарти краси завжди були в еволюції, змінюючись в залежності від епохи, культури та соціальних тенденцій. У деяких випадках стандарти краси

зберігалися протягом десятиліть або століть, в інших же вони раптово змінювалися від епохи до епохи.

Медіа є гарною платформою для формування думок про те, що красиво і модно, оскільки вони мають широкий охоплюючий аудиторію, надають платформу для експертів, впливають на культурні норми та стереотипи. Приклади включають Vogue, Elle, Cosmopolitan, Harper's Bazaar, The Zoe Report, InStyle, Refinery29 та інші медіа-видання, які зосереджені на моді та красі. Також, Instagram та YouTube є популярними соціальними медіа-платформами, які великою мірою впливають на формування культури краси та моди. Наприклад, на Instagram популярні моделі, блогери та знаменитості регулярно публікують свої фото та відео, де демонструють свої образи та рекомендують продукти. На YouTube блогери можуть проводити огляди косметики, вести розмови про модні тенденції та ділитися своїм досвідом щодо краси та моди. Оскільки ці платформи мають велику аудиторію, то вони можуть значно впливати на думки та переконання людей щодо того, що є красивим та модним.

Отже, медіа мають важливу роль у формуванні фешн та б'юті культури, яка впливає на сприйняття та вибір людей щодо свого зовнішнього вигляду та стилю життя. Медіа формують фешн та б'юті культуру через використання різноманітних засобів та підходів.

РОЗДІЛ 2

СТВОРЕННЯ ВІДЕОБЛОГУ «MEDIA BEAUTY»

2.1. Особливості функціонування Тикток як медіа-майданчика

Тикток - це мобільний додаток для створення та обміну короткими відеороликами. Основна особливість його функціонування полягає в тому, що користувачі можуть швидко створювати та ділитися відео, що мають тривалість від кількох секунд до хвилини. Основні особливості Тикток такі:

Алгоритм рекомендацій: Тикток використовує власний алгоритм рекомендацій, що допомагає користувачам знайти відео, які їм сподобаються. Алгоритм враховує попередні дії користувача, такі як перегляди відео, лайки та коментарі, та пропонує відео, які можуть бути цікавими. Алгоритм рекомендацій у Тиктоці є важливою складовою платформи, оскільки він допомагає користувачам знайти відео, які відповідають їхнім інтересам та вподобанням. Цей алгоритм враховує різні фактори, щоб забезпечити персоналізовану та змістовну рекомендацію для кожного користувача. Один з основних факторів, який враховується в алгоритмі рекомендацій, - це попередні дії користувача. Наприклад, алгоритм аналізує переглянуті відео, виражені лайки та залишені коментарі, щоб зрозуміти інтереси та вподобання користувача. На підставі цих даних алгоритм вибирає подібні відео, які можуть бути цікавими користувачу. Крім того, алгоритм рекомендацій враховує такі фактори, як популярність відео серед інших користувачів, трендові теми та хештеги, часові маркери та географічне розташування. Ці фактори сприяють розширенню кругозору користувачів, впровадженню нових трендів та дозволяють відкривати різноманітність контенту. Важливо зазначити, що алгоритм рекомендацій на Тиктоці постійно вдосконалюється і оновлюється на основі змін в попиті та поведінці користувачів [15, с.106]. Команда Тикток

продовжує вдосконалювати алгоритм, щоб забезпечити якісну і цікаву рекомендацію для кожного користувача.

Отже, алгоритм рекомендацій у Тиктоці грає важливу роль у створенні змісту, який відп овідає інтересам та вподобанням користувачів, і надає їм можливість насолоджуватися персоналізованим та захопливим досвідом перегляду відео.

Тренди та хештеги: Тикток зазвичай має багато трендів та хештегів, що допомагають користувачам знайти та створити відео на певну тему. Тренди та хештеги можуть бути створені користувачами або ж створюватися адміністрацією Тикток. Тикток відомий своїми численними трендами та хештегами, які допомагають користувачам знаходити та створювати відео на певну тему. Ці тренди та хештеги можуть бути створені самими користувачами або адміністрацією Тикток, що стимулює творчість та спільноту на платформі. Тренди - це популярні відео, рухи, пісні або концепції, які швидко поширюються серед користувачів Тикток. Вони можуть бути створені одним користувачем, а потім підхоплені іншими, створюючи хвилю популярності. Це дає можливість користувачам приєднуватися до трендів, робити свої власні варіації та долучатися до великої спільноти, яка спільно створює та розвиває контент. Хештеги також грають важливу роль у відео у Тиктоці. Вони дозволяють користувачам знаходити відео на певну тему та долучатися до віртуальних груп і спільнот. Хештеги можуть бути загальними, як, наприклад, #мода або #краса, або специфічними для конкретного тренду або виклику. Вони допомагають користувачам залучати більше уваги до своїх відео і показувати їх широкій аудиторії, яка цікавиться певною темою або трендом. Створення та використання трендів та хештегів у Тиктоці сприяє активній взаємодії між користувачами, спільному створенню контенту та залученню більшої аудиторії. Вони дозволяють користувачам виявити свою творчість, долучитися до популярних тем і трендів, а також знайти нові інтереси та співтовариство, з яким можна спілкуватися та ділитися своїми ідеями [9, с.34].

Отже, тренди та хештеги у Тиктоці створюють динаміку та креативну атмосферу, що сприяє формуванню активної спільноти користувачів та популяризації певних тем і концепцій на платформі.

Музика: Тикток використовує велику кількість музичних треків, що допомагають користувачам створювати відео під різні музичні жанри. Користувачі можуть вибирати музику з бібліотеки Тикток або завантажувати свої власні треки. Тикток славиться своєю величезною колекцією музичних треків, які користувачі можуть використовувати для створення своїх відео. Це дозволяє їм підкреслити атмосферу та настрій відео та виразити свою творчість за допомогою різних музичних жанрів. [12, с.13] На Тиктоці є широкий вибір популярних пісень, включаючи нові треки, хіти минулих років та віральні мелодії. Бібліотека Тикток надає доступ до мільйонів треків різних жанрів, таких як поп, хіп-хоп, рок, електронна музика, реггі та багато іншого. Користувачі можуть шукати пісні за назвою, виконавцем або популярністю та використовувати їх у своїх відео. Крім того, у Тиктоці є можливість завантажувати власні музичні треки [5, с. 18]. Це дає користувачам можливість поділитися своєю оригінальною музикою та використовувати її у своїх відео. Багато музикантів, виконавців та діджеїв використовують Тикток як платформу для просування своєї музики та залучення нових фанатів. Музика в Тиктоці відіграє важливу роль у формуванні та підкресленні настрою відео. Користувачі можуть створювати танці, смішні скетчі, виклики та інші контенти, синхронізуючи їх з вибраними треками. Відтворення популярних треків у Тиктоці часто стає вірусним явищем, що сприяє поширенню пісень та просуванню музичних виконавців.

Отже, музика є невід'ємною частиною Тиктоку, яка дозволяє користувачам виразити свою творчість, підкреслити настрій відео та насолодитися музичними треками з різних жанрів.

Ефекти та фільтри: Тикток має велику кількість ефектів та фільтрів, що допомагають користувачам редагувати свої відео та робити їх більш цікавими. Тикток надає своїм користувачам доступ до різноманітних ефектів та фільтрів,

які дозволяють редагувати їх відео та надати їм більш цікавий вигляд. Ці інструменти стали популярними серед користувачів, оскільки вони додають творчості та виразності до контенту. Ефекти у Тиктоці можуть бути різноманітні - від космічних фільтрів та анімаційних ефектів до зміни колірної гами, розмиття та швидкості відео. Користувачі можуть легко застосовувати ці ефекти до своїх відео за допомогою вбудованого редактора, що дозволяє індивідуалізувати свій контент та зробити його більш привабливим для глядачів. Фільтри у Тиктоці також є популярними інструментами для редагування відео. Вони дозволяють змінювати колірну палітру, налаштовувати насиченість, контрастність та інші параметри, щоб досягти бажаного візуального ефекту. Користувачі можуть вибирати з великого розмаїття фільтрів, що відповідають їхньому стилю та настрою. Завдяки ефектам та фільтрам на Тиктоці користувачі мають можливість творити унікальний контент, який привертає увагу глядачів. Вони допомагають створити настроєві відео, підкреслити певні деталі, або надати відео особливий художній стиль. Це дає користувачам можливість виразити свою творчість та створити враження своєї унікальності. Таким чином, ефекти та фільтри у Тиктоці розширюють можливості користувачів у редагуванні та стилізації їхнього відео контенту. Вони додають креативності та виразності до відео, роблять його більш цікавим для глядачів та допомагають створити унікальний та запам'ятовуваний контент [31, с.56].

Спільноти: Тикток має багато спільнот, що дозволяють користувачам знайти людей зі спільними інтересами та ділитися відео в цих групах. Користувачі можуть приєднуватися до спільнот або створювати свої власні, щоб об'єднувати людей зі схожими інтересами та надавати їм можливість ділитися своїми відео. Тикток є місцем, де користувачі можуть знайти спільноти, які об'єднують людей зі спільними інтересами. Це дозволяє їм знаходити нових друзів, отримувати вдихновлення та ділитися своїми відео з людьми, які цікавляться тим самим. У Тиктоці існує безліч спільнот на різні теми, такі як музика, танці, кулінарія, мода, спорт, гумор, мистецтво та багато іншого. Користувачі можуть

приєднуватися до вже існуючих спільнот або створювати свої власні, де вони можуть знайти людей зі схожими інтересами та обмінюватися відео. Ці спільноти створюють простір для взаємодії, обговорення та співпраці між користувачами. Вони можуть об'єднувати людей з різних країн та культур, що створює цікаві міжнародні спільноти. Крім того, спільноти на Тиктокі допомагають популяризувати певні теми та створювати нові тренди. Користувачі можуть спільно працювати над викликами, створювати колаборації та впливати на те, які відео стають популярними та отримують велику кількість переглядів [36, с.45].

Отже, спільноти на Тиктокі надають користувачам можливість знайти рівнодумців, обмінюватися відео та створювати нові тенденції у своїх обраній тематиці. Це сприяє активній взаємодії та розвитку спільноти, що об'єднується навколо спільних інтересів та творчості.

Інтерактивні функції: Тикток має багато інтерактивних функцій, таких як опитування, голосування та запитання, які дозволяють користувачам взаємодіяти зі своїми глядачами та отримувати від них відгуки. Тикток надає багато інтерактивних функцій, які дозволяють користувачам активно взаємодіяти зі своїми глядачами та отримувати їхні відгуки. Одна з таких функцій - опитування, де користувач може створити питання з двома варіантами відповідей, і глядачі можуть проголосувати за свій вибір. Це дозволяє залучити аудиторію до взаємодії та дізнатися їхні погляди та уподобання. Також на Тиктокі є функція голосування, де користувачі можуть висловлювати свою думку шляхом проставлення лайків або дизлайків під відео. Це дозволяє отримати зворотний зв'язок від аудиторії та зрозуміти, як їхні відео сприймаються глядачами. Запитання - ще одна інтерактивна функція, яка дозволяє користувачам отримувати питання від своєї аудиторії та відповідати на них у своїх відео. Це створює можливість ближчого знайомства з аудиторією, відповіді на їхні запитання та взаємодії на особистому рівні. Ці інтерактивні функції на Тиктокі сприяють активній взаємодії між користувачами та їхньою аудиторією. Вони дозволяють створювати більш особисті та взаємопов'язані

зміст, де глядачі відчують себе ближче до автора та можуть впливати на його контент [30, с.13].

Отже, інтерактивні функції Тикток допомагають зблизити авторів та аудиторію, створюють можливості для активної комунікації та залучення глядачів до взаємодії та висловлення своїх думок.

Конкурси та виклики: Тикток має багато різних конкурсів та викликів, які дозволяють користувачам взаємодіяти між собою та створювати нові відео на певну тему. Тикток став популярною платформою для проведення різноманітних конкурсів та викликів. Це дозволяє користувачам активно взаємодіяти між собою та виявити свою творчість у створенні відео на певну тему.

В Тиктоці можна знайти безліч різних конкурсів, від танцювальних челенджів до кулінарних конкурсів, модних викликів та багато іншого. Учасники можуть створювати власні відео, відповідаючи на певні виклики або брати участь у конкурсах, де їхні відео будуть оцінюватися аудиторією або журі. Такі конкурси та виклики не лише сприяють творчому самовираженню користувачів, але й створюють активне співтовариство на платформі. Участь у викликах дозволяє знайти нових друзів, об'єднатися з однодумцями та отримати визнання за свою творчість. Крім того, конкурси та виклики на Тиктоці можуть стати шансом для користувачів показати свої таланти та отримати велику кількість переглядів та підписників. Це може відкрити нові можливості для співпраці з брендами, агентствами та іншими зацікавленими сторонами [29, с.19].

Таким чином, конкурси та виклики на Тиктоці стимулюють творчість, активну взаємодію та розвиток спільноти користувачів, яка об'єднується навколо спільних інтересів та талантів.

Співпраця зі знаменитостями: Тикток має співпрацю з багатьма знаменитостями та інфлюенсерами, які створюють власні відео та співпрацюють з брендами на платформі. Це допомагає залучати нових користувачів та збільшувати популярність Тикток. Співпраця зі

знаменитостями є важливою складовою стратегії Тикток для залучення нових користувачів та підвищення своєї популярності. Багато знаменитостей та інфлюенсерів використовують цю платформу для створення власних відео та спілкування зі своїми фанатами.

Співпраця зі знаменитостями дозволяє Тиктоку привернути увагу широкої аудиторії, оскільки фанати знаменитостей часто переходять на платформу, щоб переглядати їхні відео та брати участь у викликах і трендах. Знаменитості також можуть співпрацювати з брендами на Тикток, пропонуючи рекламу продуктів чи послуг у своїх відео. Це допомагає залучити увагу користувачів і сприяє популяризації бренду серед широкої аудиторії Тикток. Співпраця зі знаменитостями на Тикток також дозволяє платформі відзначитися своєю унікальністю та створити власну культуру відео контенту. Знаменитості з різних сфер, таких як музика, мода, спорт чи комедія, додають різноманітність та цікавість до вмісту на Тикток, що привертає користувачів та спонукає їх активно взаємодіяти з платформою.

Отже, співпраця зі знаменитостями є важливим елементом успіху Тикток, допомагаючи привернути нових користувачів, збільшити популярність платформи та створити унікальну культуру відео контенту.

Загалом, Тикток є дуже популярною платформою для створення та обміну короткими відео, яка має багато цікавих функцій та можливостей для користувачів.

Однією з найбільш важливих особливостей Тикток є його алгоритм рекомендацій. Алгоритм платформи використовує штучний інтелект, щоб показувати користувачам відео, які їм можуть сподобатися, на основі їхньої поведінки на сайті та інших факторів.

Це означає, що користувачі можуть дивитися відео, які стосуються їхніх інтересів, навіть якщо вони не знають про них наперед. Це може забезпечити більшу залученість та збільшення кількості переглядів для відео-контенту на платформі.

Іншою особливістю Тикток є його глобальний характер. Платформа доступна в більш ніж 150 країнах та підтримує більш ніж 75 мов. Це дозволяє користувачам з усього світу з'єднуватися та ділитися відео-контентом.

Однак, наразі Тикток стикається з певними проблемами, зокрема, щодо безпеки даних користувачів. Деякі країни, включаючи США та Індію, заборонили використання Тикток на своїй території через ці проблеми. У будь-якому випадку, Тикток залишається дуже популярною та впливовою соціальною мережею, яка привертає увагу мільйонів користувачів та бізнесів з усього світу. Крім того, Тикток став популярним серед молоді, зокрема серед підлітків та молодих дорослих. Це може бути пов'язано з тим, що більшість відео на платформі є короткими, простими та легко переглядається. Крім того, на Тикток є багато відео, пов'язаних з музикою та танцями, що також є популярними серед молоді. Однією з інновацій Тикток є можливість для користувачів створювати та додавати до відео різноманітні ефекти та фільтри. Це дає користувачам можливість більш творчо підходити до створення своїх відео та зробити їх більш привабливими для перегляду.

Тикток можна вважати медіа-майданчиком, тому що це платформа, на якій користувачі можуть ділитися відео-контентом та спілкуватися між собою. Основні особливості функціонування Тикток як медіа-майданчика наступні [5, с. 18]:

Короткі відео-формати: Тикток спеціалізується на коротких відео, що робить його привабливим для користувачів, які шукають легкий та швидкий спосіб споживати відео-контент. Відео на Тикток можуть тривати від кількох секунд до однієї хвилини, що дає можливість користувачам швидко переглядати багато відео за короткий час.

Алгоритмічна система: Тикток використовує складну алгоритмічну систему, щоб рекомендувати користувачам відео, які можуть їм сподобатися. Ця система аналізує поведінку користувачів, таку як перегляди та лайки, щоб розуміти їхні інтереси та попереджувати відео, які вони можуть зневажати.

Глобальна охопленість: Тикток є світовою платформою, яка доступна в більш ніж 150 країнах. Це дає користувачам можливість ділитися своїм контентом зі світом та спілкуватися з людьми з інших країн.

Колективна спільнота: Тикток має активну та залучену користувальницьку спільноту, яка взаємодіє одна з одною та ділиться своїм контентом. Користувачі можуть взаємодіяти з іншими користувачами, коментувати їхні відео та відправляти їм приватні повідомлення.

Приклади найуспішніших акаунтів в Тикток, які здобули велику популярність:

Charli D'Amelio (@charlidamelio) - цей акаунт належить молодій американській танцівниці та інтернет-особистості, яка стала однією з найпопулярніших користувачів Тикток. Її акаунт має більше 130 мільйонів підписників, що робить її найуспішнішою людиною в Тикток. Її відео-контент головним чином пов'язаний з танцями та виконанням челенджів, що допомогло їй здобути велику популярність серед молодіжної аудиторії.

Addison Rae (@addisonre) - цей акаунт належить ще одній американській інтернет-особистості, яка також здобула велику популярність на Тикток. У неї більше 80 мільйонів підписників, а її відео-контент головним чином пов'язаний з танцями, модою та красою.

Zach King (@zachking) - цей акаунт належить американському фокуснику та відео-блогеру, який відомий своїми відео з трюками та магією. У нього більше 60 мільйонів підписників, а його відео є яскравим прикладом того, як креативність та оригінальність можуть привернути увагу глядачів.

Ці акаунти є успішними через те, що вони створюють високоякісний та привабливий відео-контент, який привертає увагу та викликає інтерес у глядачів. Вони також регулярно публікують новий контент та взаємодіють зі своїми підписниками, що збільшує їхню популярність та залучає нових фанатів. Крім того, вони розуміють свою аудиторію та створюють контент, який відповідає їхнім інтересам та потребам. Наприклад, Charli D'Amelio та Addison Rae створюють відео з танцями та виконують челенджі, що є дуже популярним

серед молодіжної аудиторії, а Zach King використовує свою творчість та талант у фокусах, що є дуже привабливим для глядачів.

Крім цього, успішні акаунти в Тикток активно співпрацюють з брендами та залучають рекламу, що є важливим джерелом доходу. Наприклад, Charli D'Amelio та Addison Rae стали бренд-послами відомих компаній, таких як Dunkin' Donuts та American Eagle, що ще більше збільшує їхню популярність та вплив.

Успіх цих акаунтів також можна пояснити їхньою здатністю адаптуватися до змін в соціальних мережах та залучати увагу глядачів. Наприклад, вони використовують нові функції Тикток, такі як фільтри та ефекти, щоб зробити свої відео ще більш захоплюючими та креативними.

Отже, успіх найуспішніших акаунтів в Тикток можна пояснити їхньою здатністю створювати високоякісний та привабливий відео-контент, адаптуватися до змін в соціальних мережах, розуміти свою аудиторію та взаємодіяти з нею, а також залучати рекламодавців та співпрацювати з брендами.

2.2. Блог як інструмент медіавпливу

В сучасному світі блоги стають все більш поширеним інструментом медіавпливу. Завдяки розвитку технологій та інтернету, кожен користувач має можливість створити власний блог та ділитися своїми думками та ідеями зі світом. Цей процес зумовлений зростанням інтернет-аудиторії та зміною способів сприйняття інформації.

Блоги є потужним інструментом медіавпливу, оскільки дозволяють авторам впливати на думки та погляди своїх читачів. Блогери можуть створювати контент на різні теми, включаючи політику, спорт, культуру, моду, життя та багато іншого. Такі блоги можуть стати джерелом інформації для своїх читачів та мати значний вплив на їхнє мислення та поведінку. Крім того, блогери мають можливість спілкуватися зі своїми читачами та відповідати на їхні запитання та коментарі. Це дозволяє створювати взаємодію між автором та аудиторією, що

забезпечує підвищення зацікавленості у контенті та збільшення кількості читачів. Важливим аспектом впливу блогів є їхній рекламний потенціал. Блогери можуть співпрацювати з компаніями та брендами та розміщувати рекламний контент на своєму блозі. Це дозволяє компаніям залучати нових клієнтів та підвищувати продажі своїх товарів та послуг. Окрім цього, блогери можуть використовувати свій вплив для підтримки різних ініціатив та просування соціальних питань [3, с. 33].

Блоги можуть бути використані як засіб для піднесення свідомості про різні проблеми та сприяння змінам в суспільстві. Проте, важливо зазначити, що блоги можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на аудиторію. Наприклад, не завжди інформація, що публікується на блогах, є об'єктивною та достовірною. Часто блогери мають свої особисті інтереси та більшість з них не є професійними журналістами, що може призвести до спотворення фактів та зміщення точки зору. Вони можуть мати негативний вплив на психіку аудиторії, зокрема на молодь, яка є найбільш вразливою до впливу з зовнішнього середовища. Неконтрольоване використання блогів для публікації непристойних, насильницьких або шкідливих матеріалів може призвести до негативних наслідків для аудиторії. Отже, висновком можна зазначити, що блоги є потужним інструментом медіавпливу, що має свої плюси та мінуси. Використовуючи блоги, потрібно бути обережним та відповідальним, дотримуватися принципів об'єктивності та достовірності, враховувати інтереси аудиторії та прагнути досягти позитивних результатів.

Медіаблоги можуть мати значний вплив на соціальні та глобальні питання, зокрема в тих випадках, коли блогер використовує свій вплив, щоб підняти обговорення певної теми або проблеми. Нижче наведені приклади деяких потужних впливів медіаблогів на різні питання [3, с.33].

Рух #MeToo Рух #MeToo - це приклад того, як медіаблоги можуть сприяти змінам у суспільстві. Починаючи з 2017 року, рух #MeToo поширився в соціальних медіа і на медіаблогах, де жінки почали ділитися своїми досвідами статевого насильства та домагань на роботі. Цей рух сприяв змінам у

законодавстві, підвищенню свідомості про проблему та відкриттю розмови про гендерну рівність [33, с.79].

Проблема пластику в океані. Одним із способів, яким блогери можуть підвищити усвідомлення про проблему пластику в океані, є залучення своєї аудиторії до збору коштів на підтримку організацій, що займаються очищенням морських узбережжів. Через соціальні мережі та свої власні веб-сайти, вони можуть запуснути спеціальні кампанії зі збору коштів, спрямовані на фінансування проектів, спрямованих на зменшення кількості пластику у водах океану. Крім того, блогери можуть використовувати свій вплив, щоб спонукати свою аудиторію до впровадження змін у щоденному житті, спрямовані на зменшення використання одноразового пластику. Вони можуть ділитися своїми особистими досвідами й успіхами в цій сфері, а також надавати корисні поради та рекомендації щодо альтернативних екологічних матеріалів і продуктів.

Також важливою роллю блогерів є поширення свідомості про проблему пластику в океані серед своєї аудиторії. Вони можуть створювати інформативний контент, такі як відеоролики, статті та інфографіка, щоб розповісти про шкоду, яку завдає пластикове забруднення морському середовищу та його мешканцям. Цей контент може бути навчальним і цікавим, щоб привернути увагу глядачів та заохотити їх долучитися до боротьби з цією проблемою [15, с.68].

Наприклад, блогери можуть проводити відеодокументальні зйомки, де вони відвідують місця забруднення пластиком, спілкуються з експертами та активістами, щоб зрозуміти масштаби проблеми. Вони можуть показувати жахливі наслідки пластикового забруднення на природу та тваринний світ, створюючи емоційне зв'язок з глядачами. Це допоможе підсилити їх зусилля в місії по зменшенню використання пластику і популяризації екологічних альтернатив.

Блогери мають потужну платформу для комунікації зі світом, і вони можуть використовувати цей вплив для підняття свідомості про проблему пластику в океані. Їхні дії можуть стати кроком до позитивних змін у ставленні до

пластикового забруднення та сприяти збереженню нашої планети для майбутніх поколінь.Вибори та політика.Блогери відіграли ключову роль у формуванні громадської думки і впливі на виборчий процес. Завдяки соціальним медіа, їх публікації стають доступними для широкої аудиторії, і це дає їм потужний інструмент для поширення інформації та впливу на виборців. У президентських виборах 2020 року в США, блогери залучили значну увагу до політичної сфери, а їхні публікації стали джерелом новин та дискусій для мільйонів людей. Вони розкривали інформацію про кандидатів, їхні позиції щодо важливих питань, а також критикували або підтримували їх політичні програми. Таким чином, вони створювали своєрідний фільтр інформації, допомагали виборцям утворювати свою думку та впливали на їхні рішення під час голосування. Однак, важливо враховувати, що блогери можуть мати різні політичні установки та інтереси. Тому, коли виборці спираються на їхню інформацію, вони повинні бути критичними та ретельно перевіряти факти, щоб утворити об'єктивну картину політичної ситуації. Крім того, блогери часто залучаються до політичних дебатів, коментують події та аналізують політичні рішення. Вони можуть вести свої власні дослідження, розкривати корупційні схеми або незаконні дії політиків, що сприяє прозорості та відповідальності в політичній системі [29, с.90].

Боротьба з расизмом. Медіаблоги також можуть бути використані як засіб для боротьби з расизмом та іншими формами дискусії. Також можна згадати вплив медіаблогів на глобальні проблеми, такі як зміна клімату та екологічні проблеми. Багато блогерів по всьому світу зосередили свою увагу на цих питаннях та допомогли залучити увагу до них широкої аудиторії. Наприклад, шведська підліток Грета Тунберг стала відомою своїми акціями за боротьбу зі зміною клімату, які почалися з її страйку у школі. Вона залучила увагу до цього питання великої кількості медіаблогерів та стала символом глобальної боротьби зі зміною клімату. Її історія була розповсюджена в соціальних медіа, блогах та новинах по всьому світу, і її промова на конференції ООН з проблем зі зміною клімату зібрала мільйони переглядів. Також можна згадати багатьох інших

блогерів, які використовують свій вплив для залучення уваги до глобальних проблем. Наприклад, Малала Юсуфзай, яка бореться за права дівчат та освіту в Пакистані та інших країнах, або Шон Кінні, який веде свій блог про гуманітарні кризи та допомагає зібрати кошти для допомоги потерпілим від війн та катастроф [31, с.53].

Отже, медіаблоги можуть мати потужний вплив на соціальні та глобальні питання. Вони можуть допомогти залучити увагу до питань, які потребують уваги та підтримки, та стати катализатором змін в суспільстві.

2.3. Реалізація відеоблогу «Media beauty»

Для створення власного проєкту було створено наступний план реалізації відеоблогу «Media beauty» в Тикток:

Визначити тематику та цільову аудиторію. Відеоблог буде присвячений красі та догляду за собою, тому важливо визначити свою цільову аудиторію, яка цікавиться цими темами. Приблизний вік цільової аудиторії нашого проєкту - 15 - 35 років. Крім віку, інші фактори також можуть впливати на цільову аудиторію відеоблогу про красу та догляд за собою. Одним з таких факторів є стать. Хоча ці теми можуть бути цікавими для обох статей, може бути бажано звернути особливу увагу на жіночу аудиторію, оскільки вони традиційно більше зацікавлені у питаннях зовнішності та краси. Крім того, важливо визначити інтереси аудиторії. Наприклад, чи цікавлять їх природні засоби догляду, мейкап, зачіски, манікюр, або ж вони зацікавлені у сучасних тенденціях у світі краси та моди. З'ясування цих інтересів допомогло нам створити контент, який найкраще відповідає потребам вашої аудиторії. Крім того, розуміння особливостей сприйняття відеоконтенту також має велике значення. Деякі люди можуть більше зацікавлені у практичних порадах та демонстраціях, тоді як іншим може бути цікаво дивитися розповіді та враження від використання різних продуктів та технік.

Не слід забувати також про географічний аспект. Потрібно враховувати регіони, в яких відеоблог буде поширюватися, наразі найактивнішими

регіонами по поширенню нашого контенту є Україна і Польща, що є цілком природнім, враховуючи останні тенденції серед демографічних процесів. Краса та догляд за собою можуть мати різні особливості в різних країнах або регіонах, тому важливо пристосувати свій контент до потреб та вимог вашої цільової аудиторії в певному регіоні.

Створити акаунт в Тикток та налаштувати його. Для цього потрібно було створити профіль, додати фото, опис та забезпечити відповідну настройку. Візуальна складова є важливою, тому було розроблено власний логотип до каналу «Media beauty». Було обрано лаконічний шрифт “Glacial Indifference», з розширеними інтервалами. Літера «U» в слові “Beauty” була стилізована під українські мотиви, елемент був взятий з оригінальної київської вишивки. Така стилізація акцентує увагу на тому що канал український, але назва латиницею буде зрозуміла для більшості споживачів відеоконтенту. (Дод.А). Щоб зберегти свою аудиторію та залучати нових користувачів, важливо розвивати свою особистість та використовувати власний стиль. Ми використовували різноманітні техніки відеомонтажу та ефекти, щоб зробити свої відео більш привабливими, основними кольорами були жовтий та білий. Такі кольори були обрані з метою викликати позитивні емоції та асоціації зі світлом, радістю та чистотою. Жовтий символізує енергію, оптимізм та творчість, тоді як білий викликає асоціації з чистотою, свіжістю та простотою. Крім того, ми також дбали про забезпечення високої якості відеоконтенту шляхом використання професійного обладнання та програмного забезпечення для зйомки і монтажу.

Відео - це потужний інструмент, який дозволяє нам спілкуватися з аудиторією та створювати контент для каналу разом, Наша мета - створювати відеоконтент, який не лише розважає та викликає емоції, але й надає корисну інформацію та сприяє саморозвитку наших глядачів. Розробити контент-план. Він включатиме теми, які будуть обговорюватись в відео, час публікації, тривалість відео, хештеги та інші важливі деталі. Основними темами для відео

стали “бодіпозитив”, “історія краси”, “стереотипи чоловічої та жіночої краси” тощо. (Дод.Б, В).

Створити перше відео та розмістити його на акаунті. Воно має бути якісним, цікавим та корисним для цільової аудиторії. Також важливими є хештеги та опис. До кожного наступного відео хештеги змінюються, варіюється об’єм тексту в описі, залежно від того, наскільки широко можна розкрити тему відео. Хештеги є важливим інструментом для просування відео в Тикток. Вони допомагають користувачам знайти відео, які відповідають їхнім інтересам і потребам. Коли ми створюємо наступні відео, ми повинні змінювати хештеги, щоб вони відповідали конкретній темі або тренду, який ми обираємо для кожного відео. Це допоможе нашим відео з’являтися в пошукових запитах та привертати більше уваги. Опис відео також має важливе значення. Ми повинні використовувати опис, щоб коротко пояснити зміст відео, зацікавити глядачів і, якщо можливо, надати додаткову корисну інформацію. Обсяг тексту в описі може варіюватися від відео до відео, залежно від того, наскільки широко ми можемо розкрити тему відео і яку додаткову інформацію ми хочемо надати. Важливо забезпечити, щоб опис був лаконічним, зрозумілим і привабливим для глядачів. (Дод.Г).

Аналізувати результати та вдосконалювати контент. Важливо зрозуміти, які теми та відео найбільше сподобалися аудиторії, які були менш успішними та вдосконалювати свій контент на основі цих даних. Канал в Тикток «Mediabeauty» зосереджений на аналізі результатів та постійному вдосконаленні свого контенту. Один із найважливіших аспектів цього процесу - зрозуміти, які теми та відео найбільше сподобалися аудиторії, а також визначити, які з них були менш успішними. Для аналізу результатів можна використовувати різні інструменти та показники. Наприклад, рейтинги лайків, коментарів та переглядів можуть служити орієнтирами для визначення популярності конкретних відео. Наразі найпопулярнішими є відео-знайомство з каналом, відеоролик, присвячений темі стереотипів, які стосуються чоловіків-

вони мають найбільшу кількість переглядів (653 та 348), найбільше вподобань отримало відео, присвячене красі в Україні - 70 .

Після збору цих даних, важливо зосередитися на вдосконаленні контенту на основі зібраної інформації. Наприклад, якщо певні типи відео отримали багато позитивних відгуків та високий рівень взаємодії, можна зосередити більше зусиль на створенні подібного контенту: відеоколажі мають більшу популярність за класичні відеоролики з текстом, українські пісні привертають більше аудиторії, яка взаємодіє з контентом, а найкращим часом для публікацій виявився проміжок від 16:00 до 18:00, це дає змогу відео бути на перших місцях серед рекомендованого . У той же час, відео, які отримали менше популярності, були проаналізовані, щоб зрозуміти чому вони не привернули увагу аудиторії, і внесли корективи в майбутній контент.

Важливо пам'ятати, що смаки та уподобання аудиторії можуть змінюватися з часом, тому постійний моніторинг та аналіз результатів є необхідними процесами. Поступове вдосконалення контенту на основі зібраної інформації допоможе залучити та утримати аудиторію, розвиват

Розвивати відеоблог та залучати нових фолловерів. Для цього можна використовувати нові ідеї, експериментувати з форматами відео та створювати цікавий контент. Також важливо взаємодіяти з аудиторією

Взаємодіяти з аудиторією та створювати спільноту. Щоб збільшити залученість своєї аудиторії, важливо створювати спільноту. Для цього ми відповідали на коментарі та пропозиції, з розширенням аудиторії планується проводити конкурси та інтерактиви зі своїми фолловерами.

Використовувати аналітику та статистику для оцінки ефективності відеоблогу. Важливо регулярно аналізувати статистику відеоблогу, включаючи кількість переглядів, лайків, коментарів та інше. Це допоможе зрозуміти, які відео були найбільш популярними та як можна вдосконалити свій контент.

Регулярно публікувати відео та підтримувати активність акаунту. Важливо регулярно публікувати нові відео та підтримувати активність свого акаунту. Це допоможе зберегти інтерес аудиторії та залучати нових користувачів.

Вивчати тренди та використовувати їх у своєму контенті. Важливо вивчати останні тренди та використовувати їх у своєму контенті. Це допоможе залучити нову аудиторію та зберегти інтерес старої. Враховуючи тенденцію швидкого перегляду, або перегляду відео без звуку, ми зробили акцент на коротких тезах з теми в самому відео і більш розгорнутий текст в описі. Таким чином, кожен може варіювати кількість інформації, котру готовий споживати. (Дод.Г)

Підписуватися на інших користувачів та взаємодіяти з ними. Ми підписалися на інших користувачів зі схожими акаунтами, наприклад “@norna_etno” - канал про український традиційний стиль, в контексті щодення @ethnicvibes - цей акаунт присвячений етнічній культурі та стилістиці. На каналі є відео з етнічними мотивами, народними танцями та музикою. Акаунт @ukraine_beauty на TikTok присвячений українській красі, культурі та традиціям. На цьому акаунті ви знайдете різноманітний контент, пов'язаний з українськими символами, народними вишивками, традиційними вбраннями та візерунками. Тут ви побачите відео з красивими пейзажами України, традиційними ремеслами та народними ритуалами. Акаунт @ukraine_beauty також пропонує поради щодо догляду за волоссям, шкірою та макіяжем, які поєднують українські елементи та інгредієнти. Наразі це основний конкурент “Mediabeauty”, але в перспективі варто розглядати його як партнера, що створить пласт україномовної аудиторії зі спільними інтересами і дозволить співпрацювати при висвітленні спільних тем. Це допоможе підвищити свою відвідуваність та залучити нових користувачів. Також важливо взаємодіяти з іншими користувачами, коментувати їх відео та лайкати. Ми максимально надавали відгук лайками коментарів підписників, відповідали на питання та пропозиції тощо.

Рекламувати свій акаунт на інших соціальних мережах. Важливо рекламувати свій акаунт на інших соціальних мережах, наприклад, на Instagram або Facebook. Це допоможе збільшити свою аудиторію та залучити нових користувачів. Користувачі, що були зацікавлені в нашому контенті робили

поширення акаунту в різних соціальних мережах, чим залучали нову аудиторію та перегляди.

Створювати якісний та цікавий контент. Найважливішим елементом відеоблогу є якісний та цікавий контент. Він повинен бути оригінальним та різноманітним, включати різні теми та формати відео. Важливо використовувати свій талант та креативність, щоб зробити свій контент унікальним та неповторним. Для створення якісного відеоконтенту важливо розвивати навички зйомки та монтажу відео. Це допоможе зробити відео більш привабливим та професійним. Важливо зрозуміти свою аудиторію та враховувати її інтереси та потреби. Це допоможе створити контент, який буде цікавим та корисним. Однак, крім якості та цікавості контенту, важливо також звернути увагу на його оригінальність. Ми прослідковували тренди мережі Тикток, але все варіювали під свій стиль, створювали оригінальні тексти. Важливо було розширити тему, котра є популярною на данний момент в контексті власного каналу і аудиторії. В усьому світі існує безліч відеоблогерів, і щоб виділитися серед них, потрібно мати щось унікальне. Можливості відеомонтажу, анімації, музики та ефектів дозволяють створити захоплюючі та запам'ятовувані відео.

Висновки до розділу 2

Тикток - це соціальна мережа, яка стала надзвичайно популярною в останні роки, особливо серед молоді. Вона дозволяє користувачам створювати короткі відео, тривалістю від 15 до 60 секунд, та ділитися ними зі своїми підписниками. Головна особливість Тикток полягає в його алгоритмі рекомендацій. Платформа використовує штучний інтелект для аналізу вподобань користувачів, їхніх переглядів, взаємодій та коментарів, щоб показувати користувачам контент, який найбільше відповідає їхнім інтересам. Це створює головну конкурентну перевагу Тикток - швидкості залучення аудиторії та можливості стати вірусним. Мережа Тикток має велику різноманітність контенту. Користувачі можуть створювати танці, виконувати вокальні кавери, показувати

свої таланти в різних галузях, створювати комедійні скетчі, вести блоги, демонструвати свої захоплення та багато іншого. Ця широке розмаїття дозволяє кожному знайти щось для себе та виразити свою креативність. Також варто зазначити, що Тикток став популярним каналом для маркетингових кампаній. Бізнеси можуть створювати відео та рекламні кампанії, які можуть допомогти їм залучати нових клієнтів та підвищувати свою популярність.

Загалом, Тикток є соціальною мережею, яка змінює підхід до створення та споживання відео-контенту. Його успіх свідчить про те, що користувачі хочуть бачити короткі, прості та цікаві відео, що відображають їхні інтереси та погляди на світ.

ВИСНОВКИ

Тема краси є важливою, оскільки має значний вплив на наше самопочуття, самовизначення та сприйняття світу навколо нас. Вона стосується не тільки фізичного вигляду, а й естетичних цінностей, самовираження та особистої догляду.

Краса є важливою для нашого самопочуття і самодоволення. Відчуття задоволення від власного зовнішнього вигляду може підвищити наше самооцінювання, впевненість у собі та позитивне ставлення до себе. Коли ми відчуваємо себе привабливими, це може сприяти покращенню нашого настрою та загального самопочуття.

Вона є важливою для вираження особистості та самовираження. Кожна людина має своє унікальне бачення краси і вибирає засоби, щоб виразити свою індивідуальність через зовнішній вигляд. Використання косметики, модного одягу та аксесуарів може стати формою творчого виразу та самовираження. Краса є важливою для міжособистісних взаємин. Наш зовнішній вигляд може вплинути на спосіб, яким інші сприймають нас та взаємодіють з нами. Доглянутий та привабливий зовнішній вигляд може підвищити наше впливовість, сприяти позитивній першій імпресії та сприяти розвитку міжособистісних стосунків.

Крім того, краса має велике значення у культурному контексті. У різних культурах краса має свої унікальні стандарти і цінності. Відеоблоги з краси впливають на самооцінку своїх глядачів, показуючи різні способи, якими можна підкреслити свою природну красу та почуватися впевнено. Вони демонструють, що кожна людина може бути привабливою та виразною, незалежно від свого типу зовнішності. Такого роду відеоблоги часто пропонують контент, який відображає різні культури, традиції та красу різних етнічних груп. Це сприяє розумінню та прийняттю різноманітності та

культурних відмінностей. Також, відеоблогери з краси можуть стати авторитетами в своїй галузі. Їхні рекомендації та відгуки про косметичні засоби та продукти можуть вплинути на вибір та покупку глядачів. Вони сприяють розвитку нових тенденцій у галузі краси та визначають стандарти краси для своєї аудиторії.

Створення власного відеоблогу про красу для дипломного проекту має декілька важливих переваг:

Практичне застосування набутих навичок: Створення відеоблогу про красу дає можливість застосувати та продемонструвати практичні навички, які були набуті протягом навчання. Є можливість використати свої знання про макіяж, догляд за шкірою, волоссям, нігтями та інші аспекти краси для створення цікавого та професійного вмісту.

Показ власної творчості та унікальності: Створення власного відеоблогу дозволяє виразити свою творчість та унікальність. Можна обрати свою власну стилістику, формат відео, підходи до тем та контенту.

Розширення професійної мережі: Створення власного відеоблогу про красу дає можливість встановити контакти з іншими фахівцями та експертами у галузі. Можна запросити гостей для спільних проєктів, обговорень та колаборацій. Це допоможе побудувати цінні професійні зв'язки та розширити свої можливості у майбутньому.

Дослідження та впровадження нових тенденцій: Створення відеоблогу про красу дає можливість досліджувати та впроваджувати нові тенденції та інновації у галузі, вивчати нові методики, продукти та техніки, та поділитися ними зі своєю аудиторією.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бурлака В. Медіа є повідомлення. *Збірник наукових праць сучасне мистецтво*. Київ: 2018: 91-106 с.
2. Вишинська О. Сучасна блогосфера. *Технічна конференція фізичні процеси та поля технічних і біологічних об'єктів*. Львів. 2021. 83 с.
3. Гаранжа А. Розробка рубрик «Краса» і «Здоров'я» для диджитал-медіа «Crush». *Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня бакалавр спеціальності "Журналістика"*. Київ: Національний авіаційний університет. Київ: НАУ, 2021. 55 с.
4. Гегель Г. Естетика. 1968. 69-77с.
5. Давиденко А.. Тікток: Платформа для розвитку чи «імперія деградації». *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання в підготовці фахівців: Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю*. Одеса: Південноукраїнський національний педагогічний університет імені КД Ушинського, 2022, 75с.
6. Любимова С. Репрезентація «американської мрії» у жіночих стереотипах медіа-дискурсу (на матеріалі «глянцевого» журналів). *Домінанти соціально-економічного розвитку України в умовах інноваційного типу прогресу*. Львів: Львівський філологічний часопис, 2020. 114-119.
7. Ричок Ю., Сидоренко В. Модель оцінки сентимент-компонент у задачах сентимент-аналізу складного текстового контенту. *Кременчук: XX міжнародна науково-технічна конференція фізичні процеси та поля технічних і біологічних об'єктів*, 2021. 83с.
8. Сабадаш Ю. Вплив мас-медіа на формування особистості: за творами Умберто Еко. Київ: Міжнародний вісник: Культурологія. Філологія. Музикознавство, 2015. 9-14 с.

9. Сіранчук С. ,Сторожук С. Роль гаджетів та інтернету в житті сучасної людини.У полоні спогадів: Україна у пошуках власної ідентичності. Київ: 109 с.
10. Скрибченко С. Просування сучасної української культури засобами соціальної мережі Tik-tok. Маріуполь: Редакційна колегія: Сабадаш Ю.С., доктор культурології, професор (голова), Янковський С.В., кандидат філософських наук, доцент. Затверджено на засіданні кафедри культурології та інформаційної діяльності (протокол № 5 від 12.11. 2021), 2021. 128 с.
11. Таранцева Ю. Краса у сучасному світі. Харків: Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв 11, 2007. 116-122 с.
12. Челікіді-Сініченко А. Добірка журналістських матеріалів для корпоративних медіа індустрії краси. Суми: СумДУ, 2020. 41 с.
13. Шевчук Ю. Запровадження комунікаційних медіаплатформ для просування іміджу підприємства за допомогою відеохостингу Tik-Tok. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020.
14. Bondarenko S.; Bratko A.; Antonov V.; Kolisnichenko R.; Hubanov O. Mysyk, A. Improving the State system of strategic planning of national..Special Issue: Digitalization of Socio-Economic Processes, 2022. 1-24 p.
15. Boyd D. Social Network Sites : Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication. №13. P. 211–224.2008.
16. Brown B.The gifts of imperfection: Let go of who you think you're supposed to be and embrace who you are. Hazelden Publishing. 2010. 66-79 p.
17. Crane, D. (2019). Beauty and Body Modification. In J. M. Smith & J. S. Kenworthy (Eds.), Handbook of Research on the Sociology of Gender (pp. 377-395). Edward Elgar Publishing.
18. Greenberg, H. The naked truth: A working woman's manifesto on business and what really matters. Greenleaf Book Group Press. 2013. 125 p.
19. Haiken E.. Venus Envy: A History of Cosmetic Surgery. JHU Press.2013. 199 p.
20. Stanley J. Every Body Yoga: Let Go of Fear, Get on the Mat, Love Your Body. Workman Publishing Company. 2017. 56-99 p.

21. Tiggemann M. Body image across the adult life span: Stability and change. *Body image*, 14. 2015. 14-18 p.
22. Wolf, N. *The beauty myth: How images of beauty are used against women.* William Morrow and Company. 1991. 340 p
23. Wood, K. C., Eagly, A. H. Biosocial construction of sex differences and similarities in behavior. *Advances in experimental social psychology*. 2012. 55-123 p.

Електронні ресурси:

24. Bukina N. National Identity and media literacy in the paradigms of the Russian-Ukrainian war. Functioning of the Ukrainian media during martial law in Ukraine: Scientific monograph. Riga, Latvia : «Baltija Publishing», 2022. 172 p. P.19-59 URL:<https://dspace.nau.edu.ua/handle/NAU/58555> (дата звернення: 16.03.2023).
25. Brodman D. Security in the context of informatization of society. *Journal of Information Technology Management*, 14 (Special Issue), 1-24. 2018. URL:<https://doi.org/10.22059/jitm.2022.88861> (дата звернення: 09.02. 2023).
26. Chang K. *The Evolution of Beauty Standards.* Medium. 2018. URL: <https://medium.com/@katherinechang/the-evolution-of-beauty-standards-fc2455a75873> (дата звернення: 24.03.2023.).
27. Fuentes, A. *The Evolution of Human Beauty.* Psychology Today. 2018. URL: <https://www.psychologytoday.com/us/blog/busting-myths-about-human-nature/201809/the-evolution-human-beauty> (дата звернення: 18.02.2023.).
28. Greenberg J. Blogging as a marketing tool: How to use blogs to attract and engage customers. *Entrepreneur*. 2019. URL:<https://www.entrepreneur.com/article/334829> (дата звернення:09.02.2023.).
29. Hull D. The history and importance of blogs in the media ecosystem. *The Conversation*. 2020. URL: <https://theconversation.com/the-history-and-importance-of-blogs-in-the-media-ecosystem-133076> (дата звернення: 09.02. 2023).

30. Koetsier J. 2022 blogging statistics: Growth, readers, and trends. Blogging Wizard. 2022. URL: <https://bloggingwizard.com/blogging-statistics/> (дата звернення: 09.02. 2023).
31. Liao L. . The history of beauty standards: How have they changed over time? The Independent. 2020. URL:<https://www.independent.co.uk/life-style/beauty/beauty-standards-history-how-changed-over-time-a9423386.html> (дата звернення: 09.02. 2023).
32. Patel N. The ultimate guide to blogging in 2021. Neil Patel. 2021. URL:<https://neilpatel.com/blog/blogging-guide/> (дата звернення: 09.02. 2023).
33. Prickett S. The Changing Standards of Female Beauty. Harper's Bazaar. 2019. URL:<https://www.harpersbazaar.com/beauty/makeup/a23632302/the-changing-standards-of-female-beauty/> (дата звернення: 09.02. 2023).
34. Shaw A. The power of blogging: How to connect with your audience and grow your brand. Forbes. 2018. URL: <https://www.forbes.com/sites/allisonshaw> (дата звернення: 04.02. 2023).
35. Bondarenko S., Makeieva O., Usachenko O., Veklych V., Arifkhodzhaieva T. LERNYK S. The Legal Mechanisms for Information Security in the context of Digitalization. Journal of Information Technology Management. №14 Special Issue. 2022. URL:<https://doi.org/10.22059/jitm.2022.88868> (дата звернення: 16.03.2023.).
36. Філоненко С. Образ жінки в сучасній культурі: як побороти стереотипи. URL: <http://rovaha.org.ua> (дата звернення: 22.04.2023.)

ДОДАТКИ

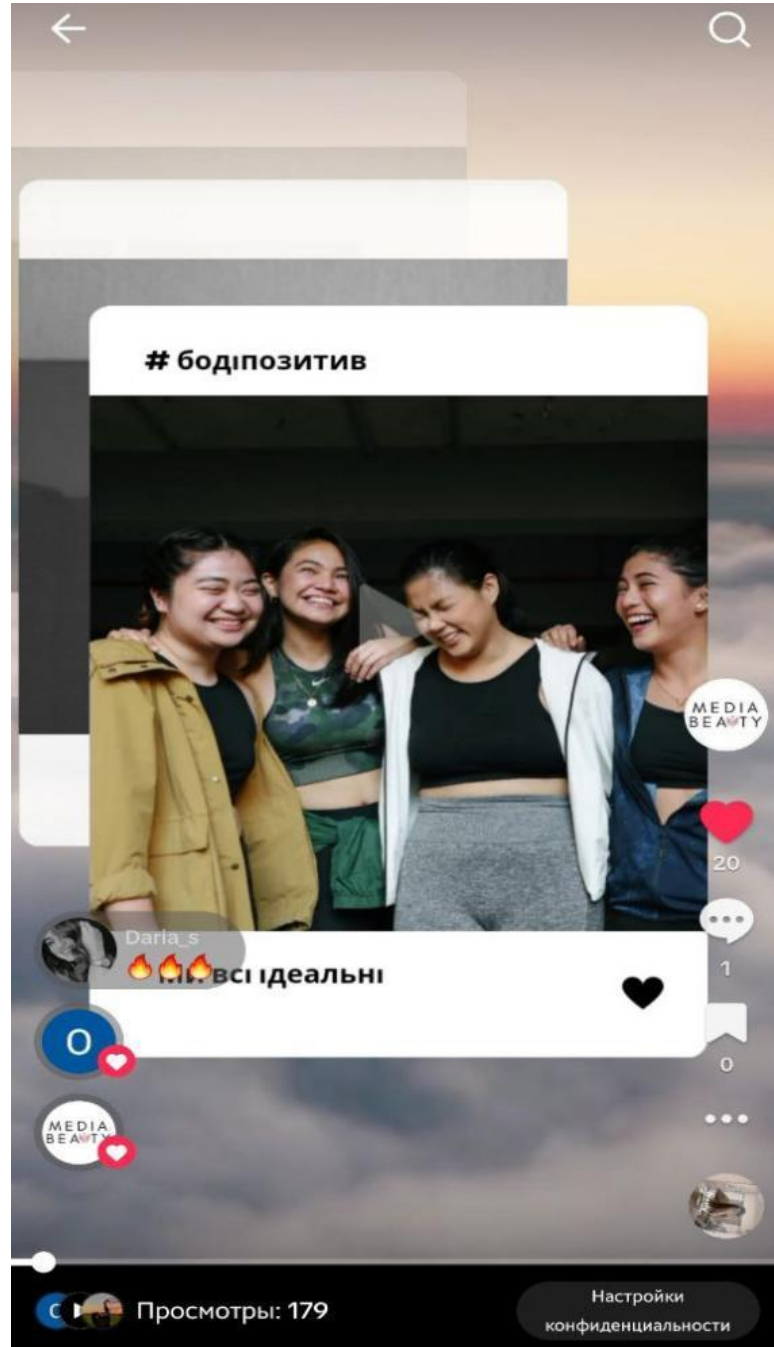
Додаток А
**Логотип відеоблогу «Media
beauty»**



Розроблено автором

Додаток Б

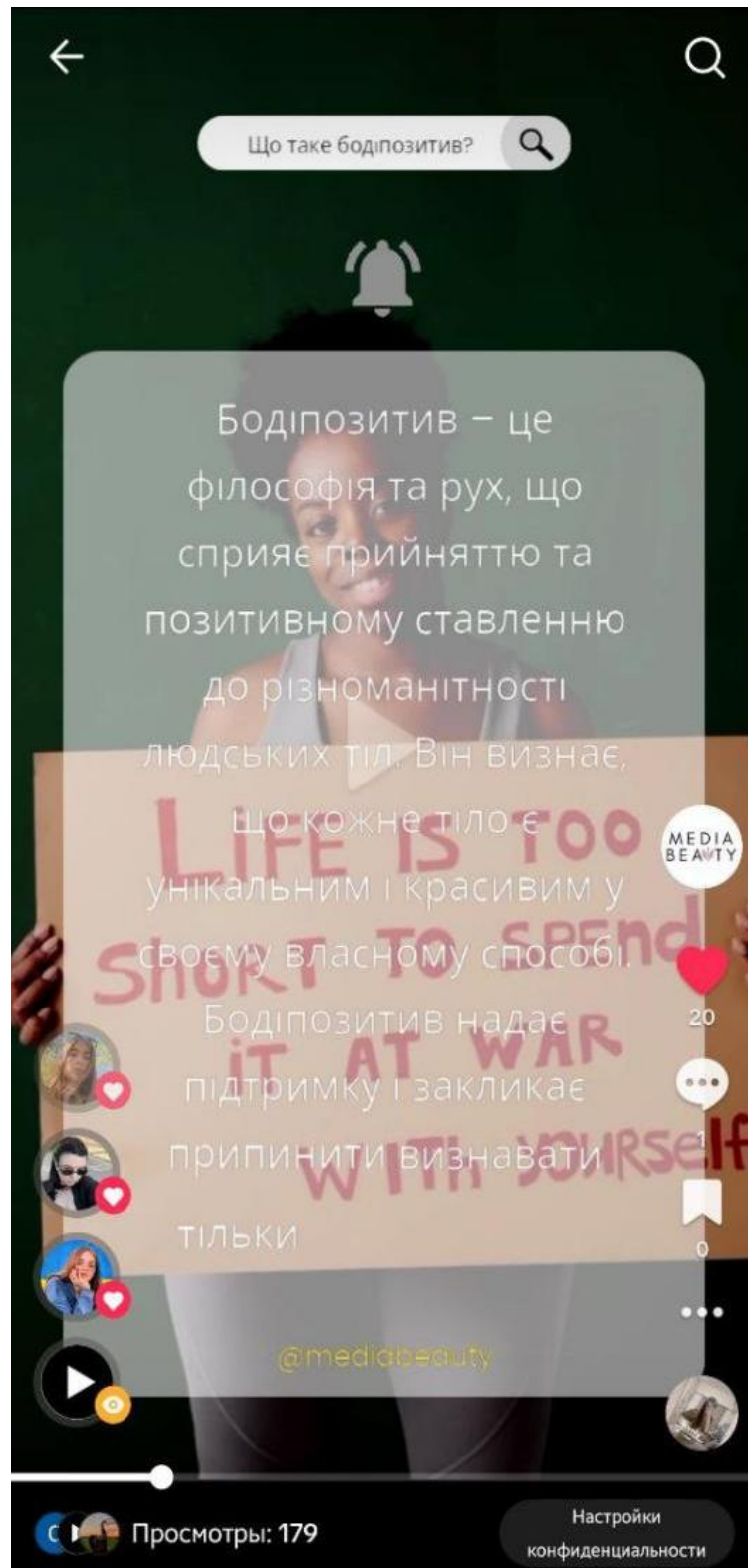
Рубрика «бодіпозитив» в відеоблозі «Media beauty»



Розроблено автором

Додаток В

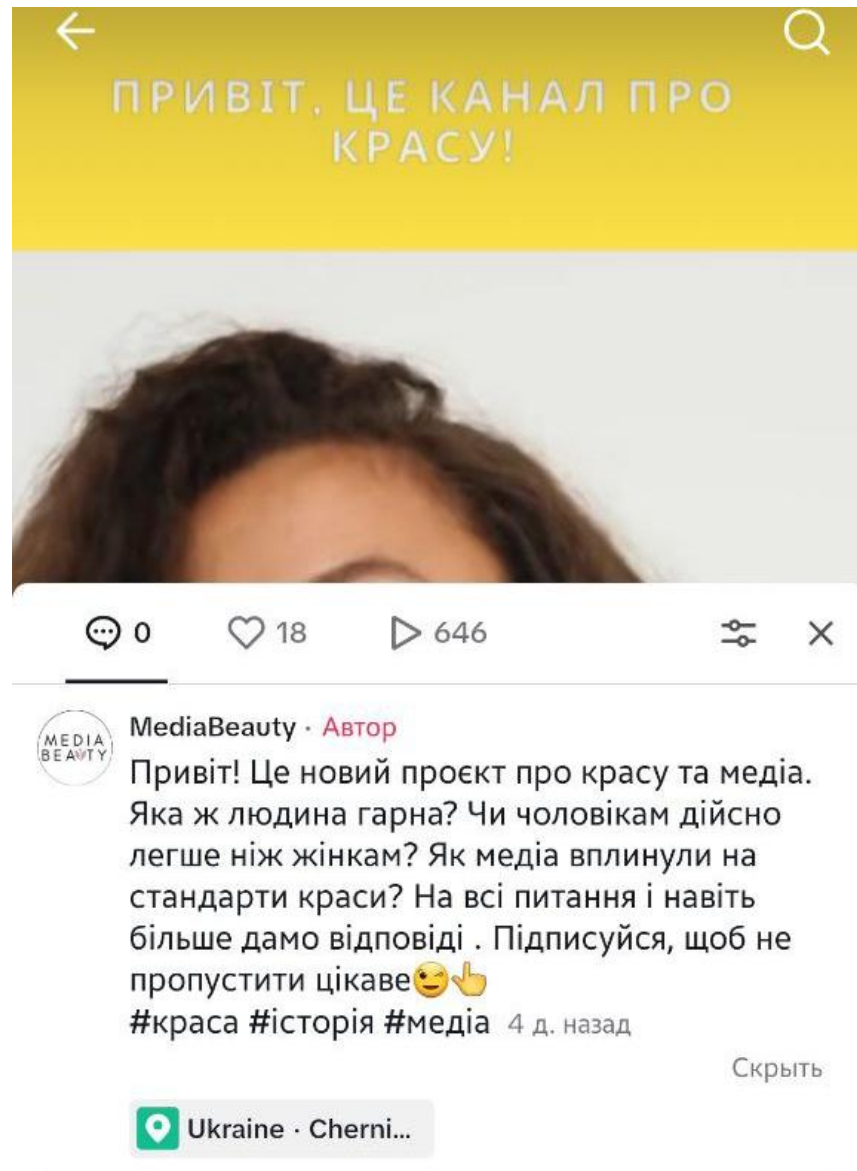
Приклад оформлення медійного контенту



Розроблено автором

Додаток Г

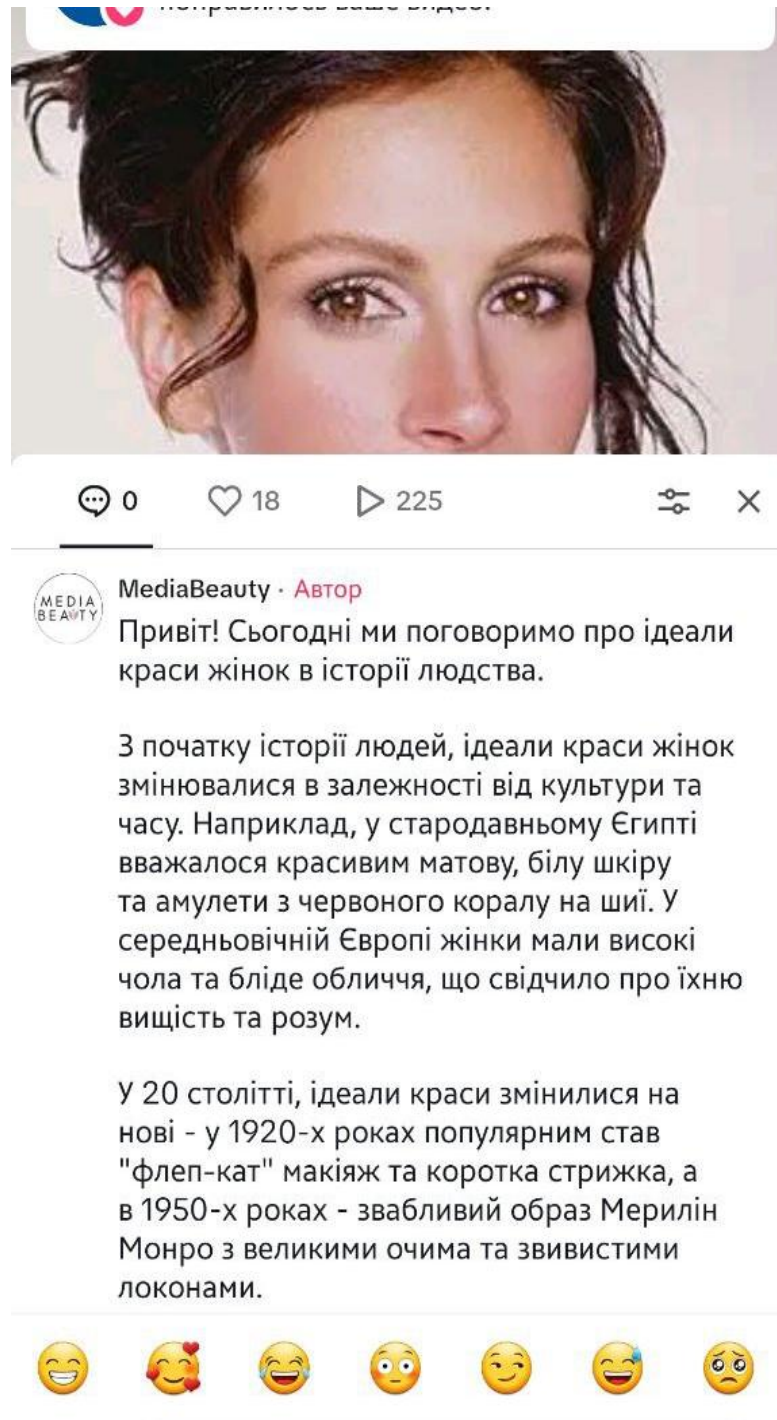
Приклад застосування хештегів в просуванні відеоблогу



Розроблено автором

Додаток Г

Приклад текстового наповнення відеоблогу «Media beauty»



Розроблено автором