

**ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБИНСЬКОГО**

Факультет філології й журналістики імені Михайла Стельмаха

Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**СЕРІЯ АВТОРСЬКИХ СОЦІАЛЬНИХ РОЛІКІВ.
ЯК ДОСЯГТИ УСПІХУ В СУЧАСНОМУ СВІТІ НА
ПРИКЛАДІ УСПІШНИХ ЛЮДЕЙ ДНІПРА**

Студентки IV курсу, групи 4Ж
Освітньої програми *Журналістика*
Галузі знань *06 Журналістика*
Спеціальності *061 Журналістика*
Ступеня вищої освіти *бакалавр*
Івашко Валерії Сергіївни

Керівник – доктор історичних наук
Гальчак С. Д.

Розширена шкала _____

Кількість балів _____ Оцінка: ECTS _____

Голова Екзаменаційної комісії: _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Члени Екзаменаційної комісії: _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Івашко В.С. Серія авторських соціальних роликів. Як досягти успіху в сучасному світі на прикладі успішних людей Дніпра. Кваліфікаційна робота освітнього рівня – бакалавр. Спеціальність – 061 Журналістика. Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського. Вінниця, 2024.

Кваліфікаційна робота присвячена розробці авторських соціальних роликів на тему досягнення успіху в сучасному світі, на прикладі успішних людей Дніпра, для висвітлення нового та цікавого формату зйомки – вертикальні відео. Серія відеороликів включає в себе розповідь про місто Дніпро, розкриття цікавих фактів, доповідь про відомих та успішних людей.

Робота створена аби мотивувати молоде покоління працювати над собою, розвиватись та йти до своїх цілей, а вертикальний формат зйомки дає змогу глядачам швидко і максимально комфортно для себе, переглянути відео на смартфоні.

Протягом останніх десятиліть розвиток соціальних мереж стрімко розвивається, тому розробники активно впроваджують інновації аби максимально спростити споживання контенту. Саме тому сьогодні актуальна тема вертикальної зйомки не тільки розважального контенту, а й соціального, розвиваючого, мотиваційного, розважального тощо.

Ключові слова: вертикальні відео, успіх, соціальні ролики, опитування, Дніпро, мотивація, успішні люди, цікаві факти.

ABSTRACT

Ivashko V.S. Series of Author's Social Videos: How to Achieve Success in the Modern World Using the Example of Successful People from Dnipro. Bachelor's Qualification Work. Specialty - 061 Journalism. Vinnytsia State Pedagogical University named after Mykhailo Kotsyubynsky. Vinnytsia, 2024.

The qualification work is dedicated to the development of author's social videos on the topic of achieving success in the modern world, using the example of successful people from Dnipro, to highlight a new and interesting shooting format - vertical videos. The series of video clips includes stories about the city of Dnipro, revealing interesting facts, and reports about well-known and successful people.

The work is created to motivate the younger generation to work on themselves, develop, and pursue their goals, and the vertical shooting format allows viewers to quickly and comfortably watch videos on their smartphones.

Over the past decades, the development of social networks has been rapidly evolving, and developers are actively implementing innovations to simplify content consumption as much as possible. This is why the topic of vertical shooting is relevant today not only for entertainment content but also for social, educational, motivational, and other types of content.

Keywords: vertical videos, success, social videos, survey, Dnipro, motivation, successful people, interesting facts.

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Теоретична база

Швидкий розвиток технологій та людства в цілому, змушує нас пристосовуватися до стрімких змін у способах отримання та обробки інформації. В сучасному світі, де інформаційний потік невідпинно зростає, користувачі соціальних мереж прагнуть отримувати якомога більше контенту за мінімальний проміжок часу. Це бажання швидко поглинати інформацію диктує нові тенденції у створенні та просуванні інтернет-контенту.

Існують найрізноманітніші визначення класифікацій соціальних медіа, де можна активно залучати аудиторію до свого контенту. О. Грищенко пропонує таких видів:

- соціальні мережі (Facebook, LinkedIn, MySpace, Телеграм, Інстаграм тощо);
- блоги (Blogger, Typepad, WordPress, Weebly)
- мікроблоги (Google+, Twitter, Drupal, Futurbra);
- соціальні новини та соціальні вкладки (Delicious, Pikabu, Chuv.com.ua, Digg, Reddit, Habrahabr);
- фото- та відеосервіси (YouTude, Vimeo.com, DailyMotion, Twitch, Vevo)
- підкасти (Ustream, Rpod, Spotify)
- веб-форуми (BbPress, FluxBB, Discuz!, Allkpop)
- геосоціальні мережі (AlterGeo, GoogleLocator, Foursquare) [6].

Сьогоднішні користувачі віддають перевагу коротким, але інформативним відео, які можуть швидко передати сутність повідомлення. Такі відео часто містять не лише інформаційні, але й розважальні, мотиваційні та соціальні елементи, що робить їх привабливими для широкої аудиторії різного віку та статі.

Ця тенденція спричинена багатьма суміжними факторами. По-перше, розвиток мобільних технологій дозволив людям переглядати відео в

будь-який час і в будь-якому місці, що спонукає до створення контенту, який легко споживати на ходу [7]. По-друге, соціальні платформи, такі як TikTok, Instagram Stories та YouTube Shorts, стали ідеальними майданчиками для розповсюдження коротких вертикальних відео, надаючи користувачам можливість швидко і легко транслювати свої ідеї широкій аудиторії.

Отже, вертикальним відео можна назвати, якщо контент повністю вписується в межі екрану, коли телефон тримається у вертикальному положенні. Саме тому більша частина контенту орієнтована саме на такий формат. І відеоролики - не виняток. Команда з Sprout Social – це універсальна платформа керування соціальними медіа, яка розкриває повний потенціал соціальних мереж, провела власне дослідження, де виділила: «Незважаючи на те, що YouTube Shorts є недавньою функцією YouTube, вони стають все більш популярними і набирають по 15 мільярдів щоденних переглядів у всьому світі» [11]. Це означає, що вертикальна зйомка вийшла на новий рівень споживання і соціальні мережі підлаштовуються, адаптуються під сучасні вимоги глядача.

Також ефективність такого типу публікацій доведена, і головним аргументом є популярність застосунку TikTok, контент якого базується виключно на вертикальних відео тривалістю до 10 хвилин.

Через активне споживання легкого дофаміну демографія та тематики мережі з кожним днем, тільки набирають обертів. Зараз TikTok сприймають уже як повноцінну соцмережу, а не як платформу з кумедними відео та музикою для дітей та підлітків. Щоб стати тут популярним, не треба вдаватися до пірного чорного і брудного контенту, чи вкладати величезні суми грошей в рекламу - достатньо бути просто цікавим ментором, а алгоритми все зроблять за тебе [6].

За даними звіту Digital 2023 року, загальна кількість користувачів ТікТоку переступила відмітку у понад 1,05 мільярда людей по всьому світі, а серед соціальних мереж ТікТок отримав найвищий показник використання на одного користувача протягом 2022 року – це 23 години 28 хвилин на місяць,

що перевершує будь-які очікування маркетологів [10].

Кожен новий користувач, зареєструвавшись, потрапляє на персональну сторінку, де може побачити вже створені іншими користувачами відео та переглянути цікаві йому за тематикою акаунти. Це також можливо зробити через пошук, написавши ключові слова або теги. З огляду на активність, перегляди і лайки, соціальна мережа потім підлаштовує свої алгоритми і пропонує споживачу тільки цікавий для нього контент. Саме такі алгоритми роботи і забезпечують мережі ТікТок таку популярність у всіх країнах світу.

За дослідженням Анісімової Олени, повертаючись до теми соціальних роликів, хочеться зазначити, що головна задача такого напрямку - робота з соціумом. Це може бути як привертання уваги людей до тієї чи іншої проблеми, так і висвітлення якогось соціально важливого питання. Вони використовуються для підвищення цікавості до важливих питань, таких як здоров'я, безпека, розвиток, права людини, екологія та інші суспільно значущі теми. [1, с. 156].

Ольга Бедріна активно досліджувала актуальність та популярність вертикальних відео на просторах Інтернету і ось що важливого можна винести з її роботи:

Вертикальне відео не дає тобі відволікатись. На відміну від перегляду веб-сторінок на робочому столі з декількома відкритими вкладками або скролу стрічки соціальних мереж, вертикальне відео заповнює весь екранний простір. Тобто все, що споживач може спостерігати – це обраний контент.

Вертикальне відео нагадує нам розмову з другом, який показує нам, де він знаходиться і чим займається. Це робить контент-мейкера і споживача ближчими один до одного.

Відео вертикального формату дозволяє краще фокусуватись на об'єктах, що там зображені. Цей ефект не працює з відео знятих горизонтально, адже там фон більший, а значить увага може переміщуватись по всьому візуалу [11].

Вертикальна зйомка сьогодні найактуальніший, а також швидкий спосіб

передачі інформації. Цікаво, що одне з досліджень показало, що 94% користувачів Інтернету тримають телефон вертикально під час перегляду відео, навіть якщо воно призначене для горизонтального перегляду [2].

Дослідниця І. Мудра у своїй науковій роботі «TikTok як перспективний канал популяризації ЗМІ» висловила цікаву думку щодо створення та реалізації відео для просування ЗМІ в Інтернеті. Аналізуючи контент масмедіа в TikTok, автор помітила, що ЗМІ теж активно працює за двома напрямками: створюють відео спеціально для формату цього додатку, або просто розміщують контент, який вже поширили в інших соціальних мережах. Останній варіант - це в основному нарізки цікавих фрагментів з різних телепередач, їх основна мета – популяризувати свій контент на всіх можливих платформах [8, с.70-71].

Марта Пастернак досліджуючи переваги використання відео в соціальних мережах, зазначила, що є висока вірогідність того, що відео в Інтернеті до 2020 становитиме до 80 % трафіку.

Воно охоплює найбільшу кількість користувачів. І цей прогноз справдився, адже сьогодні у 2024 році голону роль в соціальних мережах відіграють короткі інформативні відео. [9].

Для створення цікавого відеоконтенту також використовують опитування, як метод збору інформації. Соціолог Олена Богдан вважає, що частовживаним у дослідницькій роботі є метод опитування. Він охоплює використання таких дослідницьких процедур як: поштове опитування (більш застарілий метод, проте він може реалізуватись сьогодні через Інтернет), анкетування, інтерв'ю. Також вона зазначила: «Соціальне опитування - це опитування абсолютно всіх людей, що належать до категорії, яка вас цікавить. Воно доцільне тоді, коли кількість людей є відносно невеликою» [3, с. 94-95].

В представленій роботі використано метод опитування інтерв'ю.

Г. Городяненко вважає, що: Соціологічне інтерв'ю — це є метод збору соціальної інформації, який ґрунтується на вербальній соціально-психологічній взаємодії між інтерв'юером і респондентом з метою

одержання цікавих для дослідника даних. Під час інтерв'ю контакт між дослідником і респондентом здійснюється за допомогою інтерв'юера, який ставить запитання, організовує і спрямовує бесіду з кожним з людей, а далі фіксує одержані відповіді зручним для себе способом [5, с. 226-229].

Соціальні ролики набули великого значення в сучасному світі як інструмент впливу на суспільну думку. Вони є потужним засобом комунікації, здатним змінювати поведінку людей та сприяти вирішенню соціальних проблем.

Значення коротких вертикальних відеороликів у сучасному медіапросторі є надзвичайно значущим. Вони привертають увагу аудиторії завдяки своїй компактності і динаміці, а також швидко передають ключові повідомлення. Такий формат ідеально підходить для мобільних платформ, де користувачі активно споживають контент.

Крім того, короткі вертикальні відеоролики є потужним інструментом для брендів і компаній у сфері маркетингу. Вони дозволяють створювати цільову рекламу, яка ефективно доносить ключові повідомлення до цільової аудиторії. Їхня популярність і вплив продовжують зростати, завдяки їхній здатності швидко привертати увагу й стимулювати дії користувачів.

Отже, короткі вертикальні відеоролики не лише свідчать про технологічний прогрес у сфері відеоконтенту, але і відкривають нові можливості для комунікації, маркетингу та взаємодії з аудиторією, роблячи їх необхідною складовою сучасного медіапростору.

1.2. Обґрунтування проєкту

Проєкт «Серія авторських соціальних роликів. Як досягти успіху в сучасному світі на прикладі успішних людей Дніпра» був створений з метою зацікавлення аудиторії до декількох тем.

По-перше це просування розуміння справжнього успіху і віри в себе, для молоді на прикладі відомих жителів Дніпра. Адже сьогодні обрати свій

шлях серед тисяч можливих – дуже важко, проте не менш важливо. Транслюючи цікаву і в той же час повчальну тему, легко зацікавити аудиторію і змусити її прислухатись. Соціальні ролики набули великого значення в сучасному світі, як інструмент впливу на суспільну думку. Вони є потужною рушійною силою комунікації, здатною змінювати поведінку людей та сприяти вирішенню соціальних питань.

По-друге головним завданням було висвітлити тему вертикальних відео і їх розвиток: причини, тенденції, нові розробки. Цей аспект відеозйомки дуже рідко звучить у медіа просторі, саме тому я вирішила скористатись нагодою і внести свій вклад у розвиток цього напрямку. Соціальні мережі розвиваються і рухаються вперед, щоб максимально вгодити споживачам, а це означає, що з'являється все більше і більше тем і питань для досліджень.

Отож, авторські соціальні ролики на тему, як досягти успіху в сучасному світі на прикладі успішних людей Дніпра, показують глядачам багато цікавих аспектів. Це і розробка самих вертикальних відео, висвітлення історії розвитку міста Дніпра, його плюси та мінуси, соціальне опитування, дослідження біографій відомих і успішних дніпрян, їх покрокове будування власного успіху, та поради юному підростаючому поколінню, щодо реалізації себе.

1.3. Мета і завдання роботи

Метою кваліфікаційної роботи є створення серії авторських соціальних відеороликів, про досягнення успіху у реаліях сьогодення, на прикладі успішних людей Дніпра. Робота розкриває цікаві факти про саме місто Дніпро та включає в себе опитування місцевих жителів, розповідь про відомих успішних людей, мотиваційний підтекст.

Для реалізації мети визначено основні завдання:

- взаємодія з дніпрянами, коротке опитування;

- аналіз теоретичних аспектів створення вертикальних соціальних роликів ;
- створення серії відеороликів за затвердженою концепцією та форматом;
- зйомка та монтаж серії авторських соціальних роликів;
- розробка сценарію для зйомки і монтажу.

1.4. Джерела фактів

Для створення серій авторських соціальних роликів було використано такі матеріали:

Перша частина

Текстові матеріали:

1. П'ЯТЬ УКРАЇНСЬКИХ МІСТ ОПИНИЛИСЯ В РЕЙТИНГУ НАЙДОРОЖЧИХ МІСТ СВІТУ
(<https://smila-ua.com/index.php/society/15-news/interesting/28236-interesting-2024-02-10>)
2. Дніпро лідирує у рейтингу прозорості українських міст
(<https://gorsovet.com.ua/post/yak-efektivno-upravlyati-bagatokvartirnim-budinkom-u-dnipro-ogolosili-reyestraciyu-na-kursi-pidvishennya-kvalifikaciyi-dlya-goliv-pravlinnya-osbb-zhbk>)
3. Визначили рейтинг міст із найгіршою якістю повітря
(<https://eco.rayon.in.ua/news/700877-viznachili-reyting-mist-iz-naygirshoyu-yakistyu-povitrya>)
4. ЮЖМАШ СЬОГОДНІ
(<https://yuzhmash.com/en/about-company/milestones/>)
5. НАШ КРАЙ З ДАВНІХ ЧАСІВ ДО XV СТ
(<https://dniprorada.gov.ua/uk/page/dnipro-history>)
6. Дніпро потрапив у топ-20 найкримінальніших міст Європи

- (<https://litsa.com.ua/dnipro-potrapiv-u-top-20-najkriminalnishix-mist-yevropi/>)
7. Південмаш сьогодні: як живе найбільше ракетно-космічне підприємство України
(<https://rubryka.com/article/yuzhmash/>)
 8. З днем народження, Дніпре: що відомо про зіркових жителів міста
(https://24tv.ua/dnipro/dnem-narodzhennya-dnipre-shho-vidomo-pro-novini-dnipra-sogodni_n1734938)
 9. Місто контрастів: цікаві та незвичайні факти про Дніпро
(<https://visitukraine.today/uk/blog/2047/city-of-contrasts-dnipro-interesting-and-unusual-facts>)
 10. ДНІПРО, МІСТО
(http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?&I21DBN=EIU&P21DBN=EIU&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=eiu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=TRN=&S21COLORTERMS=0&S21STR=Dnipropetrovsk)
 11. Незвичайне місто Дніпро: найцікавіші місця
(<https://eventukraine.com/travel/nezvichajne-misto-dnipro-najcikavishi-miscya/>)

Відео та фото матеріали:

Види Дніпра (вертикально)

12. <https://vm.tiktok.com/ZMrLQjay4/>
13. <https://vm.tiktok.com/ZMrLQmL6w/>
14. <https://vm.tiktok.com/ZMrLQYWua/>
15. <https://vm.tiktok.com/ZMrLQyY9M/>

16. <https://vm.tiktok.com/ZMrLQuSt7/>
17. <https://vm.tiktok.com/ZMrLQ2ENo/>
18. Фото історії Дніпра
(<https://midnipro.museum/misto-na-davnikh-svitlynakh/>)
19. Місто розбудовується
(https://gorod.dp.ua/history/article_ua.php?article=115)

Друга частина

Текстові матеріали разом з фото та відео:

20. “Офіси” та “кол-центри” Дніпра під прицілом: в Україні полюватимуть за фінансовими шахраями
(https://dnepr.info/uk/news/ofisy-ta-kol-tsentry-dnipra-pid-zagrozoyu-v-ukraini-polyuvatymut-za-finansovymy-shahrayamy/#google_vignette)
21. У Росії Дніпро назвали "столицею телефонного шахрайства"
(<https://www.pravda.com.ua/news/2021/10/3/7309204/>)
22. "Столиця телефонного шахрайства": в Росії звинуватили Дніпро у виманюванні грошей у росіян
(<https://www.dsnews.ua/ukr/world/stolicya-telefonnogo-shahraystva-v-rosiji-zvinuvatili-dnipro-u-vimanyuvanni-groshey-u-rosiyan-03102021-438759>)
23. Коломойський Ігор Валерійович
(https://lb.ua/file/person/1412_kolomoyskiy_igor_valeriyovich.html)
24. Суд над Коломойським
(<https://www.chesno.org/politician/211254/>)
25. Відео з зали суду
(<https://vm.tiktok.com/ZMrL75EVM/>)

26. Баюл Оксана Сергіївна
(<https://apostrophe.ua/ua/article/lime/learn/2024-01-19/hto-stalo-s-figuristkoy-oksanoy-bayul---pervoy-olimpiyskoy-chempionkoy-nezavisimoy-ukrainyi/56091>)
27. Буткевич Геннадій Владиславович
(<https://forbes.ua/ru/profile/gennadiy-butkevich-18>)
28. Корпорація АТБ Буткевич
(<https://bgv.com.ua/teams/>)
29. Войт Сергій Миколайович
(<https://yuzhmash.com/ua/generalnij-direktor-pivdenmashu-sergij-vojt-uvijs-hov-do-spisku-krashhih-menedzheriv-ukrayini/>)
30. Шостак Руслан Станіславович
(<https://forbes.ua/profile/ruslan-shostak-92>)
31. Колекціонер проєктів: історія співвласника Eva та Varus Руслана Шостака
(<https://rau.ua/personalii/istorija-eva-varus-ruslana-shostaka/>)
32. Бізнес з Кіприком
(<https://forbes.ua/profile/valeriy-kiptik-51>)

Третя частина:

Усі використані матеріали були відзняті власноруч, в тому числі й інформація.

Четверта частина:

Відео матеріали:

33. Дніпро в тумані (вертикально)

(<https://vm.tiktok.com/ZMrN2gKgj/>)

34. Захід сонця над містом

(<https://vm.tiktok.com/ZMrN2wQkn/>)

35. Зйомка згори (пташиний політ)

(<https://vm.tiktok.com/ZMrLQAqdm/>)

1.5. Технічні і програмні засоби

Для створення серії авторських соціальних відеороликів «Як досягти успіху в сучасному світі, на прикладі успішних людей Дніпра» було використано такі технічні засоби: мобільний пристрій, комп'ютер, мікрофон HyperX Quadcast, штатив та програми для монтажу: Figma, CapCut.

Мобільний пристрій – це портативний електронний пристрій, який дозволяє користувачам здійснювати різноманітні функції, в тому числі передача і прийом звуку на відстані за допомогою електричних сигналів або радіосигналів.

Персональний комп'ютер (ПК) – це багатофункціональний пристрій, що уможливорює обробку інформації та індивідуальне використання.

Мікрофон для ПК – це прилад, що перетворює звукові коливання на коливання сили електричного струму. Вони використовуються для якісного запису звуку.

Штатив – спеціалізована переносна опора для фотоапарата або відеокамери.

Figma – векторний онлайн-сервіс розробки інтерфейсів, редагування відео та прототипування з можливістю організації спільної роботи.

CapCut – це легкий в роботі додаток для редагування та корегування відео на смартфоні.

1.6. Сфера застосування

Серія авторських соціальних роликів. Як досягти успіху в сучасному світі на прикладі успішних людей Дніпра створена в онлайн-форматі та є авторським продуктом з оригінальним сценарієм, який реалізує творчий задум проєкта. Відео безкоштовно доступні для всіх, кого цікавить тема реалізації себе, успіху в сьогоdnішніх реаліях.

Центральне значення авторських роликів полягає в зацікавленні аудиторії Дніпром та його кращими представниками, людьми які досягли успіху в своїй сфері. Тож серії відеороликів можуть застосовуватись як розважальний контент, соціально-цікавий та головне мотиваційний.

Робота призначена для публікацій на будь-яких онлайн платформах з використанням вертикальної зйомки, таких як: Instagram, Facebook Stories, Twitter, YouTube Shorts, Snapchat та звично TikTok, де найбільший потік переглядів коротких відео такого типу.

II. СПЕЦИФІКАЦІЯ СЕРІЙ АВТОРСЬКИХ СОЦІАЛЬНИХ РОЛИКІВ. ЯК ДОСЯГТИ УСПІХУ В СУЧАСНОМУ СВІТІ НА ПРИКЛАДІ УСПІШНИХ ЛЮДЕЙ ДНІПРА

2.1. Структура проєкту

Серія авторських соціальних роликів на тему досягнення успіху в сучасному світі, на прикладі успішних людей Дніпра складається із 4 частин.

З усіх серій, у першій частині коротких відео йдеться про місто Дніпро, цікаві факти з історії, в яких рейтингах лідирує місто. Також це короткий екскурс в історію, культуру та архітектуру. Демонструються фото та відео матеріали з пейзажами міста, людьми, природою та ін.

У другій частині коротко розповідається про «темну» сторону міста – махінації та шахрайство. А далі мова йдеться про успішних містян: політиків, зірок, бізнесменів, спортсменів. У цій же частині глядач отримає поради від зазначених людей, та застереження як не можна вчиняти і що допоможе в досягненні успіху.

Третя частина пов'язана з соціумом, адже основний акцент тут – це спілкування з людьми та їх опитування. Респонденти відповідають на три запитання та висловлюють свою думку з приводу успіху, дій для досягнення своїх мрій і цілей.

Четверта частина – мотиваційна. В ній зображені краєвиди міста Дніпра, та розповідається шлях до самореалізації. Які насправді перешкоди очікують і що потрібно робити, аби мінімізувати їх прояв.

2.2. Технічні характеристики

Хронометраж випусків серій авторських соціальних роликів «Як досягти успіху в сучасному світі на прикладі успішних людей Дніпра» складає:

Перша частина 2 хв 45с

Друга частина 4 хв 23с

Третя частина 3 хв 05с

Четверта частика 1 хв 09с

Загальний час чотирьох частин складає: 11 хвилин 22 секунди

2.3. Музичний супровід

В авторських соціальних роликах на тему досягнення успіху в сучасному світі, на прикладі успішних людей Дніпра використано природні та художні звуки. Природні шуми – це ті, запис яких був здійснений в реальному часі, тобто фонові під час зйомки та опитування дніпрян, під час запису мови ведучого.

Натомість до художніх можна віднести авторське озвучування закадрового тексту, музичне оформлення, завдання якого полягає у створенні настрою, темпу та атмосфери творчої роботи. Музичний супровід в серіях авторських соціальних роликів. Як досягти успіху в сучасному світі на прикладі успішних людей Дніпра є суто авторським баченням настрою того чи іншого епізоду під час монтування.

Усі композиції, для музичного супроводу були завантажені з ресурсу «YouTube Studio», де треки не захищені авторським правом і можуть бути використані для загального огляду.

При монтажі було використано такі пісні:

- Coverless book (Loft) - AmbientAUDIOVISION
- Diamonds (feat.Solomon Grey) - Lane 8
- Better Day - penguinmusic
- Keep On - (Extended Mix) - Lane 8
- Speechless - Jamezy
- Deceptacon - Le Tigre
- Movement - SoulProdMusic

2.4. Відеоряд

Візуальні та аудіо матеріали є ключовими елементами для створення творчих робіт, завдяки яким ідеї митця стають зрозумілими для широкої аудиторії.

Для підготовки сценаріїв використовуються різні джерела, що дозволяє забезпечити багатогранність і глибину матеріалу: ретельне вивчення численних фактів, пов'язаних з темою дослідження, особистий досвід авторів і героїв, а також пошук цікавих прикладів. Для створення соціальних роликів важливо звертатися до різноманітних джерел, що дозволяє забезпечити багатогранність і глибину матеріалу.

Основними форматами для серії авторських соціальних роликів про успішних людей Дніпра є опитування та інтерв'ю. Інтерв'ю дозволяє героям поділитися своїми думками щодо досягнення успіху, тоді як опитування демонструють їхню поведінку і почуття в природних і звичних для них умовах. Живі бесіди додають ролику жвавості, експресії, адже ніколи не знаєш як опитувана людина тобі відповість.

Суттєвим джерелом для моєї роботи також були архівні фото- та відеоматеріали, документи, що розкривають історію Дніпра, його розвиток і шлях до сьогодення. Це дозволяє забезпечити багатогранність і глибину матеріалу.

Серія авторських соціальних роликів, присвячених успішним людям Дніпра, демонструє їхні шляхи досягнення успіху, надихаючи глядачів та надаючи їм корисні поради. Це в свою чергу позитивно впливає на глядача, дає йому змогу пірнути в розповідь, отримати цілісне уявлення про сучасні підходи до досягнення успіху.

2.5. Ідейно-смісловий задум

Головною ідеєю створення авторських соціальних роликів на тему досягнення успіху в сучасному світі, на прикладі успішних людей Дніпра -

змотивувати молоде покоління працювати над собою і вчитись досягати висот на прикладах відомих дніпрян. В роликах планується не тільки реалізація вертикальної зйомки, а й самостійне оповідання матеріалу, взаємодія з соціумом, робота на камеру, фонове озвучування.

Також ідейно-смісловий задум полягає в тому, щоб реалізувати цікаву доповідь про місто Дніпро, відомих успішних політиків, мільйонерів, засновників великих корпорацій родом з Дніпропетровщини, рейтинги міст України, де лідирує Дніпро, а також провести коротке опитування містян про вибір їх професійної діяльності, та поради юним і активним.

2.6. Специфіка аудиторії

Серія авторських соціальних роликів. Як досягти успіху в сучасному світі на прикладі успішних людей Дніпра створена в онлайн-форматі для швидкого і максимально інформативного перегляду у вертикальному положенні.

Так як головною платформою для реалізації є соцмережа TikTok, аудиторія може бути різноманітною і широкою, та коливатись в діапазоні від 16 і до 50 років. Але головними споживачами, на яких і буде орієнтований даний контент – це молоді люди віком від 16 до 25 років.

Творчий продукт спрямований на глядача, якому цікаво дізнатись щось нове про Дніпро та його людей, отримати заряд мотивації і розуміння аспектів успіху сьогодні.

III. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анісімова О.О. Соціальна реклама — феномен українського інформаційного простору. Збірник наукових праць студентів 3, 2013. С. 156-158
2. Бедріна Ольга. Ваш путівник по вертикальному відео: техніки, приклади та ідеї для початку роботи
URL: <https://wave.video/ua/blog/vertical-video>
3. Богдан Олена: консультант-рецензист Володимир Паніотто. Що варто знати про соціологію та соціальні дослідження? 2015. С. 94-95
4. Горизонтально чи вертикально? Виклики нової реальності відеозйомки
URL:
<https://lenovo.ua/blog/gorizontalno-chi-vertikalno-vikliki-novoyi-realnosti-vid-eozjomki>
5. Городяненко В.Г. Соціологія К., 2008. С. 226-229
6. Грищенко О., Нешева А. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства. 2013. С. 86-98.
7. Маркус Кріс. Коротка відеостатистика та маркетингові тенденції 2023 року, 2023. С. 16
8. Мудра І. Tiktok як перспективний канал популяризації ЗМІ. Вісник Національного університету “Львівська політехніка”: журналістика. 2022. С. 70-71

9. Пастернак Марта. Які переваги використання відео в соціальних мережах?

URL: <https://creativesmm.com.ua/iaki-perevahy-video-vsotsialnykhmerezakh/>

10. Digital 2023: global overview report.

URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>

11. 9 популярних типів вмісту в соціальних мережах для розвитку вашого бренду

URL: <https://sproutsocial.com/insights/types-of-social-media-content/>

IV. СЦЕНАРІЙ АВТОРСЬКОЇ КУЛІНАРНОЇ ТРЕВЕЛ-ПРОГРАМИ «СМАКИ СПАДЩИНИ ВІННИЧЧИНИ»

Перший випуск програми

ЗВУК	ВІДЕО
Перша частина коротких відеороликів	
Дніпро як воно є <i>(музичний супровід)</i> Велика точка на карті країни, яка перетворилася на форпост української державности на півдні та південному сході. Дніпро - велике місто з великими амбіціями. З 1776 року Катеринослав, у 1926 році Дніпропетровськ а з 2016 року Дніпро. Якщо Київ столиця України в цілому - то Дніпро є столицею космонавтики, тут знаходиться найбільший в Україні ракетно-космічний завод «Південмаш імені Макарова» розміром з невелике село. Він прославив місто своїми ракетно-носіями «Космос», «Циклон», «Зеніт», космічними кораблями «Ореол» та «Буран», «Метеор-3», першим в Україні супутником «Січ-2»,	Кадри місцезнаходження Дніпра на карті Кадри набережної Дніпра Кадри визначних місць та вулиць Дніпра Історичні кадри розвитку міста Демонстрація розбудови Дніпра, його розширення Кадри з розробки ракетно-носіїв на Південному машинобудівельному заводі імені Макарова

стратегічними ракетами Р-1, Р-5, Р-12, міжконтинентальною балістичною ракетою «Р-36М»-«Сатана». Місто з Найбільшою набережною Європи - понад 23 км в довжину, та найменшим метрополітенем довжиною 7 кілометрів. Історія вражає, проте який Дніпро сьогодні. 2023 рік - Дніпро потрапив у світовий список міст з найдорожчою нерухомістю. І в той же час є лідером серед міст з найгіршою якістю повітря в Україні. У 2024 році увійшов в топ 10 лідерів за кількістю відкритих нових бізнесів. Та як не дивно місто отримало 17 сходинок у рейтингу найкримінальніших міст Європи з індексом злочинності 54 бали та 45 балів за рівнем безпеки. І ось ми крадькома підбираємось до найпікантнішого моменту...	Кадри міста Дніпра з висоти пташиного польоту Естетика Дніпра – кадри з мостів на річку та набережна
--	--

Друга частина коротких відеороликів	
Дніпро в очах народу. Люди. <i>(музичний супровід)</i>	Робота в кадрі
Серед народу Дніпро прозвали столицею шахраїв. Так-так цей промислово-економічний, металургійний гігант якимсь пов'язаний з махінаціями. В невідомій ерефії у 2023 році оголосили «цитую» «По данным «Сбербанка», «столицей» телефонного мошенничества является украинский город Днепр, а с самой Украины до 95 % звонков поступает россиянам» Ось такі справи друзі.	Зйомка екрану з запитом у Гугл «Дніпро Махінації» У кадрі з'являється ведуча на фоні парку
Люди і махінації <i>(музичний супровід)</i>	Фотовставки
Ексголова Дніпропетровської обласної держ. адміністрації, колишній власник “ПриватБанку”, бізнесмен та олігарх. Сьогодні ж фігурант в антикорупційних розслідуваннях депутат Ігор Коломойський.	Ілюстрації сучасних відомих мільйонерів та успішних людей: Перший АНТИприклад: Коломойський Ігор Валерійович

За освітою інженер, закінчив Дніпропетровський металургійний інститут. З 1985 року займається бізнесом. Є членом наглядових рад «Приватбанку», нафтопереробного комбінату «Нафтохімік Прикарпаття», а також нафтовидобувної компанії «Укрнафта». Чому він потрапив у список успішних людей, якщо підозрюється у корупції? Це приклад чорного і нечесного успіху. Шлях пройдений по головам і навіть крові. <i>Справжній успіх в праці (музичний супровід)</i> Українська фігуристка, яка стала першою в історії України переможницею Олімпійських ігор. Спортсменка виграла "золото" у 1994 році. Це шлях кропіткої праці, неймовірних зусиль і навантажень. У 13-ти річному віці дівчинка стала сиротою -	Кадри з зали суду Кадри вказаних бізнесів Баюл Оксана Сергіївна та її шлях Збірка фото з життя та спорту
--	--

мати померла від раку, а батько покинув сім'ю. Проте молода і амбіційна Оксана не здалась і в решті-решт стала легендою, завдяки їй того переможного дня вперше пролунав гімн України на Олімпійських іграх.	
Відомий український бізнесмен, який посів 16-е місце серед 100 найбагатших українців у 2020 році за версією Forbes Ukraine. Співвласник Корпорації АТБ, меценат, засновник аматорського тенісного турніру Dnipro Open, спонсорує збірну України з кінного спорту серед юнаків та дівчат.	Буткевич Геннадій Владиславович
Хороший приклад підприємця, який масштабувався і заробив свої статки завдяки розуму і праці.	Фото бізнесу марки АТБ
Цитата: "Хочеться залишити слід в історії" «Українці повертаються до свого коріння – у бізнесі, самоусвідомленні, побуті. Я почав вчити українську мову».	Статистика компанії
Хочеться нагадати, що торговельна мережа «АТБ» налічувала 1346 магазинів в 294	

населених пунктах 22 областей України та продовжує демонструвати високі темпи зростання. Сергій Войт, керівник українського гіганта — Південного машинобудівного заводу, де працює понад 6 тис. осіб, почав кар'єру на цьому підприємстві ще у 1976 році. Таким чином, він більше сорока років займається тим, що підкорює космос. Але не безпосередньо, а через ракети-носії, які будують на Південмаші. Людина з великої літери, той хто заробив своє славне ім'я працею і авторитетом серед підлеглих.	Войт Сергій Миколайович Фото з робочого місця Сергія Миколайовича
Шостак Руслан Станіславович та Кіптик Валерій Антонович засновники і власники торгових мереж EVA і VARUS. Руслан Шостак дав кілька слів для Forbes Ukraine. Цитата: «Не потрібно боятися провалів. Невдачі приводять до успіху», а також дав пораду молодим людям	Шостак Руслан Станіславович та Кіптик Валерій Антонович Фото зі сторінок «Форбс»

«Більше вчитися, читати, всотувати досвід і застосовувати його. У світі багато можливостей, і завдання бізнесмена – використовувати щонайменше наявні знання. Стів Джобс або Джефф Безос не винайшли ні інтернету, ні touchscreen, ні онлайн-магазину, але вони побачили унікальну можливість і зібрали всі необхідні компоненти в єдине ціле. У підсумку в них вийшли унікальні продукти, які змінили життя мільярдів людей».	Кадри з підприємства
<i>Висновок</i> (фонове звучання) На такій прекрасній ноті підведем підсумок. Успіх - це праця і любов до своєї справи. Постійне бажання пізнати нове, самопоглиблення. Так, немає однієї правильної формули успіху, є тільки приклади людей які чогось досягли, і досліджуючи їх шлях можна зробити для себе висновки. Головне завжди	Кадри міста Дніпра та текст на фоні

Ведучий – Доброго дня, ким потрібно працювати, щоб заробити на таке авто? Відповідь: - Доброго дня, треба просто щось робити і все. Ведучий: - Яку пораду ви могли б дати молодому поколінню і в якій сфері краще себе реалізувати? Відповідь: - Ставити собі цілі - саме головне і рухатись до них. Тоді все вийде	Кадри з опитування першої людини Вставка з характеристикою водія та автівки
<i>Наступні респонденти</i> Ведучий – Доброго дня, ким потрібно працювати, щоб заробити на таке авто? Відповідь: Ігор 1 - де попало Ігор 2 - в айтишці трошки там	Кадри з опитування двох дніпрян Вставка з характеристикою водія та автівки

Ведучий: - Яку пораду ви могли б дати молодому поколінню і в якій сфері краще себе реалізувати? Відповідь: Ігор 1 - йдіть в армію Ігор 2 - та багато працюйте, ну і які поради ще можуть бути працюйте і все буде, але не одразу. <i>Наступні респонденти</i>	
Ведучий: - Доброго дня, ким потрібно працювати, щоб заробити на таке авто? Відповідь: Олександр - ну на таке авто не знаю, але потрібно працювати головним економістом в компанії «Інтерпайп», як я. Карина - а я працюю викладачем англійської мови.	Кадри з опитування молодої пари
Ведучий: - Яку пораду ви могли б дати молодому поколінню і в якій сфері краще себе реалізувати, щоб гарно заробляти?	Вставка з характеристикою водія та автівки

Відповідь:

Олександр - ну напевно треба ставити свої цілі та амбіції і йти до них. Рвати все що трапляється на шляху і все ж таки вища освіта багато чого вирішує

Карина - дуже вирішує, дійсно дуже вирішує.

Ведучий: - Чим вам подобається місто Дніпро?

Відповідь:

Карина - я думаю, що тут дуже багато місць цікавих де я можу відпочити, проте головне це люди. Тому що люди в Дніпрі дуже класні і тому мені так комфортно тут

Олександр - я скажу, що сьогодні ми на дуже класному вечорі називається «Покоління» і тут сьогодні музика 90-х та 2000-х, вони тільки цю музику і вмикають. І це чудово, що незважаючи на війну ми можемо відчувати себе вільно.

Заключний кадр – подяка ЗСУ

Карина - так, тому ми заряджаємося атмосферою цього часу - молодості, танцюємо, кайфуємо, ну і дякуємо нашим Збройним Силам України, за те що вони дають нам таку можливість проводити ці фести та фестивалі. Так, дякуємо дуже.	
Четвертий блок програми	
<i>(музичний супровід)</i>	<i>Спокійний відеоряд</i>
<i>Закадровий голос</i> Сьогоднішній день - це твій шанс вплинути на своє майбутнє. Зосередься на своїх цілях - зроби перший крок, навіть якщо він маленький. Не зупиняйся, йди вперед і пам'ятай, що кожна невдача наближає тебе до успіху.	Відео з заходом сонця, туманом Дніпра та добірка цікавих цитат про успішність.