

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра реклами і зв'язків з громадськістю

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ  
«БАКАЛАВР»

СТВОРЕННЯ ВІЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ НА НОВИННУ  
ТЕМАТИКУ ДЛЯ YOUTUBE-КАНАЛУ OMTV.UA

Виконавець: Завадський Юрій Сергійович

\_\_\_\_\_

Керівник: д.філос.н., професор кафедри реклами

і зв'язків з громадськістю

Христокін Геннадій Володимирович

\_\_\_\_\_

Нормоконтролер: к.і.н., доц.

Кулинич Олександра Іванівна

\_\_\_\_\_

Київ-2024

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ 1. СПЕЦИФІКА ВІЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ НА НОВИННУ ТЕМАТИКУ ДЛЯ ЮТУБ-КАНАЛУ .....	6
1.1. Специфіка новинного контенту як вид мас медіа .....	6
1.2. Особливості створення візуального контенту на новинну тематику для ютуб-каналу .....	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОТЕНЦІАЛУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ НОВИННОГО КОНТЕНТУ ЮТУБ-КАНАЛУ OmTV. UA .....	31
2.1. Оцінка існуючого контенту ютуб-каналу OmTV UA .....	31
2.2 Аналіз можливостей та визначення інструментів для створення візуального контенту на новинну тематику ютуб каналу OmTV UA .....	52
РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТ ВІЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ НА НОВИННУ ТЕМАТИКУ ДЛЯ ЮТУБ-КАНАЛУ OmTV UA .....	55
3.1. Програма створення відео-контенту на новинну тематику ютуб каналу OmTV UA .....	55
3.2. Результати створення відео-контенту на новинну тематику ютуб каналу OmTV UA .....	60
ВИСНОВКИ .....	70
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ .....	73

## ВСТУП

**Актуальність** дослідження зумовлена стрімким зростанням популярності інтернет-платформи ютуб як простору для трансляції новин через тематичні канали.

Володіння інформацією є великим благом, яке сьогодні, дякуючи сучасним технологіям стало доступне ледь не кожному громадянину нашої країни. Знання новин дозволяє людині формувати свій світогляд, аналізувати дійсність навколо та приймати життєві рішення. З новинних каналів ми дізнаємося про важливі події в Україні та світі, рішення влади, законопроекти, громадські ініціативи, політичні процеси в Україні та сусідніх країнах. Також, як це не сумно, але для нашого покоління невід'ємною частиною інфопростору стала війна Росії проти України. Медіапростір став повноцінним паралельним полем битви у інформаційній війні, яку ворог веде за розуми наших громадян.

Через значне пришвидшення створення та обміну інформацією, в XXI столітті в багатьох людей відзначається дефіцит уваги, невміння сфокусуватися на одному матеріалі, складність сприйняття та аналізу джерел. Саме тому, відео сьогодні є головним засобом передачі інформації.

В свою чергу, відеохостинг ютуб, є однією з найпопулярніших платформ для розміщення та просування новинного контенту. Кожен

великий телеканал України має офіційне представництво на ютуб, куди щоденно викладаються новинні випуски, трансляції, шортси (короткі вирізки з відео), тощо.

**Об'єктом** дослідження є специфіка функціонування новинних ютуб-каналів та методологія створення контенту для них.

**Предметом** дослідження є візуальний контент на новинну тематику для ютуб-каналу OmTV UA.

В рамках теми роботи поставлено наступні **завдання**:

- ✓ Проаналізувати роль мережі ютуб серед інших платформ
- ✓ Зрозуміти специфіку створення візуального контенту на новинну тематику для платформи ютуб
- ✓ Проаналізувати потенціал новинного ютуб-каналу OmTV UA
- ✓ Оцінити наявний на каналі контент і запропонувати шляхи його вдосконалення
- ✓ Визначити інструменти для покращення контенту
- ✓ Розробити оригінальний контент для вказаного ютуб-каналу
- ✓ Проаналізувати реакцію аудиторії на новий контент

Роль платформи ютуб як майданчика для створення та просування контенту досліджували у своїх роботах науковці В. Гоян, О. Гоян, М. Макарова, М. Кармазіна, Р. Кравченко та інші. Проте, саме процес створення та просування оригінального відеоконтенту на новинну тематику на платформі ютуб ще не було досліджено детально.

**Методи дослідження.** Методологічну основу дослідження становлять принципи й методи систематичного й компаративного аналізу, формалізації та узагальнення даних науково-методичної літератури. Для встановлення особливостей функціонування різних новинних ютуб-каналів було використано метод порівняльного аналізу та контент-моніторингу.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає у детальному описі процесу створення та просування візуального контенту на новинну тематику для ютуб-каналу, пропозиція методів вдосконалення контенту на каналі, моніторинг зворотньої реакції аудиторії на новий контент.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає у встановленні сильних і слабких сторін конкретного новинного YouTube-каналу, пропозиції покращення наявного контенту і описі алгоритму створення нових видів контенту для каналу.

**Публікації.** «Проблеми впливу мас-медіа на глядацьку аудиторію під час війни». Третій науково-методологічний семінар «Права людини: відображення у медіапросторі», 20 лютого 2024. А також «Специфіка інтерпретацій новин різними новинними каналами».

**Структура й обсяг дипломної роботи.** Дипломна робота складається зі вступу, 3 розділів ( 6 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків і списку використаних джерел (40 джерел). Загальний обсяг роботи становить 77 сторінок, основний текст викладено на 70 сторінках

## РОЗДІЛ 1.

### СПЕЦИФІКА ВІЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ НА НОВИННУ ТЕМАТИКУ ДЛЯ ЮТУБ-КАНАЛУ

#### **1.1. Специфіка новинного контенту як вид мас медіа**

Новинні публікації, сюжети, репортажі є одним з найдавніших журналістських жанрів. Новини допомагають людині спланувати подальші дії, починаючи від перегляду прогнозу погоди для вибору одягу на день і закінчуючи голосуванням за певного кандидата на основі спостережень за геополітичними процесами та настроями в суспільстві.

Новини також визначають як тип дискурсу, який з'являється у відповідь на інформаційні запити соціуму, є частиною медійного дискурсу загалом, регулюється професійними стандартами журналістики. Новинні матеріали створюються під впливом оточуючих суспільних факторів та тенденцій спільноти: економічних, політичних, суспільних та культурних чинників. Окрім створення самого новинного контенту, новинний дискурс включає в себе кодування та декодування новин, навколишній суспільний контекст, який впливає на неї, імідж фігурантів та творців новинного матеріалу[14].

За визначенням Г. Назаренка, новина-це особливість інформації про події, яка в момент створення чи передачі її аудиторії несе якісно

нові факти, порівняно до того, що вже відомо слухачам чи глядачам. Новинами у журналістиці виступають факти, тобто дійсні явища чи події, які відбулися. Саме факти становлять основу журналістського твору. Новинний матеріал повинен бути насиченим фактами, не відомими раніше, і відповідно мати пізнавальний характер[9].

На думку М. Стівенса, основою журналістських матеріалів є точність, журналіст не повинен допускати помилок у фактах, адже це свідчить про непрофесіоналізм. Дослідник виділяє чотири види дій, які породжують неточність у матеріалах:

- *Вигадування.* Репортер не повинен лінуватися точно оглянути всю наявну інформацію і не піддаватися спокусі повідомити щось, чого нема. Якщо глядач побачить елементи вигадання у новинному репортажі, він втратить до нього довіру, а репортер не може працювати, якщо йому не вірять.

- *Самовпевненість.* Повідомляючи новину, репортер повинен чітко аналізувати реальні події, і не робити «припущень» щодо розвитку подій на свій розсуд, навіть якщо вони здаються йому логічними. Глядачу має бути передана точно і конкретно інформація лише про ті події, які справді відбулися.

- *Недбалість.* Слухати очевидців подій слід уважно, точно фіксувати прізвища та назви, перевіряти їх вимову, тощо. Адже недбалість при зборі фактів призведе до спотворення новинного матеріалу.

- *Довірливість.* Названі очевидцями і учасниками події дані журналіст повинен перевірити, а не довіряти на слово. Те саме

стосується публічних заяв політиків та публічних осіб, адже деякі люди бажають навмисне полоти інших брудом.

- *Непорозуміння.* Журналіст повинен чітко повідомляти про те, що відбулося, а не вживати терміни близькі і подібні за значенням, які, втім, можуть призвести до неточностей та непорозуміння. Особливо варто бути уважним, якщо в новині йде мова про вузькопрофесійні терміни. Журналіст повинен їх перевірити і розрізнати[10].

Хороший новинар не лише думає про власні прибутки чи рейтинги, а завжди хоче донести правду до слухача, сповістити людей про важливу для соціуму інформацію. Адже історично початковою метою новин як раз таки є оповіщення своїх одноплемінників, представників твого соціуму про актуальні та важливі події, задля підтримання обізнаності людей, зокрема, для відвернення потенційних загроз. Журналіст-новинар іноді може буквально врятувати життя сотням громадян, повідомивши про суспільно значущу інформацію, і часом це доводиться робити навіть в обхід волі «сильних світу цього». Сьогодні до справді значущого новинного контенту варто зараховувати не лише щоденні ефіри великих медіахолдингів, більшість з яких в нашій країні давно перестали бути абсолютно незалежними, а й авторські проєкти незалежних журналістів, які вони публікують зокрема на просторах мережі Інтернет.

Дослідниці Наталія Ліщинська та Ольга Блашків зазначають, що новинна журналістика вимагає від автора ще більшої відповідальності, ніж традиційна, журналіст повинен постійно



впроваджувати нові форми подачі матеріалу, а споживач, в свою чергу, вчитися аналізувати почуте і сприймати новину критично. Більшість каналів у різних країнах світу наразі використовують новітні технології задля досягнення мультимедійності, тобто поширення свого матеріалу на кількох платформах одразу, з різними каналами впливу на споживача, доповнюючи текстове повідомлення відеоматеріалами, аудіозаписами, фотографіями, ілюстраціями за темою. Новина, яка була показана в ефірі телеканалу згодом викладається на сторінку медіа у Ютуб чи сайті телеканалу, де залишається у вільному доступі[2].

Можна пригадати теорію класика Маршала Маклюєна, який поділяв медіа на «холодні», які впливають тільки на один канал сприйняття споживача і «гарячі» - ті, що задіюють кілька каналів. Цю теорію Маклюєн детально описав у своїй книзі «Розуміння Медіа», роблячи висновок, що «гарячі» стають все більш ефективними та популярними[8]. Сьогодні ми бачимо, що тенденції, які Маклюєн вперше описав у ХХ ст. наразі досягли свого піку, адже попит на швидкість та яскравість інформації в медіа невпинно зростає, представникам молоді все важче читати новини, вони хочуть їх дивитися чи слухати, отримуючи інформації і через зір, і через слух, тобто кількома каналами. Багато користувачів готові читати новини лише в дуже короткій та стисnutій формі, наприклад як пост у новинному телеграм-каналі, а детальний розбір новини людина вже хоче дивитися чи слухати. Багато українців сьогодні вже слухають новини у транспорті чи займаючись паралельно іншими справами, адже навіть дивитися відеоматеріал, який, здавалося б, сам по собі

має чіпляти увагу за теорією Маклюена, в людини ХХІ століття вже нема часу та бракує терпіння. Світ прискорюється, і новинний жанр змушений прискорюватися теж, якщо хоче вижити у конкурентному середовищі. Так, сьогодні все більшої популярності набирає формат аудіоподкастів-аудіоматеріал на цікаву, зокрема, новинну тематику, який людина може слухати, займаючись іншими справами. На практиці, навіть відеоподкаст багато людей також слухають, не дивлячись на відео, якщо там немає критично важливих подій, відсутня швидка зміна обставин, а натомість наявний лише ведучий, який розповідає інформацію.

На думку О. Васіної, новиною варто вважати коротке інформаційне повідомлення, яке надає інформацію про актуальні події у світі. В сучасних умовах, новинне повідомлення на просторі Інтернету перестало бути замкненим, як в друкованих ЗМІ, а навпаки стає динамічним, автор чи редактор можуть з часом редагувати новину, а також, люди можуть отримувати нову інформацію з коментарів інших користувачів під новинним матеріалом. Відносно стара новина може бути включена до іншого матеріалу, може бути скопійована іншим виданням, доповнитися новими відомостями та гіперпосиланнями. Новий контекст може актуалізувати навіть старе повідомлення. Майже будь-який новинний текст в Інтернеті має інтерактивні елементи. Новітні технології трансформують старі стандарти журналістики[5].

Ця теза заслуговує детальнішого огляду, адже дійсно, в сучасному світі, джерелом інформації для користувача є не лише авторський матеріал новини, а й обговорення новини у коментарях.

Це дозволяє людині ніби «заміряти середню температуру», розуміти, чи правильно вона сприйняла почуте чи прочитане, чи поділяє більшість співгромадян її думку, які настрої панують у суспільстві. Так само, коментарі згодом проглядає автор матеріалу, щоб розуміти, чи «зайшов» аудиторії новинний матеріал, чи влучив у цільову аудиторію, а може привабив нових користувачів, на яких не був розрахований. Від активності користувачів і рівня фідбеку може залежати рейтинговість видання і відповідно його прибуток. Тому іноді навіть погані коментарі, сварки, скандали, критика грають на руку автору, адже агресивне обговорення матеріалу-це обговорення, а відповідно активність не вщухає. Проглядати реакцію людей під новинними постами можуть і представники влади, щоб розуміти настрої народу.

Тут можна пригадати відносно нещодавній випадок, коли перший віце-спікер Верховної Ради, нардеп від «Слуги народу» Олександр Корнієнко заявив, що в Україні нібито тестують «перехід від парламентсько-президентської республіки до президентської держави із сильним президентом». Таку заяву він зробив під час форуму «Диригенти змін»[21].

Заява одразу ж спровокувала гучне обговорення в новинах, зокрема в опозиційних виданнях, а також в коментарях, де прості користувачі ясно давали зрозуміти, що подібні «експерименти» з боку влади їм не до душі, і вони не дадуть цьому відбутися[29]. Українці в коментарях звинувачували можновладців у спробі узурпації влади в Україні. Після гучної реакції народу в мережі, нардепи перестали вести розмови на цю тему. Як бачимо, коментарі

під новинними випусками можуть відігравати роль інформаційної зброї так само як сама новина.

Коментарями під відео можуть користуватися представники інформаційних військ російської федерації, активізуючи ботів, які пишуть коментарі про тотальну зраду і програш України у війні, а згодом інші боти підтримують ці тези, накручують лайки під коментарем, створюючи для українців картину того, що серед співгромадян панує тотальна зневіра. Саме тому, читаючи коментарі, так само як і споживаючи саму новину, варто пам'ятати про критичний аналіз усього почутого і ніколи не вірити нічому на слово.

На думку Ірини Тонкіх, новинний жанр в Інтернеті має свою специфіку. Новини в інтернеті характеризуються надзвичайно високою оперативністю, вони можуть подаватися в реальному часі, застосовувати інтерактивний зв'язок із користувачем, мультимедійні елементи, гіперпосилання. До недоліків Інтернет- новин можна віднести низький рівень перевірки матеріалу через брак часу на його перевірку та верифікацію. Інтернет-ЗМІ можуть вдаватися до клікбейту в назвах, використовувати сенсаційні заголовки, які не відображають реальну суть новини, порушувати журналістську етику[11].

Марина Варич зазначає, що в сучасній Інтернет-журналістиці, як і в класичній, головне завдання новинного матеріалу залишається незмінним -заінтригувати споживача, захопити і втримати його увагу. Інтернет-новини приваблюють користувача оперативністю та простотою. В Інтернеті новина з'являється буквально через кілька хвилин після самої події[4].

О. Чайковська доходить висновку, що основними ознаками новини є відповідність критеріям об'єктивності, актуальності, загального інтересу, зрозумілості та простоти. Новинні матеріали мають бути створені таким чином, щоб підтримувався зв'язок із їх аудиторією, вони мають відповідати стандартам балансу, повноти висвітлення, достовірності. Новини повинні також торкатися спірних питань, інформувати публіку всеохоплююче[13].

Професійний журналіст повинен подавати новини, дотримуючись правил журналістської етики.

У 2002 році на З'їзді журналістів було вперше ухвалено Кодекс етики українського журналіста. Останні зміни до документу було внесено у 2013 році. До основних положень цього документа належать:

- Невід'ємною складовою діяльності журналіста є свобода слова.
- Журналіст повинен служити суспільству, а не конкретним замовникам матеріалу.
- Журналіст повинен ставитися з повагою до особистого простору та приватного життя особи, однак може порушити їх під час журналістського розслідування на тему, значущу для громадськості та існування суспільства.
- Журналіст має право не розкривати свої джерела окрім тих випадків, які передбачені законодавством України.
- Журналіст зобов'язаний поважати право громадськості на отримання повної та об'єктивної інформації, тому автори матеріалу

чи редактори мають чітко, зрозуміло та об'єктивно висвітлювати матеріал.

- Редактура матеріалу в жодному разі не повинна призводити до фальсифікації змісту, спотворення фактів, перекручування, виривання з контексту.
- Соціологічні опитування не повинні фабрикуватися задля висвітлення бажаної для автора матеріалу точки зору, вибіркоче цитування матеріалу не може спотворювати його зміст.
- Журналістський матеріал не повинен містити упередженості.
- Висвітлюючи подію, слід дотримуватися балансу, додавати погляд різних сторін, коментарі незалежних експертів[7].

Як бачимо, доволі великий акцент робиться зокрема на об'єктивності, наданні громадськості правдивої інформації про важливі суспільні події, на яку кожен громадянин має право, та на дотриманні балансу думок різних сторін під час висвітлення певної новини. Саме останній аспект часом не дотримуються великі українські медіа, адже, історично після здобуття Україною незалежності, майже всі медіа стали існувати за рахунок прошарку заможних впливових людей, так званих «олігархів», кожен з яких прагне висвітлити подію в тому світлі, яке вигідне для досягнення його особистих політичних чи бізнес-інтересів. З іншого боку, постійне протистояння цих сил між собою сприяє плюралізму думок в українському інфо-просторі, не дозволяє одному провладному медіа створити монополію на трансляцію новин у маси задля пропаганди, як це сталося у Росії, Білорусі та як було у СРСР. Глядач

повинен завжди задавати собі питання, кому належить певне джерело інформації і яким силам може підігравати, не вірити всьому на слово, брати інформації з кількох різних джерел і формувати власні судження на основі цього. Саме тому, навчання молоді медіа-грамотності завжди повинне йти у поєднанні із розвитком новинних медіа. Причина актуальності медіа-грамотності полягає також в тому, що вплив медіа на суспільство з кожним роком росте, проте не всі медійники усвідомлюють масштаб своєї відповідальності.

Медіа-освіта повинна надавати знання як:

- критично осмислювати інформацію з медіа;
- визначати джерела медіа-текстів, інтереси авторів джерел та контекст, за якого створено матеріал
- вміти самостійно інтерпретувати медіа-тексти, посили та цінності, які вони транслюють[6].

Випадки, коли журналісти проводили власні розслідування, які були успішнішими за офіційні, добре відомі в історії. Або коли журналісти не дозволяли можновладцям приховати від суспільства свої темні справи. З нещодавніх актуальних для України прикладів можна згадати випадок, коли журналістам вдалося викрити корупційні схеми в міністерстві оборони України.

Новина спершу була оприлюднена незалежним журналістом Юрієм Ніконовим, і лише згодом потрапила у великі медіа. Це може слугувати прикладом того, що якісний новинний матеріал не обов'язково продукується одразу великими і відомими медіа, адже, на жаль, з ростом популярності певних видань, може зростати їхня заангажованість, залежність від певних спонсорів чи власників.

Незалежні журналісти-фрілансери в цьому плані почувуються комфортніше.

Проте, на жаль, такі журналісти також не є захищеними від незаконних способів боротьби з політичними опонентами та переслідувань. Тому вони мають завжди бути наготові. Тут можна пригадати сумнозвісну історію перших років української незалежності про вбивство опозиційного журналіста Георгія Гонгадзе, яке, як припускають, було замовлене представниками тодішнього чинного президента Віктора Кучми, адже Гонгадзе перед тим активно критикував владу.

Як повідомив Юрій Ніколов у своєму «Фейсбук», невідомі здійснили спробу увірватися в його помешкання, налякавши його сусідів та родичів та залишивши написи з погрозами. Самого журналіста на той момент не було вдома. Цей акт тероризму відбувся невдовзі після критичної заяви Юрія Ніколова на адресу Президента України Володимира Зеленського в одному з ефірів, що, власне, лише посилює підозри громадськості, щодо спроб залякування незалежних журналістів з боку влади[22].

Ще більш гучним було попереднє розслідування Юрія Ніконова про масштабні корупційні схеми в Міністерстві Оборони України. Ніконов у своєму блозі відкрито заявив, що співробітники державного органу не лише не викорінили корупцію під час війни, а навіть збільшили її масштаби. Міноборони заключило контракт про закупівлю яєць для військових частин за вартість 17 грн, в той час як роздрібна ціна яйця лише 7 грн за штуку, картоплю замовили по 22 грн за кілограм, за роздрібною ціною 8-9 грн, курячі стегна за 120 грн



за кілограм, за ціни в магазині 80 грн. Сумарно харчі було замовлено дорожче на суму 13 млрд гривень. Журналіст також пригадав випадок із закупівлями неякісного одягу для військових за завищеною ціною. Ніколов резюмував, що через повномасштабну війну Міністерство Оборони отримало змогу проводити непрозорі закупівлі під шумок «військової цензури», приховуючи інформацію про закупівлі одягу навіть від Верховної Ради України, а тому, навіть в умовах війни Міністерству Оборони варто повернути до публікації інформації про ціни закупівель, адже це не є військовою таємницею, але допоможе уникнути фінансових злочинів[28].

Ці історії демонструють важливість роботи журналіста в медіа-просторі, необхідність висвітлення журналістами новинної інформації з усіх боків, а не лише з точки зору конкретної політичної сили. Неймовірної поваги заслуговують журналісти, які готові казати народу неприємну правду, йдучи наперекір владі і ризикуючи часом власним здоров'ям і життям, адже розуміння правди є першим кроком до вирішення будь-якої проблеми.

Таким чином, специфіка новин як жанру медіа полягає у дотриманні одночасно вимог актуальності, точності, неупередженості та соціальної значущості новини. Журналіст повинен донести до суспільства інформацію про події, які зацікавлять аудиторію, але водночас ця інформація повинна бути абсолютно правдивою. Також журналіст може допомогти суспільному добробуту, висвітлюючи новини про злочини чи події, небезпечні для громадян.

## **1.2. Особливості створення візуального контенту на новинну тематику для ютуб-каналу**

Слід зауважити, що у рамках цього дослідження, під терміном «Новинний контент» мається на увазі саме політичні, громадські та суспільні новини.

Відеохостинг ютуб на сьогодні є одним з найбільш відвідуваних сайтів в мережі Інтернет. Ця платформа містить безліч різноманітного контенту ледь не всіма мовами світу. Контент зручно сегментується для глядача, алгоритми ютуб підбирають для кожного користувача контент, який зацікавить саме його. Окрім цього, завжди доступний прямий пошук відео за назвою та тематикою.

На панелі «Головна» глядача зустрічають відео різного жанру на різну тематику. Чим більше глядач дивиться певний контент, тим вища ймовірність, що під час кожного наступного відвідування, на головній панелі будуть пропонуватися відео на тематику, подібну до тієї, якою користувач цікавився раніше. Втім, цікаво, що окрім підрозділів «Новинки для вас», «Ви дивилися», «Ігри», «Музика» тощо, чітко виділено підрозділ «Новини», тобто користувач побачить цю тематику як окремий розділ контенту, навіть якщо тільки починає користуватися цією платформою. Це дає перевагу саме каналам, пов'язаним з новинною тематикою, адже звужує коло пошуку.

Алгоритми ютуб аналізують дії глядача на платформі та його вподобання, задля того щоб пропонувати кожному персоналізований контент, який стимулюватиме користувача більше користуватися ютуб. Штучний інтелект оцінює наскільки глядач задоволений

переглянутим відео і налаштовує рекомендації задля збільшення задоволення в майбутньому. Втім, якість контенту не оцінюється, тому якщо людина переглядає контент не високої якості, рекомендації будуть саме такими[12].

Інструментарій ютуб дає змогу передавати споживачу новини в усіх можливих варіантах: короткі пости та опитування у вкладці «Спільнота» (формат новин у месенджерах), короткі відео (шортси) та в першу чергу повноцінні великі випуски новин, стандартні великі відео на ютуб. Таким чином, широкий функціонал платформи надає саме новинним каналам на ютуб перевагу перед конкурентами на інших платформах.

Втім, слід зазначити, що і досі велика кількість споживачів асоціюють ютуб саме з повноцінними великими відео, а текстові новини читають більше у месенджерах. Таким чином, текстові пости та шотси на і досі лишаються допоміжним інструментом для ютубера, основну ставку автор каналу повинен робити на якісні великі відео.

До шортсів на ютуб відносять відео тривалістю до хвилини, тобто максимально 59 секунд. Автори новинних каналів можуть використати цей формат щоб транслювати короткі вирізки з повноцінних новинних випусків, наприклад вирізка з репортажу про якусь важливу подію чи коментар експерта-аналітика. Такий формат, з одного боку, тримає увагу користувача, адже повідомляє інформацію коротко і лаконічно, з іншого боку, зацікавлює і змушує гортати стрічку «Шортс» далі. На практиці, користувач, який обрав

подивитися короткі шортси замість великого відео може згодом провести на ютуб навіть більше часу, бо сам того не помічаючи, гортає шортси одне за одним, й сумарно може подивитися їх ледь не більше ніж триває стандартне відео. Тому доволі часто на новинних каналах, після публікації великого відео, його основну частину ріжуть на кілька шортсів і викладають в тій послідовності, в якій викладено зміст відео. Тоді глядач має більший шанс отримати ту саму інформацію, якщо не з великого відео, то переглянувши поспіль кілька шортсів на одному каналі.

Як зазначають дослідники, на ютуб зібрано безліч інформаційних матеріалів з усього світу, до яких глядач може швидко отримати доступ, довкола каналу збирається лояльна цільова аудиторія за інтересами[3].

Ще однією беззаперечною перевагою платформи ютуб перед новинними телеканалами є те, що всі відео та записи трансляцій зберігаються там назавжди (якщо автор не забажає видалити). Тому якщо умовний глядач телебачення може пропустити випуск новин в ефірі телеканалу, на новинному ютуб-каналі всі випуски можна будь-коли знайти і переглядати знов безмежну кількість разів. Це також надає змогу через деякий час перевірити правдивість певної аналітики, що впливає на рівень довіри до видання чи конкретного спікера. Сьогодні часто зазначають, що «Інтернет пам'ятає все». Якщо навіть і не буквально вся інформація зберігається там, то її більшість точно. Це дозволяє журналістам та громадськості загалом краще відстежувати перебіг певних подій, які отримали висвітлення

в новинах або контролювати виконання певними особами своїх обіцянок та прогнозів.

Тому, з одного боку, поширення свого новинного чи аналітичного контенту на ютуб дає кріейтору незліченні переваги, з іншого, сама специфіка роботи інтернету покладає на нього більшу відповідальність за публічні слова, вчинки, та інформацію, яка транслюється. Як приклади можна згадати одіозного аналітика Олексія Арестовича, який спершу заспокоював людей неадекватно оптимістичними прогнозами на кшталт закінчення війни за "2-3 тижні", а згодом, коли такі прогнози не справдилися і викликали розчарування людей, після ряду супутніх скандалів, цей діяч став у медіа символом популізму та дешевого піару. Або "воєнний експерт" Олег Жданов, який також хоч і зібрав велику аудиторію, вже неодноразово піддавався критиці за постійну зміну риторики. Наприклад, спершу він стверджував, що росіяни не підірвуть ГЕС, а після цієї події, заявив, що для нього ця подія була очевидною. Всі ці експерти були гостями чи персонажами нарізок новинних каналів, і відповідно, їх особистий рейтинг та імідж згодом відбивається на рейтингу та іміджі каналу, який запросив їх дати коментарі.

Як бачимо, великою проблемою Інтернет-спільноти є низький рівень відповідальності спікерів за свої слова. «Експерти» дають прогнози, які не збуваються, і хоч це викликає в людей розчарування і зниження довіри, глобально це не шкодить цим спікерам, адже за великим потоком новинних інфоприводів в Інтернеті люди швидко переключаються на щось нове. Інститут репутації не працює належним чином, окрім того, експерти можуть завжди з'їхати на

виправдання, що «війна-справа непередбачувана». По суті, так і є, і жоден спікер за нинішніх реалій не гарантує, що його прогноз справдиться. А втім, варто відрізнити помилки грамотних аналітиків від відвертих популістів та людей, які просто розповідають якісь свої фантазії, не підкріплені бодай мінімальним аналітичним фактажем. Вмикаючи чергове новинне відео, кожен глядач має бути готовий, що не варто сприймати почуте як абсолютну істину, а часом варто бути готовим навіть вступити у дискусію із наведеними тезами. Лише такий підхід до споживання новин в Інтернеті є продуктивним.

Відсутність відповідальності є зворотнім боком свободи поширення інформації в Інтернеті. Кожен користувач повинен усвідомлювати, що разом з цією великою свободою на нього лягає і велика відповідальність за контент, який він споживає, поширює та виробляє, тут кожен повинен сам вчитися критичному мисленню і здобувати навички верифікації новинної інформації.

Загалом весь новинний контент на ютуб можна розділити на три умовні групи каналів за типом:

- Офіційні ютуб-сторінки великих медіаканалів, куди щоденно викладається в записі контент з телеєстрів: новинні репортажі, трансляції, інтерв'ю і тому подібне. Згодом, цей матеріал можуть порізати на шотси для додаткової популяризації в рамках самого Ютуб і щоб збагатити наповнення сторінки (5 канал, 24 канал, Прямий, Еспресо.TV, ICTV, тощо)

- Сторінки політичних і воєнних аналітиків, які висвітлюють кожен новий інфопривід, пропускаючи крізь призму власної аналітики, або на яких просто зібрані саме їх особисті коментарі з

різних ефірів чи виступів («Sternenko», «Олексій Гончаренко», «DROZDOV», «Андрей Пионтковский», «ФЕЙГИН LIVE», тощо)

• Канали, які спеціалізуються на створенні насичених інформацією витягів з новинних репортажів та коментарів аналітиків, створюють короткі нарізки або шортси з найцікавішим матеріалом, часом додаючи власні коментарі. Фактично, контент цих каналів є вторинним і великою мірою залежить від наявності першоджерела, матеріал береться з каналів перших двох типів і обробляється (OmTV, OmTv.Ua, Inform Napalm, Om News тощо). Саме створення контенту для такого типу каналів буде детально аналізуватися в цьому дослідженні.

Отже, новинні ютуб-канали можна розділити на канали конкретного аналітика, які сприяють популяризації окремої особи як спікера і певного медіа-бренду, новинні канали з оригінальними новинними репортажами (переважно канали великих медіа-холдингів) і, власне, канали, які існують виключно в межах платформи ютуб і створюють контент, роблячи «витяги» з матеріалів каналів перших двох типів. Всі творці контенту створюють свій контент для Ютуб, дотримуючись принципів роботи з цією платформою.

Новинарі на ютуб перш за все повинні створювати свої матеріали відповідно до правил і законів роботи цієї платформи. Переважно, контент-крійтор повинен рахуватися із Правилами Спільноти ютуб та ютуб-алгоритмами. Правила Спільноти являють собою перелік основних законів, які регулюють поширення матеріалу на платформі і контролюють діяльність творців відео, декламуючи

правила і караючи за їх порушення. Перш за все, це стосується відповідності базису законодавства(Кримінального Права, Цивільного Права та Законів про Авторське Право). Тобто найпершим правилом є дотримання правил цивілізованої поведінки в соціумі, так само як і в реальному житті, відсутність пропаганди до екстремізму, насильства, зображення соціально неприйнятних картин у відео. Це саме стосується назв, описів відео та поведінки у спільноті, наприклад у коментарях до відеоматеріалу. За порушення цих правил творця чекає серйозна відповідальність аж до повного видалення каналу. Тому, новинарі, яким в силу специфіки цього журналістського жанру часто доводиться зображувати не найгуманніші боки нашої реальності, повинні чітко знати Правила Спільноти і вміти тримати баланс між приверненням уваги аудиторії, висвітленням правди, хай навіть гіркої та жорсткої, і дотриманням правил Ютуб, щоб канал не було взагалі видалено з платформи.

До переліку основних Правил Спільноти відносять наступні:

#### **Заборона на спам та шахрайство.**

- Ютуб декламує, що на платформі не можна публікувати контент, який вводить глядача в оману чи підтримує якісь організовані шахрайські схеми.
- Заборонено оманливі назви та обкладинки, відеоспам, рекламувати «подарунки», «швидке збагачення», «піраміди», спонукання до надсилання грошей без отримання реального товару у фінансовій піраміді.
- Забороняється штучне збільшення підписок та переглядів, зокрема, шляхом «взаємопідписки» за попередньою домовленістю



між каналами, хоча на практиці, багато необізнаних пересічних користувачів це практикують. Серйозні канали ніколи не повинні дозволяти собі подібного.

- Також заборонено спам у коментарях, коментарі, метою яких є збір особистої інформації про користувачів чи скерування їх із сайту Ютуб на інші оманливим способом, а також зазначені вище у Правилах заборонені дії.

- Публікація ідентичних чи повторюваних коментарів, коментарів, що не мають явного призначення.

- Трансляції контенту інших творців

- Заборонено видавати себе за іншу особу чи видавати свій канал за інший канал. Використовувати назву іншого каналу, справжнє ім'я іншої особи, користувача, бренду логотипу, Налаштування каналу таким чином, що складається враження, що контент на ньому публікує інша особа. Окремо заборонено видавати свій канал за інші наявні канали новин.

- Також забороняється розміщення зовнішніх посилань на інший контент, який порушує правила Ютуб

- Заборонено посилатися на інші сервіси, які штучно збільшують показники переглядів та вподобань каналу

- Контент, що рекламує вебсайти й сервіси для збільшення підписок та переглядів. Втім, можна заохочувати користувачів вподобати, прокоментувати та підписатися, якщо їм сподобався контент, так роблять всі ютубери, зокрема, новинарі у своїх відео.

- Контент із зображенням автора, який купує перегляди в третьої особи

## **Заборона на контент «делікатного характеру»**

- Ютуб-Спільнота жорстко регламентує контент, що може бути пов'язаний із змістом сексуального характеру, оголення чи самоушкодження. Творці платформи прагнуть захисти користувачів, зокрема, неповнолітніх[24].

Отже, першою умовою створення успішного новинного контенту на платформі ютуб є дотримання правил платформи.

Наступним кроком є розуміння роботи алгоритмів ютуб та відчуття попиту аудиторії. Новини загалом є завжди актуальними, а особливо під час війни. З одного боку, це дає перевагу творцям контенту, з іншого-збільшує кількість конкурентів. Саме тому, хоч загалом кількість щоденних інфоприводів у країні та світі обмежена, мистецтво журналіста-новинаря в тому, щоб знайти найцікавіший матеріал, грамотно його обробити та правильно подати аудиторії.

Пошук новини починається з проглядання інформаційних ресурсів, з якими працює конкретний ютуб-канал. В першу чергу, варто звертати уваги на злободенні інфоприводи, які наразі є актуальними, але можуть так само швидко застаріти. Першим ділом варто використати саме їх у своєму матеріалі, адже зараз це затребувано аудиторією, а всього за кілька днів може забутися, тому пропускати цю можливість підвищити інтерес до свого каналу було б неприпустимою помилкою. З прикладів, можна пригадати події минулого літа, з «походом» російського воєнного злочинця Євгенія Пригожина на Москву, нібито з метою «покращити умови служби бійців Приватної Військової Компанії «Вагнер» і вимагати від

російського уряду розв'язання проблем у війську. В той день, від самого ранку буквально всі новинні канали були переповнені матеріалами на цю тему. Ситуація змінювалася вкрай динамічно, а тому всі творці новинного контенту на ютуб відклали змонтовані заздалегідь відео і негайно монтували новинні випуски з оглядом новин і прогнозів експертів щодо перебігу «російського заколоту». Коли в той же вечір очікуваної «битви за Москву» не відбулося, багато глядачів відчували розчарування і градус інтересу почав падати, а втім, для тих каналів, які вже випустили контент на цю тему протягом дня це було неважливо, адже вони вчасно встигли зреагувати на інфопривід. Відповідно, якщо б хтось випустив прогноз щодо «битви за Москву» наступного ранку після завершення «заколоту», такий контент би був абсолютно неактуальним і його б вже ніхто не дивився. Висновок в тому, що час випуску відео іноді грає не менш важливу роль ніж сам матеріал, адже коли аудиторія вже «заражена» інфоприводом, вона чекатиме кожне нове відео на цю тематику, навіть якщо в матеріалі не було якоїсь критично нової інформації. До подібних інфоприводів також можна віднести «Підрив дамби ГЕС», «Мінування Росією ЗАЕС», «Початок українського контрнаступу», «Звільнення Головнокомандувача Валерія Залужного» і т. п. Втім, хоч самі по собі новини такого роду спершу гучно ширяться багатьма каналами, а потім швидко застарівають, їм на зміну приходять довгі обговорення кейсу аналітиками, розгляд результатів спекуляцій щодо того, що саме відбулося насправді та чому. Це також можна грамотно використати. Коли сам інфопривід вже відшумів, варто в першу чергу звернути

увагу саме на ці матеріали, адже доки у пам'яті аудиторії є хоча б спогад про те, що відбулося, такі аналітичні матеріали викликають цікавість, відповідно перегляди ютуб-каналу.

Другим етапом створення новинного матеріалу є перегляд джерела, пошук найцікавішого фрагменту, відкидання зайвої «води», та монтаж. Після монтажу самого відео важливим є створити гарну обкладинку та заголовок. Подекуди, вдалий заголовок може підняти перегляди навіть посередній новині. Саме тому, в тій чи іншій мірі, більшість новинних каналів вдаються до так званого клікбейту. Загалом, якщо це не виходить за адекватні рамки, це є прийнятним законом новинного ринку.

На думку К. Бакаєвича, серед україномовних новинних ютуб-каналів, з одного боку наявні професійнали, а з іншого-шукачі легких переглядів, за рахунок «клікбейту», тобто гучних провокаційних заголовків. З іншого боку, проаналізувавши кілька новинних ютуб-каналів, а саме «24 канал», «НикВести», «Bihus.Info», «United 24», «Radio NV», Бакаєвич доходить висновку, що алгоритми ютуб часом несвідомо самі спонукають новинні редакції до клікбейту у заголовках, адже ютуб, платить в першу чергу за перегляди як такі, не завжди важливо якою ціною отримані, тому деякі канали готові змусити глядача клацнути на відео, навіть ризикуючи здобути репутацію «жовтої преси із крикливими заголовками». На інших платформах, де система монетизації влаштована по-іншому клікбейтних заголовків менше. Також на ютубі наразі немає рейтингу

авторитетності видань, тому знов таки, перегляди стають важливішими за репутацію[1].

Третім етапом є завантаження контенту на ютуб. Тут важливо використати створену обкладинку і заголовком на ній і створити також другий заголовок власне самого відео. Важливо, щоб він не дублював те, що написано на обкладинці, а скоріше трохи розкривав, доповнював її, втім, не руйнуючи інтригу, адже тоді користувачу не буде жодного сенсу дивитися саме відео. Заголовок маж бути позбавлений гасел, патетики, які не говорять глядачу нічого конкретного та цікавого. В ідеалі він повинен бути коротким, лаконічним, і в найкращому варіанті, питальним реченням, яке створює інтригу і мотивує користувача натиснути на відео. Пишучи цей заголовок, треба пам'ятати про вищезгадані правила спільноти ютуб, і не використовувати заборонені слова, які не дадуть алгоритмам ютуб просувати відео. Так само на обкладинці не варто зображувати речі, які не можна показувати на платформі. Тут треба знайти ідеальний баланс між використанням «тривожних» слів для інтриги та повернення уваги, і дотриманням правил ютуб.

Не менш важливим етапом є підбір тегів ютуб. Це ключові слова, які стосуються теми відео і допомагають алгоритмам платформи просувати ваш контент саме для тих користувачів, які цікавляться подібними темами. Це дозволяє системам ютуб та гугл зрозуміти про що саме відео і відповідно як з ним працювати. Якщо теги підбрано правильно, ймовірність того, що ваше відео побачить у стрічці і перегляне аудиторія, вище. Теги впливають на видимість каналу на платформі. Існує обмеження щодо кількості символів для

тегів, воно становить до 500 символів. Переважно, рекомендується використовувати від 300 до 400 символів в тегах відео та 300 символів для тегів каналу. Звісно ж, і тут треба пам'ятати про правила спільноти. В тегах не може бути згадок насильства, закликів до протизаконних дій, контенту для дорослих, шокуючого контенту, дискримінація, заборонені речовини, образи інших осіб, тощо. Порушення цих правил призведе до блокування контенту. Також теги повинні чітко стосуватися вузької теми вашого відео, щоб не плутати алгоритми ютуб і не розпорошувати увагу аудиторії.

Отже, сьогодні, новинні телеканали починають поступатися мережі Інтернет, в якій кожен може створювати оригінальний контент і виготовляти його дешевше і швидше ніж великі новинні студії. Навіть телевізійні новинні канали сьогодні мають свої офіційні сторінки на Ютуб, адже молода аудиторія переглядає новини в Інтернеті більш охоче, та й люди середнього віку також краще переглянуть вечірній випуск із планшету лежачи в ліжку, ніж дивлячись телевізор. Окрім ютуб-сторінок великих телевізійних каналів, мережа Інтернет дозволяє будь-кому продукувати свої відео. Сюди відносимо сторінки новинних аналітиків, бізнесменів, істориків, журналістів, які висловлюють свій погляд на події або поширюють загальнокорисний освітній контент. Третім видом новинних каналів є ютуб-канали, які роблять нарізки з каналів перших двох типів, канали-компілянти. Всі вони ведуть свої канали, використовуючи інструменти монтажу і дотримуючись правил спільноти і алгоритмів ютуб.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ ПОТЕНЦІАЛУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ НОВИННОГО КОНТЕНТУ ЮТУБ- КАНАЛУ OmTV. UA

#### **2.1. Оцінка існуючого контенту ютуб-каналу OmTV UA**

Першою характерною рисою вищезгаданих новинних каналів-комп'ютерів є певна вторинність контенту, адже вони переважно не створюють авторський контент з нуля, а роблять компіляції на основі матеріалів з каналів першого та другого типу, нарізки з новин чи коментарі конкретного експерта. Навіть відео з авторською озвучкою переважно доповнюються нарізками з інших джерел. Саме тому для каналів-комп'ютерів важливу роль відіграє наявність угод та контрактів з каналами-партнерами, які дозволяють їм використовувати їх новинні матеріали. В цьому дослідженні ми будемо детально аналізувати новинний ютуб-канал з відеокомпіляціями «OmTV.UA»

OmTv.Ua позиціонує себе як незалежний ютуб-канал, на якому можна знайти аналітику, гумор, новини, політику та історію. На момент написання роботи на канал підписано 1,16 млн користувачів. Загальна кількість переглядів 914 135 257. Канал створено 4 липня 2015 року, географічно зареєстровано в Україні. Джерелами для контенту OmTV.UA є:

**«5 Канал» 2,81 млн користувачів, «Прямий», «Еспресо»  
(великі новинні канали)**

5 канал позиціонує себе як перший український інформаційний телеканал, заснований за стандартами «Бі-Бі-Сі» Петром Порошенком. Відмінною особливістю цього каналу історично завжди були щогодинні випуски новин і аналітичні ток-шоу. Від часу заснування позиціонував себе як «канал чесних новин». Отримав ряд відзнак та нагород. У 2013 році було проведено ребрендинг та зміну фірмових кольорів каналу з синього на червоно-білий[15]. На ютуб-канал підписано 2,81 млн користувачів.

На Ютуб-сторінці каналу «Прямий» зазначено, що сторінка є не просто представництвом телевізійного каналу у ютуб, а окремим великим медіа з ексклюзивними блогами, інтерв'ю та коментарями. Канал декларує, що його позиція завжди базувалася на проукраїнських та проєвропейських інтересах країни, відстоюванні правди та боротьбі із фейками та пропагандою країни-агресора росії[25] На ютуб-канал підписано 4,04 млн користувачів.

Ютуб-канал видання «Еспресо» позиціонує себе як інтернет-портал та телевізійний канал, на яких транслюють найсвіжіші та найактуальніші події, що відбуваються в Україні. Канал працює 24 години протягом усього тижня, щоб надавати глядачам доступ до актуальних новин. Еспресо об'єднує всіх тих, хто розділяє демократичний шлях розвитку України, висвітлює точні та об'єктивні новини соціального, політичного та культурного життя. Саме тому до студії щодня запрошують авторитетних осіб, з



якими обговорюють суспільно важливі теми і події[19]. На ютуб-канал підписано 2,18 млн користувачів.

Кожен день на офіційній ютуб-сторінці цих великих медіа з'являються свіжі актуальні новини, коментарі експертів політологів, воєнних аналітиків, дипломатів. Серед найвідоміших спікерів генерал ЗСУ Сергій Кривонос, воєнний аналітик Олександр Коваленко, політтехнолог Тарас Загородній, політтехнолог Михайло Шейтельман, воєнний аналітик Олексій Гетьман, воєнний аналітик Петро Черник, публіцист Віталій Портніков, дипломат Валерій Чалий.

- Рубрика «Коментар» - запрошені експерти з України та інших країн дають свій коментар щодо гучних інфорприводів, важливих подій в Україні та світі. З відомих гостей: польський журналіст Марек Сіерант, экс-співробітник СБУ та воєнний експерт Іван Ступак, экс-міністр закордонних справ України Павло Клімкін.

### **«СтратКом ЗСУ» (26,8 тис. підписників)**

Офіційний Ютуб-канал Стратегічного Командування Збройних Сил України, звдки OmTV може робити нарізки інтерв'ю з військовими та офіцерами ЗСУ, новини від СтратКом, відео про особливості озброєння української армії, репортажі з фронту. Наявні рубрики:

- «Професії у Збройних Силах»,
- «По Суті»(інтерв'ю з воєнними експертами та військовими),
- «Говорить СтратКом»(подкаст з підсумками тижня в галузі війни та українського війська),

- «Захисники Незалежності»(Короткий опис різних бригад та підрозділів ЗСУ)
- «Такмед»(Поради польових медиків та алгоритми інструкції з надання медичної допомоги)
- «Наші на фронті»(Інтерв'ю з українськими діячами культури, мистецтва та науки, які стали до лав Збройних Сил.)
- «Телеграми Пропаганди»-рубрика, присвячена протидії ворожим інформаційним атакам, розвінченню російських фейків та ІІСО, які стосуються ЗСУ та перебігу бойових дій.

### **Канал «CEO Club.Ukraine» (28,1 тис. підписників)**

Канал, звідки можна зробити багато нарізок підкастів, інтерв'ю експертів-культурологів, політологів, істориків, економістів, та інших представників української «інтелігенції», які дають цікаві коментарі щодо тенденцій та перспектив розвитку української культури, бізнесу, мистецтва, аналіз української історії через призму сьогоденної війни, тощо.

У описі на офіційному Ютуб-каналі, CEO Club.Ukraine називають себе клубом лідерів бізнесу[38].

На каналі наявні рубрики:

- Лекції Олександра Філоненка-доктора філософських наук, теолога та співзасновника Центру європейської культури «Данте»
- Діалоги про майбутнє-діалоги з інтелектуалами, політиками, громадськими діячами, підприємцями та експертами України.
- Глобальна історія України. Лекції Ярослава Грицака-підбірка лекції історика Ярослава Грицака. З цікавих тем:Мовне

питання в Україні, Шлях України від народу до нації, Русь-Україна, Козацька Україна, Як народжувалися нації у ХІХ ст., тощо[38].

Контент цього каналу хоч не є напряду новинним, доволі непогано доповнює новинні інфоприводи України, надаючи аналіз тенденції в українській культурі, економіці та бізнесі, зокрема у зв'язці з останніми новинами. Тому робити нарізки з цього каналу доволі вигідно для Om.Tv.UA для розбавлення суто політичних новин. Часом, коментарі культурних діячів з цього каналу можна подавати змонтованими в одне відео з якимись гучними інфоприводами з великих телевізійних новинних каналів, згаданих вище. Глядач може стомитися від огляду бойових дій чи перепитій сучасної української політики, і хоче поглянути на український контекст через історичну перспективу і культурну призму. Відчуття краси і величності історії та культури нашого народу може підняти настрій та бойовий дух українським громадянам, дати розуміння того, задля чого ми сьогодні воюємо.

### **Канал «Військове телебачення України» (919 тис. підписників)**

На каналі наявні відео про побут українських військових, бойову техніку, зброю, інтерв'ю з військовими, уроки тактичної медицини, звіти щодо втрат збройних сил Російської Федерації, питання щодо процесу мобілізації громадян України, тощо. Армія TV позиціонує себе як офіційний Ютуб-канал єдиного в Україні військовго телебачення, контент якого створюють військові і для військових[16].Ці відео можуть бути матеріалом для випусків OmTv.UA.

### **Канал «Олександр Алфьоров» ( 438 тис. підписників)**

Канал видатного українського історика Олександра Алфьорова, який зараз також служить у Збройних Силах України. Олександр у своїх відео дає відповіді на питання, пов'язані з українською історією та культурою, зокрема у контексті сучасної україно-російської війни. Його відео також можуть бути матеріалом для OmTv.UA. Наявний навіть окремий плейлист «ЦІКАВЕ ПРО!Історик Алфьоров»

### **Канал «Популярная политика»**

Литовський російськомовний новинний канал, який висвітлює україно-російську війну з точки зору російської опозиції. Наявний огляд новин кожного дня, дебати експертів на тему російської агресії. Позиціонує себе як канал, на якому розповідають правду про війну, яку Путін розв'язав проти України[35]. OmTv використовує матеріали з цього каналу у відеокompіляціях, зокрема у рубриці «OmTv про головне».

### **Канал NEXTA Live (1,32 млн підписників)**

Білоруський російськомовний опозиційний канал, який висвітлює події російської агресії і пов'язані з цим питання.

### **Канал FREEDOM (1,16 млн підписників)**

Російськомовний новинний канал, який висвітлює перебіг російсько-української війни. Позиціонує себе як канал для тих, хто шукає правду російською мовою. Це міжнародний російськомовний канал для глядачів зі Східної Європи, Росії та світу, які хочуть дізнатися про ситуацію в Україні. Створений українськими журналістами як відповідь на численну антиукраїнську пропаганду

Росії для створення унікального новинного контенту, протидії фейкам та дезінформації. Це українське іномовлення для аудиторії за межами України, яке просуває цінності демократії через якісний контент[39].

### **Канал «ВОТ ТАК» (1,42 млн підписників)**

Російськомовний опозиційний до російської влади канал, який декламує висвітлення вільних новин Росії, України, Казахстану, Білорусі і решти світу[31]. Фрагменти репортажів та новинних ефірів з каналу використовуються на OmTv.Ua.

### **Канал «Обманутый Россиянин» (1,66 млн підписників)**

Російський опозиційний канал, на якому оглядають та висміюють вади російського державного устрою та помилки злочинного російського режиму, критикуючи російську владу і показуючи абсурдність її дій. Фрагменти відео, на яких російські громадяни розповідають про свої проблеми через злочинні чи некомпетентні дії влади використовуються у відео-нарізках на каналі OmTv.Ua.

### **Канал «И Грянул Грэм» (798 тис. підписників)**

Латвійський російськомовний новинний канал, ведучі якого обговорюють із запрошеними експертами(політичними діячами, письменниками, політологами, режисерами, вченими, спортсменами, журналістами) актуальні, гострі і аналітичні теми[33]. Часто це погляд експертів, опозиційних до російської влади, на політичні події у світі та репортажі про події україно-російської війни.

**Канал «Yanina Sokolova» (1,08 млн підписників)**

Канал відомої української журналістки Яніни Соколової, де наявні огляди новин України та світу, інтерв'ю з політичними, військовими та громадськими діячами України. На її каналі навіть наявний окремий плейліст «Om Tv», де знаходиться контент створений OmTv спільно з Яніною Соколовою. Яніна публікує зокрема матеріали OmTv, які розвінчують російські фейки, проводять контрпропаганду. В плейлісті можуть бути розміщені буквально цілі відео з каналу OmTv. Уа, що сприяє його популяризації серед глядачів Соколової.

**Канал «Белсат NEWS» (465 тис. підписників)**

Білоруськомовний опозиційний до влади Білорусі та Росії канал, на якому зокрема наявний огляд новин стосовно вторгнення Росії в Україну, тема протестів проти білоруської влади, свавілля владних та силових структур, відео на тему економіки, відео на тему національної безпеки Білорусі, зокрема в контексті російської агресії щодо України та сусідніх країн.

**Канал «Савромат» (208 тис. підписників)**

Канал російського опозиційного професора-історика Дмитра Чернишевського, який робить огляд новин світу, зокрема україно-російської війни, даючи коментарі відповідно до своєї професійної компетенції, проводить аналітику. Фрагменти з його відео використовуються на каналі OmTv.Уа.

**Канал «Настоящее Время» (3,79 млн підписників)**

Російський опозиційний новинний канал. Позиціонують себе як видання, яке по-чесному говорить про події, які відбуваються на

пострадянському просторі. На офіційній Ютуб-сторінці також зазначено, що корпорацію "Радио Свободная Европа/Радио Свобода", до якої цей канал належить, російський уряд визнав небажаною організацією. Наявні спеціальні репортажі, коментарі журналістів, культурних, політичних та громадських діячів, опозиціонерів, тощо[34].

### **Канал «Курбанова LIVE» (647 тис. підписників)**

Канал української журналістки Олени Курбанової. З опису каналу на Ютуб випливає, що на каналі виставляється антиросійський антипропагандистський контент, та контент спрямований на підтримку України та українців[32]. Олена Курбанова коментує, розвінчує та часто висміює заяви та наративи російських пропагандистів. Рубрика «Курбанов LIVE» представляє собою діалоги Олени Курбанової з експертами-аналітиками на тему політики в прямому ефірі. Фрагменти цих інтерв'ю також іноді публікуються на Ютуб-сторінці каналу «Прямий» і можуть бути безпосередньо матеріалом для відео каналу OmTv.Ua.

### **Канал «Денис Казанский» (829 тис. підписників)**

Канал є одним з доволі часто використовуваних джерел контенту для OmTv.Ua. Канал являє собою відеоблог Дениса Казанського, замітки, коментарі щодо соціально-політичної та економічної ситуації в Україні, огляд важливих подій підконтрольної Україні частини Донбасу, огляд подій на тимчасово окупованих територіях України без цензури[32]. Для автора каналу притаманна гумористична манера подачі інформації із висміюванням російських окупантів та пропагандистів, що викликає інтерес в багатьох

глядачів і піднімає їм настрій. Саме тому, нарізки його коментарів використовуються на каналі OmTv.Ua.

### **Канал «Демократична Сокира» (92,3 тис. підписників)**

Демократична Сокира-це праволіберальний політичний рух, що позиціонує себе як рух досвідчених людей, які вже встигли чимало зробити. До руху належать військовослужбовці ЗСУ, ветерани АТО та волонтери, підприємці, менеджери, економісти, фахівці із ІТ. Демократична Сокира декламує своєю метою залучити більше українців до бізнесу, підприємницької діяльності та стартапів. Добитися в Україні більшої кількості економічних свобод і зменшити кількість контролюючих органів[18].

### **Канал «Ayder Muzhdabaev» (163 тис. підписників)**

Канал українського журналіста Айдера Муждабаєва. Це канал про політику та журналістику, про Україну та кримських татар, про гібридну війну та російську агресію і загалом про найважливіші теми[37]. Окрім особистого каналу, він часто є гостем інших новинних каналів, наприклад каналу «Прямий». Свої виступи на цьому каналі журналіст викладає і на свій власний. Нарізки з його коментарями як аналітика використовуються на каналі OmTv.Ua.

### **Канал «Роман Цимбалюк» (1,2 млн підписників)**

Канал репортера Романа Цимбалюка. Його блог присвячений війні України та Росії. Автор транслює суб'єктивний погляд на події, дії та заяви РФ, які стосуються України[36].Цимбалюк буває запрошеним експертом на різних каналах, і його коментарі використовуються у нарізках на OmTv.Ua.



**Канал «Тарас Березовец» (848 тис. підписників)**

Офіційний Ютуб-канал журналіста і ведучого на каналі «Прямий» Тараса Березовця, Президента Фонду Національних Стратегій. Тарас також позиціонує себе як ідеолога проекту «FREE CRIMEA». На каналі він коротко розповідає про найважливіші події в Україні та світі[36]. Часто його коментарі транслюють на інших каналах, наприклад «5 канал» та «Прямий», а коментарі використовують і на каналі OmTv.Ua.

**Канал «Голос Америки українською» (246 тис. підписників)**

На каналі транслюються тільки перевірені новини зі США та України. Найвні включення журналістів Голосу Америки з Білого Дому, Конгресу, Пентагону, ООН, ексклюзивні подробиці, інтерв'ю з законодавцями та високопосадовцями США, актуальні новини, оцінки експертів, ексклюзивні інтерв'ю, дискусії в прямому ефірі[17].

**Канал «Рашкін Рапорт» ( 87,2 тис. підписників)**

Ютуб-канал журналіста Юрія Рашкіна, де можна знайти новини зі США, інтерв'ю Рашкіна з цікавими людьми на тему політики та культури російською та англійською мовами[26].

Юрій Рашкін також є запрошеним експертом на інших каналах, його коментарі використовуються у відеокompіляціях на каналі OmTv.Ua.

**Канал «Алексей Гончаренко» (1,08 млн підписників)**

Російськомовний особистий канал українського народного депутата від фракції «Європейська Солідарність» Олексія

Гончаренка. На каналі він оглядає та коментує новини української та світової політики, виставляє записи своїх виступів на засіданнях Верховної Ради України, часто із опозиційними висловлюваннями та критикою влади, критикує та висміює російських пропагандистів[30].

### **Канал «STERNENKO» (1,92 млн підписників)**

Особистий канал українського блогера та політичного оглядача Сергія Стерненка, на якому він дає власні коментарі щодо подій україно-російської війни, аналізує всі нові інфоприводи. Його відео часто використовуються як матеріал для OmTv, адже його коментарі доволі насичені інформацією і сповнені гострої сатири.

### **Канал ATR (561 тис. підписників)**

Офіційний ютуб-канал першого кримськотатарського телеканалу ATR, де розповідається про найактуальніші події в житті та суспільстві кримських татар. Наявні рубрики: «Хроніки війни Росія-Україна», «FAKE METP»(спростування фейків та брехні російських прпагандистів), ATR:ПІДСУМКИ ТИЖНЯ, ATR Live / ATR онлайн(записи новинних прямих ефірів.

### **Канал «ФЕЙГИН LIVE»**

Особистий ютуб-канал одного з найвидатніших сучасних російських опозиціонерів в еміграції Марка Фейгіна. Він часто виступає запрошеним експертом на українських та світових російськомовних каналах, коментуючи російську агресію проти України та внутрішньополітичну ситуацію у Росії .Його коментарі доволі часто використовуються у відеонарізках на OmTv.Ua,адже він є одним з найвпізнаваніших політичних експертів сучасності і

приносить більше переглядів. У описі його каналу зазначено, що він створений для організації вільного інформаційного обміну, аналізу актуальних політичних подій у Росії та світі. На каналі наявні наступні плейлисти:

*«Бесіди з Марком Фейгіним»*

Записи прямих ефірів, де Марк Фейгін виступає або як запрошений експерт, або обговорює певну ситуацію спільно з іншим запрошеним експертом.

*«Програми за моєю участю»*

Виступи Фейгіна на інших каналах в якості експерта, зібрані в єдиний плейлист. Зокрема, наявна велика кількість його виступів на вищезгаданих каналах-партнерах OmTV.Ua, а також інших великих українських та іноземних телеканалах.

*«Фейгін Арестович. Хроніка війни»*

Відомі спільні стріми Марка Фейгіна зі скандально відомим українським діячем Олексієм Арестовичем. Хоч зараз довіра населення до Арестовича сильно впала, саме ці ефіри сприяли популяризації Фейгіна як експерта в українському медіапросторі в перші дні війни, і дозволили йому закріпитися в ньому навіть після зниження популярності самого Арестовича.

Вище було зазначено перелік основних-каналів партнерів каналу OmTV.Ua, та коротко пояснено, які саме матеріали можуть бути з них взяті.

Тепер ми детальніше розглянемо, як саме OmTV створює власний контент, компілюючи матеріали з інших каналів та додаючи оригінальний візуальний та аудіальний контент

Наявні кілька основних форматів, які умовно можна охарактеризувати наступним чином:

### **Щоденні випуски з коментарями експертів**

Оригінальний новинний репортаж завантажується з оригінального каналу і піддається монтажу. У відео використовується аудіальний коментар експерта, взятий з ефіру одного з вищезазначених каналів, але проводиться монтаж, під час якого фоном ставиться портрет цього експерта, знайдений серед зображень у вільному доступі в Інтернеті, а знизу з'являється анімований титр із іменем спікера та його посадою чи родом діяльності (воєнний аналітик, політолог, російський опозиціонер, військовослужбовець ЗСУ, тощо). Якщо зображення важко знайти, робиться стопкадр з відеокоментаря, і екран перекривається ним. Таким чином глядач бачить статичне зображення експерта, розуміє який спікер зараз говорить, а головну інформацію може надалі сприймати чисто аудіально, наприклад слухаючи відео фоном і займаючись своїми справами. З одного боку, статичність зображення є недоліком, бо сучасному споживачу важко дивитися на нерухому картинку. З іншого боку, це мотивує користувача слухати відео, займаючись паралельно іншими справами, і він може таким чином регулярно споживати контент каналу OmTV.UA, суміщуючи це з іншою повсякденною діяльністю. Для самого каналу це йде в плюс, адже фактично відеоматеріал все одно транслюється, і алгоритми Ютуб зарахують це як перегляд відео. З іншого боку, під час споживання контенту в такий спосіб, користувач іноді не знайде часу на вподобання відео та написання коментарів. Зокрема, можна

помітити разючу різницю між кількістю переглядів, вподобань та коментарів на відео OmTv.Ua. Багато відео, зокрема цього формату, навіть зібравши пристойну кількість переглядів мають кардинально меншу кількість лайків та коментарів, що йде в мінус, адже написання коментарів та лайки сильно сприяють просуванню відео алгоритмами платформи, що в подальшому відбивається на популярності каналу, і відповідно монетизації. Варто розуміти, що хоч фактично матеріал передається у формі візуального контенту через специфіку платформи ютуб, аудіоряд відіграє таку ж важливу роль. Через статичність зображення та простоту візуальної складової, робиться великий акцент на якості мовлення експерта. Ці відео можна слухати як аудіоподкаст із статичним фоном. Шукаючи матеріал для нового випуску на різних каналах, варто добирати експертів із хорошою дикцією та якісною апаратурою. Якщо під час ефіру відбувалися технічні перебої, перепідключення експерта до студії, ці вирізається. Глядач дивиться відеонарізку аби дізнатися коротко найцікавіші коментарі, замість того, щоб шукати їх самому на оригінальному каналі. Тому у відеонарізці не повинно бути зайвої «води», адже тоді її перегляд не матиме сенсу, відеонарізка втратить будь-які переваги перед оригінальним новинним відео. В даному форматі, запитання експерту від ведучого також переважно вирізаються, тому слід подбати про те, щоб виступ спікера був зрозумілий і без озвучування питання у самому змонтованому відео. Якщо експерт в оригінальному матеріалі говорить надто довго, можна розбити його виступ на кілька окремих відео. Більша частина таких роликів на OmTv.Ua має тривалість до 10 хвилин, адже на

практиці утримати увагу користувача на одному відео довше дуже складно. Тому, якщо після монтажу відео стало коротшим за норму, ролик доповнюють матеріалами з інших відео, наприклад з іншого каналу-партнера, або можна скомбінувати кілька коментарів експертів в один ролик. Це може бути відео іншого експерта, якого слід так само перекрити оригінальний відеоряд його портретом, додати титр і змонтувати відео. Після цього, два окремих цілих відео з'єднуються в одне так, щоб матеріал знов-таки сумарно не перейшов за 10 хвилин. Середня тривалість відео цього формату на OmTV від 8 до 9 хвилин. Варто уважно переглядати оригінальний матеріал, щоб не пропустити момент, де експерт дійшов до проміжного висновку. Там відео можна обрізати, змонтувати, а потім використати другу частину виступу спікера для монтажу ще одного відео. Переважно, в одному відео комбінують коментарі різних експертів на загальному близьку тематику, наприклад, якщо це тема внутрішньополітичної ситуації в Україні, можна зкомпліувати коментарі кількох політологів на цю тему. Компіляції робляться і за іншим принципом. Можна скомпліувати короткий уривочок менш актуального відео із більш актуальним, і винести в заголовок саме друге відео. На початку чи в кінці кінцевого відео вставляється короткий фрагмент відео, яке саме по собі не несе настільки великого інтересу для аудиторії, але загальному варту перегляду, а основну частину складає відео, яке здатне змусити глядача подивитися матеріал, побачивши згадку про це у заголовку. Як приклад, береться коментар експерта на злободенну політичну чи воєнну тематику, яка гарантовано зацікавить глядача, здійснюється

монтаж (перекриття зображенням і титр), і поєднується з відео з менш популярних каналів, наприклад каналу СтратКом ЗСУ. Це може бути відео про побут військових. Відео зі СтратКом є цікавими, але самі по собі не несуть сенсації, в них відсутній інфопривід, тому на відео, де наявні лише матеріали про побут бійців ЗСУ чи види озброєння клацне менше користувачів. Тому таке відео компілюють із коментарем воєнного чи політичного експерта на тему, яка стосується України загалом, це виноситься у заголовк та відображається на заставці. Тоді глядач, приваблений злободенною темою, почне дивитися відео, а далі за інерцією подивиться і другу його частину, де показано побут бійців ЗСУ. Загалом, на каналі OmTV.UA робиться акцент саме на загальнополітичну аналітику та коментарі щодо глобальних процесів під час війни, прогнози, тенденції, спекуляції експертів щодо подальшого розвитку подій, засновані на певних наявних фактах. Монтувати відео з коментарями щодо поточної ситуації в певних локальних ділянках фронту є непрактичним, адже бойові дії вкрай динамічні і така інформація дуже швидко застаріє.

Титр переважно складається із чорного фону, на якому написані світло-помаранчеві літери. Така комбінація кольорів виглядає органічно, гарно і не так банально, як білий на чорному чи чорний на білому. Роблячи підпис із посадою чи спеціалізацією експерта, варто прагнути лаконічності та зрозумілості. Наприклад, не слід вживати дуже довгу розгорнуту назву роду діяльності чи посади, адже користувач може не зрозуміти, чим же таки займається ця людина, а шукати пояснення через п'яке одне побачене в мережі

відео, користувачу лінь, відповідно, він може просто прогорнути цей відеоматеріал, і потенційний перегляд та підписку буде втрачено. Наприклад, монтуючи відео з експертним коментарем на політичну тему від українського дипломата Валерія Чалого, його посаду слід записати лаконічно, чітко і водночас зрозуміло більшості пересічних глядачів. Замість формулювання «Надзвичайний і Повноважний Посол України у США», можна написати просто «Дипломат». Експерт є дипломатом, адже вищезгадана посада входить до цього широкого визначення. Втім, не варто писати чогось такого, чого немає і автор відео міг додумати сам. Краще написати загальніше формулювання, ніж додавати подробиці, яких нема і повідомляти неправдиву інформацію. Якщо людину зацікавили коментарі експерта, вона сама прочитає про нього більше, і навпаки, надто складні канцелярські формулювання можуть відштовхнути того, хто хоче просто і чітко почути про головне. Користувач повинен сприймати змонтований матеріал як єдиний цільний, послідовний та зрозумілий коментар на тему, зазначену у заголовку та на заставці.

Обкладинки відео складаються переважно з однієї яскравої картини, влучного підпису (тривожного, інтригуючого або навпаки гумористичного і сенсаційного) та логотипу каналу. Підпис робиться переважно чорними літерами на білому чи золотому фоні, адже основними кольорами логотипу OmTV.Ua є синій, жовтий та чорний. Підпис на картинці повинен гармоніювати із кольористикою логотипу, який розміщено у кутку кожної обкладинки. Якісно зроблена заставка гарантовано приверне увагу до відео, навіть якщо сам матеріал не надто актуальний, і навпаки, цікаві відео із невдало



зробленими обкладинками набирають на каналі OmTv.Ua значно менше переглядів.

### **OmTv.Ua про головне**

Цей формат може включати монтаж відео із повноцінних фрагментів новинних відео з каналів-партнерів, без перекриття зображенням спікера та спливаючого титра. На початку може бути вставлений фрагмент комедійного характеру, наприклад, де російські пропагандисти жаліються на успіхи ЗСУ. Їхні істеричні коментарі часто виносяться у заголовок у вигляді цитати, в лапках, великими літерами, зі знаками оклику, для більшої виразності, а їхні викривлені обличчя, вміщено на заставці.

Можлива ще одна варіація відео в цій рубриці. Це просто трансляція цікавих уривків із російськомовного каналу Om TV. Подібні відео частіше за все складаються зі слайд-шоу тематичних зображень із озвучкою новин.

Можлива варіація зі слайд-шоу, на яке накладено оригінальну озвучку, зроблену одним зі співробітників OmTv.Ua. Зображення відповідають темі, яку озвучує диктор. Також це можуть бути не статичні картинки, а відеофрагменти. Сюди можуть додаватися уривки виступів ворожих пропагандистів чи політичні меми, які відповідають змісту відеоматеріалу, для створення комічного ефекту. Відео сприймаються не просто як новинні, але і як сатиричні.

Ще один варіант: на початку відео йде слайд-шоу із оригінальною начиткою новин живим голосом когось із співробітників власне каналу OmTv.Ua, а друга половина відео є компіляцією з коментарем експерта з уривку з іншого новинного

каналу. В таких відео може бути застосовано оригінальний запис програми з виступом експерта без перекривання його портретом та титром, але рухливий рядок та заголовок відеорепортажу може бути розмито за допомогою монтажу, хоча це робиться також не завжди. Також може бути вставлений запис діалогу двох експертів, але оригінальний відеоматеріал зупиняється після кількох секунд, і далі на екрані лише стопкадр і аудіоматеріал. Іноді може бути зроблене складшоу із кількох стопкадрів з оригінального відео, які змінюють один одне по ходу аудіального матеріалу. Або це може бути коментар одного експерта, під час якого оригінальне відео ніби «зависає» на стопкадри у деяких місцях.

### **Слайд-шоу під коментарі спікерів**

Відео складається зі звукового ряду фрагмента коментаря спікера, накладеного на слайд-шоу його портретних фото, стопкадрів з його відео, які також можуть бути перемішані із тематичними фото подій, про які він розповідає. Матеріали беруться з вищезазначених каналів, часто особистих каналів аналітиків, наприклад Сергій Стерненко, Олександр Алфьоров, тощо. На обкладинках таких відео окрім стандартної привабливаючої назви і логотипу може бути наявний портрет мовця, чий коментар звучить у відео, що одразу ж привертає увагу через впізнаваність цих спікерів.

Ці три умовні формати подачі візуального контенту складають більшу кількість відео на каналі OmTv.Ua. Згідно статистики переглядів, канал орієнтується в першу чергу на чоловічу аудиторію середнього віку, громадян України, які хочуть дізнаватися новини про події в Україні та світі, з одного боку слухати аналітику, з іншого

часом дивитися на життя за воєнної доби через призму гумору, задля підняття настрою та віри в Перемогу.

Отже, до сильних сторін каналу OmTv.Ua можна віднести такі якості, як:

- Лаконічність
- Інформаційна насиченість випусків
- Привабливі обкладинки
- Оригінальний стиль монтажу
- «Кліповість» деяких відео, серйозні коментарі переплетені з жартівливими фрагментами, політичними мемами, що сприяє більш жвавому темпу подачі.
- Загальний серйозно-гумористичний тон, тобто новини інформативні, але є місце і для певного «стьобу», наприклад висміювання російських пропагандистів та невдач ворога.
- Наявність колаборацій з іншими каналами (Yanina Sokolova, 5 канал, на яких іноді публікуються відео OmTv.Ua або російськомовного каналу OmTv, з якого глядач згодом зможе перейти і на OmTv.Ua, якщо формат та подача його зацікавлять.)

Ці сильні сторони дозволяють каналу OmTv.Ua існувати на ютуб, набирати перегляди та підписки і створювати новий контент.

## **2.2 Аналіз можливостей та визначення інструментів для створення візуального контенту на новинну тематику ютуб каналу OmTV UA**

Хоча сильні сторони каналу дозволяють йому функціонувати, варто завжди звертати увагу і на слабкі сторони, задля їх покращення, виправлення недоліків та створення чогось нового.

До слабких сторін каналу OmTv.Ua можна віднести такі якості, як:

- Вторинність контенту та його подачі, залежність від каналів експертів та новинних каналів, з яких беруть матеріали.
- Довгочасна відсутність офіційних сторінок в інших мережах, окрім ютуб. Лише нещодавно було створено офіційну сторінку OmTv.Ua на Facebook, адже як було зазначено вище у портреті аудиторії, найпершої ціллю є робота на аудиторію середнього віку, які є користувачами Facebook.
- Специфічність подачі. Гумористична манера роликів може бути негативно сприйнята деякими користувачами середнього віку, які бажають слухати виключно серйозну аналітику. Так само їх може відштовхувати строкатість монтажу, перебивки з політичними мемами та комедійними вставками. На ряду з такими роликами наявні відео із серйознішою аналітикою, про які також розповідалося вище, втім, вони можуть бути загублені серед «гумористичних» новин з не менш «гумористичними» обкладинками, які можуть відштовхнути деяких людей навіть до перегляду самого відео.

- Специфічність монтажу. Ефект стопкадрів відеоматеріалу може відштовхнути деяких користувачів, адже це виглядає наче «зависання» картинки. Це може змусити когось прогорнути відео і шукати далі контент на новинну тематику на інших каналах. Якщо транслюється уривок з новинного сюжету із ефектом «розвмивання» рухливого рядка та заголовка, це може викликати в деяких користувачів ефект відрази через відчуття «спотвореності» зображення і користувач просто шукатиме оригінальний канал, звідки взято матеріал замість перегляду цієї новини у нарізці OmTv.Ua. Якщо робиться слайдшоу, зображення переважно просто змінюють одне одного без жодних ефектів переходу, що може викликати в глядача враження «простоти», «аматорства» монтажу.

- Друкарські помилки в заголовках. Якщо написи на самих обкладинках завжди грамотні, у заголовку часом можна помічати хибодруки, що відштовхує глядачів, які вважають грамотне письмо ознакою професіоналізму, освіченості та серйозності. Особливо це актуально через орієнтацію на людей середнього віку, адже вони звикли ставитися до грамотності письма серйозніше ніж молодь, навіть якщо мова йде про написи в Інтернеті.

У рамках проведення дипломного дослідження запропановано наступні шляхи вирішення наявних проблем та вдосконалення слабких сторін:

- Створення більшої кількості відео в нових оригінальних форматах, з оригінальною подачею та більш професійним монтажем, ведення на каналі нових рубрик і відстеження реакції глядачів на них

- Окрім сторінки Facebook, слід створити канал в Telegram та Viber для публікації коротких текстових новинних постів і огошень про вихід нових роликів, сторінку у більш популярних у молодшої аудиторії мережах Інстаграм та ТікТок. Хоча OmTv.Ua і орієнтується початково на глядачів середнього віку, варто розуміти, що сьогодні навіть більш авторитетні видання, які працюють на серйозну аудиторію викладають короткі відео у ТікТок, що сприяє популяризації контенту на основній сторінці ютуб, а також роблять пости, рілс та сторіс в Інстаграм. Деякі сторіс навіть можуть бути у форматі опитування задля підвищення інтерактивності, підняття активності глядачів та отримання фідбеку. Подібне слід робити і у вкладці «Спільнота» на ютубі OmTv.Ua.

- Паралельно з гумористичною подачею новин, варто спробувати робити більше відео із серйозною подачею.

- Уважне вчитування на заголовків предмет хибодруків і їх редагування

Отже, контент новинного каналу OmTv.Ua є доволі специфічним та самобутнім з точки зору подачі, що власне, забезпечує йому лояльну аудиторію. Втім, для залучення нової аудиторії та охоплення більшої кількості платформ просування слід зробити ряд кроків, зокрема створення нових рубрик на каналі, чому, власне, присвячена практична частина дослідження.

## РОЗДІЛ 3.

### ПРОЄКТ ВІЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ НА НОВИННУ ТЕМАТИКУ ДЛЯ ЮТУБ-КАНАЛУ OmTV UA

#### **3.1. Програма створення відео-контенту на новинну тематику ютуб каналу OmTV UA**

В рамках проведення дипломного дослідження, було поставлено мету розробити нову експериментальну рубрику для каналу OmTv.UA, в рамках якої буде створюватися візуальний контент на новинну тематику з більш оригінальною подачею, через озвучку матеріалів власним голосом співробітника каналу, створення вступної та кінцевої заставки в кожному з епізодів рубрики та додання музичного треку на фоні, який буде використовуватися саме у відео цієї рубрики. За основу було взято концепцію відео з наявної наразі рубрики «OmTv.Ua про головне» і допрацьовано. Концепція полягає у створенні відео на новинну тематику, які складаються із тематичних слайдшоу із накладеним зверху голосом. Новини зачитуються лише його голосом, «мемні» перебивки та вставки фрагментів інших відео та аудіо відсутні, що сприяє сприйняттю рубрики більш «серйозної». Додатковим натхненням для створення саме такого формату послужила рубрика на одному з каналів-партнерів «СтратКом ЗСУ», яка називається «Новини від СтратКом». Формат цих відео полягає у начитуванні співробітником каналу головних новин на тему російсько-української війни, накладеному на

слайд-шоу тематичних зображень, із вступною та кінцевою заставкою, супровідним музичним треком, який асоціативно характерно вирізняє цю рубрику від інших.

Тому, протягом проведення дипломного дослідження, на каналі OmTv.Ua було створено 10 випусків нової експериментальної рубрики під назвою «Підсумки тижня на Om.Tv». Відповідно до концепції, кожний випуск виходить раз на тиждень, в кінці тижня або в перший день наступного, коли всі визначні події та інфоприводи минулого тижня відбулися. Втім, на відміну від «Новини від СтратКом», у цій рубриці обговорюються не лише новини, пов'язані напрямку з війною та збройними силами України, а також загальнополітичні, економічні, суспільні новини України та світу.

Для монтажу використано програму VideoGuru для операційної системи Android, за допомогою якої створюються і багато інших роликів для OmTv.Ua.

На початку кожного відео характерна заставка, яка в кожному наступному випуску складається із нового тематичного зображення, переважно пов'язаного з війною в Україні, адже, як би там не було, ця тема є наразі найактуальнішою для громадськості, хоч і не єдиною порушеною у роликах рубрики. Тут використовуються фотографії бійців ЗСУ зі зброєю, поряд з технікою, часто з українським прапором, для створення атмосфери патріотичності та підняття бойового духу глядачів. Хоч це фото військових в польових умовах, вони мають позитивне, героїчне забарвлення. Саме такі фото спеціально добираються для вступної заставки у відео, задля приваблення уваги глядача. Вступна заставка виглядає наступним



чином: вищеописане фото з'являється на екрані, з використанням анімаційного ефекту «Розвиднення»(Fade in), тобто спершу «розмитий» на секунду екран розвидняється, зображення стає чітким, що надає появі вступної заставки більшої кінематографічності. Тривалість ефекту середня, розвиднення не повинне бути надто швидким, адже тоді цей ефект може бути взагалі непомічений глядачем. Втім, під час монтажу не варто обирати і надто довгу тривалість ефекту, адже вступна заставка сама по собі не може бути задовгою, і якщо її половина буде розмитою і картинка ставатиме чіткою надто довго і повільно, це виглядатиме негарно і одразу відштовхне глядача на першому ж кадрі. Фоном у відео використано безкоштовну мелодію з додатку VideoGuru під назвою «CityRun». Після тривалого вибору з переліку пропонованих безкоштовних мелодій, було обрано саме цю через те, що вона не надто гучна і не настільки «агресивна», щоб відштовхнути глядача, проте, з іншого боку, ця музика складається з ударного ритму помірної гучності, що дозволяє тримати глядача в тонусі та резонує із темпоритмом відеоматеріалу, адже новинний формат передбачає зосередження уваги на важливій інформації, перебування слухача у стані активного сприйняття. Таким чином, першою складовою є заставка: із ефектом розвиднення на екрані з'являється вищезгадане зображення під ритмічну музику, і звучить фірмова вступна фраза у виконанні співробітника каналу (автора дослідження): «Підсумки тижня на OmTv», тобто чітким і «темпераментним» дикторським голосом оголошується назва нової рубрики. Після цього, зображення зникає з використанням ефекту «затемнення екрану», що також

сприяє кінематографічності і додає рубриці більшої професійності з точки зору монтажу. Музика затихає на ударній ноті із ефектом поступового згасання, щоб перехід від заставки до основного матеріалу виглядав охайно та органічно. Тривалість заставки на кожному ролику рубрики приблизно до 5 секунд. Заставки на початку та вкінці також одразу ж сприяють впізнаваності рубрики серед інших на каналі. Далі все відео складається зі слайд-шоу тематичних зображень, які ілюструють накладений аудіоряд. Аудіоряд складається з кількох новин, найцікавіших новин тижня, який минув (приблизно 5-9 різних новин за випуск). Під час виголошення однієї новини, перемикання різних тематичних зображень відбувається з ефектом світлого спалаху на екрані. Перемикання зображень на межі двох різних новин тижня відбувається з ефектом затемнення екрану, який використовувався і на початку відео, під час переходу від заставки до основного вмісту. Це створює відчуття чіткого розділення різних тематичних блоків відео. Під час поєднання зображень у слайд-шоу і накладанні аудіо поверху, береться невелике упередження, адже під час додавання анімації переходу, кілька секунд трансляції зображення зникає. Тому велику увагу під час створення контенту було приділено тому, щоб звук і зображення чітко сходилися, а коментар до однієї новини не залазив на зображення з наступного тематичного блоку. Також важливо, щоб в межах однієї новини, зображення вчасно перемикалися по мірі того, коли про зображене йде мова диктора. Цей процес чіткого зведення звуку та зображення був одним із найскладніших під час монтажу дипломного проєкту. Аудіоряд

також складається з багатьох записаних окремо шматочків, переважно 3-4 шматочки на одну новину. Це зроблено з метою, щоб під час зачитування новини не відбувалося запинок і голос не збивався. Багато різних шматочків під час монтажу з'єднуються у одну аудіодоріжку. В кінці кожного відео також наявна кінцева заставка. Перехід до неї є «зеркальним» до переходу від вступної заставки до основної частини: останній слайд з останнього тематичного блоку зникає з ефектом затемнення екрану, супровідна музика затихає з ефектом «згасання». Після цього з темного екрану, з ефектом розвиднення з'являється зображення, яке використано як кінцеву заставку-логотип каналу OmTv.Ua на темному тлі із написаним поряд великими білими літерами слоганом каналу: «Формуймо інфопростір разом!». Звучить кінцева фраза, яка так само як і вступна завжди повторюється в кожному ролику: «Це були підсумки тижня. Формуймо інфопростір разом!», після чого заставка зникає із ефектом «розмивання»-ефектом зворотнім до «розвиднення», тобто зеркально до того, як з'являлася вступна заставка, ефект має приблизно таку ж тривалість. Завдяки цьому створюється ефект візуального та смислового «обрамлення» кожного випуску. Таким чином, в кінці видно логотип каналу, згадано назву рубрики та виголошено слоган. Це все знов-таки сприяє доданню оригінальності та самобутності подачі цього контенту на каналі OmTv.Ua.

Важливою складовою є налаштування звукових доріжок таким чином, щоб музика була тихшою за голос диктора, але чутною як фоновий супровід. Музика повинна доповнювати ритміку голосу

ведучого, але в жодному разі не заглушувати його і не заважати сприйняттю інформації у відео.

Під час створення проєкту, новини добиралися автором рубрики на власний розсуд, з міркувань найбільшої цікавості і важливості цих подій на минулому тижні.

За одне коротке відео, стандартної тривалості до 10 хвилин, глядач почує кілька різних новин, які були відібрані творцем відео серед багатьох новин як найцікавіші, приправлені оригінальним відеорядом і музикою, яка використовується саме в цій рубриці.

Для слайдшоу використовуються тематичні зображення знайдені через пошукову систему Гугл. Зображення добиралися з міркувань хорошої чи хоча б відносно хорошої якості. Для запису аудіоматеріалу було використано програму «Диктофон» на операційній системі Windows, здійснено начитку за допомогою доволі професійного мікрофона з вебкамери Logitech.

Отже, концепція авторського візуального контенту на новинну тематику включає в себе створення нової рубрики на каналі, що додасть контенту різноманіття і потенційно може підняти зацікавленість аудиторії у майбутньому.

### **3.2. Результати створення відео-контенту на новинну тематику ютуб каналу OmTV UA**

Протягом трьох з половиною місяців було створено 10 новинних випусків з підсумками тижня. Кожен новий випуск публікувався або в неділю минулого тижня, або в наступний понеділок, рідше у вівторок. Специфіка концепції не дозволяє

створювати більше одного випуску рубрики на тиждень, а також вирішальну роль відіграє вчасна публікація наприкінці тижня чи на самому початку наступного, адже такий формат дуже швидко застаріває і втрачає актуальність. Нижче розглянуто кінцевий вигляд контенту, конкретні складові кожного відео, а також його обкладинки, та реакцію аудиторії на нього.

Перший випуск рубрики було створено і завантажено на канал 5 лютого 2024 року. Тривалість відео 9:08.

У відео зібрано 5 новин минулого тижня, а саме висвітлено новини: заява Генсека НАТО Єнса Столтенберга щодо можливості запрошення України в НАТО у майбутньому; підписання Україною та Бельгією Меморандуму про створення спільних підприємств оборонного виробництва; заява країн G7 про конфіскацію російських активів на користь України; стаття The New York Times щодо гіпотетичної можливості вторгнення Росії на територію НАТО та США; снарядний голод ЗСУ.

Відео зібрало 58 лайків, 1050 переглядів та 4 коментарі. Пілотний випуск наразі виглядає найбільш слабким з точки зору озвучки, мовлення ще доволі невпевнене, дикція загалом зрозуміла, але недосконала. Слід зазначити, що в пілотному випуску рубрики, було проведено запис аудіодоріжки за допомогою смартфона, втім, в подальшому від цієї ідеї відмовилися. Під відео було отримано коментар із скаргою на погану якість звуку і апаратуру було змінено на більш професійну, що сприяло покращенню сприйняття всіх наступних відео аудиторією. На заставку винесена остання новина, підпис звучить як «ЗБРОЇ КРИТИЧНО НЕ ВИСТАЧАЄ?», і додано

зображення українського військового, який здійснює постріл з гармати. Така заставка приваблює увагу через кінематографічний стопкадр пострілу та гучну інтригуючу назву, що є необхідною умовою популяризації відео.

Другий випуск було створено і завантажено на канал 6 березня 2024 року. Тривалість відео 9:55.

У відео зібрано 8 новин минулого тижня, а саме висвітлено новини: розвідувальна діяльність ЦРУ на території України з метою допомоги українським військовим та підготовка українських шпигунів ЦРУ; провокації Китаю у водах біля берегів Тайваню; Південна Корея суворіше контролюватиме експорт товарів фактичного або потенційного воєнного використання до Росії та Білорусі; росіяни примушують населення тимчасово окупованих територій брати участь в пропагандиському заході «Фестиваль Молоді»; виступ канцлера ФРН Олафа Шольца проти постачання Україні німецьких ракет Taugus через страх ескалації; Росія отримує великі гроші від експорту «товарів високого призначення» до Європи, попри санкції; Росія поширює у США дезінформацію щодо прийдешніх президентських виборів; заява польського міністра Родослава Сікорського щодо продовження підтримки України партнерами.

Якість звуку у відео хороша, але іноді спостерігаються невеликі дикційні проблеми в озвучці. У назву винесено одночасно дві новини: на обкладинці тематичне зображення щодо санкцій проти Росії і підпис «ТОРГІВЛЯ З РОСІЄЮ ПРОДОВЖУЄТЬСЯ?», а у заголовок винесено ще одну новину, він звучить як «Контроль

експорту посиляться!», що відсилає до новини про посилення контролю над експортом до Росії з боку Південної Кореї. Така стратегія створення обкладинки та заголовка ефективна, і часто використовується в інших відео на каналі OmTv.Ua-напис на обкладинці і заголовок не повторюють одне одного, а саме доповнюють. Напис на заставці є більш тривожним та інтригуючим, а заголовк більш оптимістичним.

Відео зібрало 48 лайків, 748 переглядів та жодного коментаря. Помітно спад користувацької активності порівняно з першим випуском рубрики, адже відео було викладене з затримкою, в середу наступного тижня. Це приклад того, наскільки важливим є вчасна публікація матеріалів, щоб вони не застаріли та не втратили актуальність. Якщо ще публікація в понеділок наступного тижня є допустимою для такої рубрики, середа-надто велика затримка.

Третій випуск рубрики було створено і завантажено на канал 20 березня 2024 року. Тривалість відео 9:48.

У відео зібрано 9 новин минулого тижня, а саме висвітлено новини: заява прем'єрки Естонії щодо ядерних погроз Путіна; більшість укриттів в Молдові потребують серйозного ремонту; британське командування радить Україні утриматися від наступу на східних та північних ділянках фронту; міністерка оборони Іспанії вважає Путіна загрозою для своєї країни; міністр закордонних справ Латвії вважає, що Росія загрожуватиме Європі навіть після Путіна; рейди російських добровольців; міністр закордонних справ Латвії закликає Британію розглянути «модель тотальної оборони», так, як це зробила Латвія; польські фермери блокують польсько-німецький

кордон; Європі не вистачає бюджету на фінансування НАТО; Макрон пообіцяв приїхати в Україну.

Відео збрало 68 лайків, 989 переглядів та 2 коментарі. На обкладинці фото військових НАТО із прапором Альянсу і підпис «ЄВРОПА ГОТУЄТЬСЯ ДО ВІЙНИ?» Заголовок «ЗАХІД ДАВНО ГОТУЄ СВОЮ ВІДПОВІДЬ!»

Четвертий випуск рубрики було створено і завантажено на канал 2 квітня 2024 року. Тривалість відео 9:52.

У відео зібрано 8 новин минулого тижня, а саме висвітлено новини: протести ізраїльтян проти уряду Беньяміна Нетаньяху; невідомий літальний апарат в повітряному просторі Сербії; Путін наказав окупаційним адміністраціям розвивати туристичний бізнес на тимчасово окупованих територіях, зокрема на територіях біля Азовського моря; заява голови ГУР Кирила Буданова щодо ризиків, пов'язаних з будівництвом окупантами залізниці на тимчасово окупованих територіях України; люди активно виїждять з прифронтових територій Запорізької області; викриття в Празі російських агентів в Європарламенті, очолюваних Медведчуком; заклик Папи Римського щодо обміну всіх полонених Україною та Росією напередодні католицького Великодня; заява Віталія Кличка, про те, що Київ досі лишається ціллю для наступу РФ.

Відео збрало 83 лайки ,707 переглядів та 2 коментарі. Слід відзначити, що цей випуск більш активно просувався в сторонніх джерелах, окрім ютуб. На заставці портрет мера Віталія Кличка і підпис «ДРУГИЙ НАСТУП НА КИЇВ РЕАЛЬНИЙ?». В заголовок винесено іншу новину «Ізраїль бунтує проти влади!». Новина в



заголовку є найпершою в добірці, а гучна новина з обкладинки останньою, що тримає інтригу і змушуватиме глядача дивитися всю підбірку до кінця.

П'ятий випуск рубрики було створено і завантажено на канал 8 квітня 2024 року. Тривалість відео 9:01.

У відео зібрано 8 новин минулого тижня, а саме висвітлено новини: російська пропаганда в Конгресі затримує ухвалення допомоги Україні; евакуація з півночі Харківщини може стати примусовою через активізацію російських обстрілів; ЦАХАЛ виводить війська з Гази; активність наступу росіян тимчасово знизилася; Урсула фон дер Ляєн виступила проти проросійських політиків у Європі; окупанти можуть мобілізувати жителів ТОТ України; візит Лаврова до Китаю; заява Шольца щодо сценарію закінчення війни в Україні.

Відео зібрало 72 лайки, 992 переглядів та 1 коментар. Саме з цього відео було змінено підхід до створення заголовків. Заголовок звучить «НАЙВАЖЛИВІШІ ПІЖДСУМКИ ТИЖНЯ! ХАРКІВСЬКА ЕВАКУАЦІЯ ТА НОВА ТАКТИКА ВОРОЖИХ АТАК!» На заставці фото засідання Конгресу США і підпис «РОСІЙСЬКІ АГЕНТИ В КОНГРЕСІ?». Напис на заставці як завжди є інтригуючим і написаний в питальній формі, а заголовк тепер прямо говорить про підсумки тижня у відео і коротко озвучує кілька новин.

Шостий випуск рубрики було створено і завантажено на канал 15 квітня 2024 року. Тривалість відео 10:25.

У відео зібрано 5 новин минулого тижня, а саме висвітлено новини: Франція постачатиме озброєння Сербії; американські ЗМІ

запросили Трампа та Байдена до проведення публічних дебатів; Росія посилює обстріли енергосистеми; Іран обстріляв Ізраїль; Конгрес обіцяє схвалити допомогу Ізраїлю, Тайваню та Україні.

Відео зібрало 43 лайки, 684 переглядів та 2 коментарі. На заставці тематичне зображення щодо обстрілу Іраном Ізраїлю, напис «ІРАН НАПАДАЄ НА ІЗРАЇЛЬ?» та заголовок «Ескалація на сході та посилення атак РФ на енергосистеми України!»

Сьомий випуск рубрики було створено і завантажено на канал 22 квітня 2024 року. Тривалість відео 8:45.

У відео зібрано 7 новин минулого тижня, а саме висвітлено новини: СБУ викрили колаборнату серед служителів УПЦ МП; Міністр Закордонних Справ Литви закликав Європу не послаблювати підтримку України; Голова Комітету з Розвідки Сенату США Марк Ворнер заявив, що допомога для України від США, включно з ракетами АТАСМС, може бути відправлена вже наступного тижня; у суботу 20 квітня Конгрес США погодив допомогу Україні, Ізраїлю та Тайваню; Уряд Німеччини веде переговори щодо ППО для України; у Німеччині заявляють про обмежені можливості прийому нових біженців з України; США вперше вводять санкції проти Ізраїлю.

Відео зібрало 70 лайків, 1230 переглядів та 2 коментарі. На заставці зображення українських біженців в Німеччині і підпис «НІМЕЧЧИНА НЕ ПРИЙМЕ УКРАЇНСЬКИХ БІЖЕНЦІВ?». Заголовок: НАЙВАЖЛИВІШІ ПІДСУМКИ ТИЖНЯ!

Восьмий випуск рубрики було створено і завантажено на канал 29 квітня 2024 року. Тривалість відео 9:51.

У відео зібрано 4 новини минулого тижня, а саме висвітлено новини: Президентка Молдови вимагає від ЄС розробки плану економічної підтримки Молдови та України; Блінкен критикує Китай за постачання Росії обладнання; Прем'єр-Міністерка Литви вважає, що повернення військовозабоїв'язаних українців з країн Європи до України, має бути обговорене на загальноєвропейському рівні, а Міністр Оборони Польщі заявив, що польська сторона готова повернути чоловіків призовного віку; у Тбілісі проходять протести проти «Закону про іноагентів».

Відео зібрало 77 лайків, 1 464 перегляди та 3 коментарі. На заставці фото українського паспорта і підпис «УКРАЇНЦІВ ПОВЕРНУТЬ З ЄВРОПИ?». Заголовок «ПОВЕРНЕННЯ УКРАЇНЦІВ ІЗ-ЗА КОРДОНУ!КИТАЙ ДОПОМАГАЄ РОСІЇ ОБХОДИТИ САНКЦІЇ!» Відео зібрало велику кількість переглядів, адже тема повернення чоловіків з-за кордону через мобілізацію болісно сприймається українським суспільством. Саме цієї теми стосуються всі три коментарі під відео. Хоча кількість новин у цьому випуску найменша, вони самі по собі доволі значущі, і «найшокуючі» з них винесено в заголовок, що сприяє приверненню уваги.

Дев'ятий випуск рубрики було створено і завантажено на канал 7 травня 2024 року. Тривалість відео 9:56.

У відео зібрано 6 новин минулого тижня, а саме висвітлено новини: Джейк Салліван заявив, що Україна планує розпочати новий контрнаступ у 2025 році; Міністр Закордонних Справ Польщі припускає, що Китай може змусити Росію закінчити війну; багато

українських біженців в Німеччині не працевлаштовані; Президент України Зеленський певен, що Росія не хоче завершення війни; переговори щодо перемир'я між Ізраїлем та ХАМАС у Каїрі; міністр оборони Литви заявив, що НАТО недооцінило Росію.

Відео зібрало 128 лайків, 2313 переглядів та 1 коментар. На заставці зображено колону російської техніки, підпис «ЗАХІД НЕДООЦІНИВ РОСІЮ?». Заголовок «УКРАЇНА ТРИМАТИМЕ ОБОРОНУ, ГОТУЮЧИСЬ ДО КОНРНАСТУПУ!»

Останній десятий випуск рубрики було створено і завантажено на канал 13 травня 2024 року. Тривалість відео 9:15.

У відео зібрано 7 новин минулого тижня, а саме висвітлено новини: відставка російського міністра Сергія Шойгу; антиопозиційна заява Прем'єр-Міністра Грузії; заява Президента України Зеленського щодо прориву росіян на Харківщині; гуманітарна ситуація у прифронтових селах Запорізької області; Китай повільно віддаляється від Росії і бере прозахідний курс; заява Байдена щодо припинення вогню в Газі; українські чоловіки не повертатимуться з Польщі задля мобілізації, а спробують виїхати до інших країн ЄС.

Відео зібрало 78 лайків, 1075 переглядів та жодного коментаря. На заставці зображено українських чоловіків у Польщі, підпис «ЧОЛОВІКИ НЕ ПОВЕРНУТЬСЯ З ПОЛЬЩІ?». Заголовок «НАЙВАЖЛИВІШІ ПІДСУМКИ ТИЖНЯ!»

Таким чином, можна зробити висновки, що наразі нова рубрика кардинально не змінила кількість переглядів на каналі, втім, такий формат має потенціал. Найбільшу кількість переглядів збирають

випуски із гучним заголовком, в яких зібрано найбільш «болючі» для українських глядачів новини. В подальшому, варто продовжувати експерименти із новими пробними рубриками та оригінальною подачею новин.

## ВИСНОВКИ

Під час аналізу різних новинних ютуб-каналів і зокрема каналу OmTv.UA, а також під час створення для нього оригінальної рубрики у рамках дипломного проєкту, було зроблено наступні висновки:

- Сьогодні новинний контент залишається дуже актуальним, зокрема через швидкий темп життя людства та постійну потребу людей отримувати інформацію
- Для українського суспільства значущість новинного контенту також зумовлена бойовими діями на території країни. Люди споживають новини, щоб відчутти, що ситуація знаходиться під їхнім контролем
- Новинний контент повинен створюватися з огляду на стандарти журналістики. Хороший новинар прагне об'єктивності, ретельно добирає та перевіряє матеріали, а також доносить до людей правду за будь-яких обставин
- У сучасному світі саме відеоновини займають панівне місце, адже увага сучасного споживача не може надто довго концентруватися на тексті
- Основною платформою для відеоновин в мережі Інтернет є відеохостинг ютуб, алгоритми якого сприяють просуванню контенту та можуть допомогти його творцю отримати популярність та прибуток. Втім, щоб все відбулося саме так, контентмейкер повинен

бути добре обізнаним у принципах роботи ютуб, а також дотримуватися правил платформи

- Новинні ютуб-канали, які створюють контент на основі компіляцій матеріалів інших каналів є залежними від угод із каналами-партнерами, які є для них джерелом матеріалу.

- Задля збільшення переглядів, канали-компілянти повинні експериментувати із форматом відео, монтажем та подачею новинного матеріалу.

- Під час створення нових оригінальних відеоматеріалів слід використовувати якісну апаратуру, наприклад при записі голосу, адже це впливає на сприйняття контенту глядачем.

- Під час вибору новин для матеріалу слід шукати події, які найбільш вразять глядача і не залишать його байдужим. На прикладі дипломного проекту видно, що найбільш популярними були випуски, де порушувалася тема мобілізації та примусового повернення українських чоловіків з-за кордону. Українці сприймають це питання доволі болісно і вбачають у реалізації цих дій нашою державою соціальну несправедливість. Тому, глядачі дивляться та коментують такі випуски активніше.

- Не менш важливу роль відіграє заголовок та обкладинка відео. На обкладинку доречно помістити тематичне зображення, яке одразу дасть глядачу розуміння контексту. Його має супроводжувати лаконічний та інтригуючий підпис, а заголовок повинен його доповнювати. Не варто робити заголовок, який одразу повністю розкриває зміст новини, адже тоді нема сенсу переходити за ним і дивитися саме відео. Навпаки, заголовок може бути зроблений у

вигляді питального речення, яке не залишить споживачу вибору, окрім як подивитися відео, щоб дізнатися відповідь.

- Якщо у відео наявні кілька новин, варто винести у заголовок найгучнішу та найцікавішу, щоб змусити людину подивитися відео
- Новинним каналам варто періодично експериментувати із новими рубриками та форматами подачі матеріалу і відстежувати, які саме з них принесуть більше переглядів, лайків та коментарів. Не менш важливо викладати матеріал вчасно, щоб він не застарів.

Отже, на прикладі нової рубрики для каналу OmTv.Ua було з'ясовано, що нова рубрика не завжди одразу принесе велику кількість переглядів. Проте, кожна нова рубрика дозволяє заміряти рівень зацікавленості аудиторії в тому чи іншому форматі. Саме регулярні експерименти з більш оригінальною формою подачі дозволять каналам-компілянтам на кшталт OmTv.Ua компенсувати залежність від джерел матеріалів та підняти кількість переглядів.



## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бакаєвич К. О. Переваги та недоліки поширення новинного контенту на відеохостингу «Youtube» під час повномасштабного вторгнення.
2. Блашків О. Ліщинська Н. Політичні новини в українських та американських цифрових медіа (на прикладах сайтів ТСН та CNN)
3. Бодненко Д.М., Дешиця А.Р., Шульга А.С., Коноваленко М.О., Носенко Д.О. Використання відеохостингу Youtube у навчальній діяльності
4. Варич М. Сучасні тенденції та перспективи розвитку новинної журналістики в Інтернет-ресурсах
5. Васіна О. Конвертація жанрів новини і реаліті-шоу в нових медіа.
6. Волошенюк О.В., Іванов В.Ф. Медіаосвіта та медіаграмотність(підручник)
7. Кодекс етики українського журналіста
8. Маклюен М. Розуміння медіа

9. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики. Навчальний посібник
10. М.Стівенс Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет.
11. Тонкіх І. Специфіка подання новин в українських Інтернет-ЗМІ
12. Уолтер Д. Алгоритмічна культура: система рекомендації Youtube
13. Чайковська О.Ю. Поняття «Новини» та «Теленовини»: концепції та основні ознаки
14. Швець К. Новини як тип дискурсу  
Електронні джерела
15. 5 канал. Історія [Електронний ресурс]-  
<https://www.5.ua/about/istoriya/>
16. Військове телебачення України [Електронний ресурс]-  
[https://www.youtube.com/@army\\_tv\\_ua/videos](https://www.youtube.com/@army_tv_ua/videos)
17. Голос Америки Українською [Електронний ресурс]-  
<https://www.youtube.com/@holosameryky>
18. Демократична Сокира [Електронний ресурс]-  
<https://www.youtube.com/@DemokratychnaSokyra>
19. Еспресо на ютуб [Електронний ресурс]-  
<https://www.youtube.com/@EspresoTv>

20. Курбанова LIVE[Електронний ресурс]-  
[https://www.youtube.com/@Kurbanova\\_LIVE](https://www.youtube.com/@Kurbanova_LIVE)

21. Ми зараз тестуємо модель переходу від парламентсько-президентської держави до президентської, – Корнієнко (доповнено)  
[Електронний ресурс]-  
[https://lb.ua/news/2023/09/28/576957\\_mi\\_zaraz\\_testuiemo\\_model\\_perehodu\\_vid.html](https://lb.ua/news/2023/09/28/576957_mi_zaraz_testuiemo_model_perehodu_vid.html)

22. Напад на квартиру журналіста Юрія Ніколова: поліція оголосила, що проводить перевірку [Електронний ресурс]-  
<https://detector.media/community/article/221738/2024-01-15-napad-na-kvartynu-zhurnalista-yuriya-nikolova-politsiya-ogolosyla-shcho-provodyt-perevirku/>

23. Підбір тегів для Youtube [Електронний ресурс]-  
<https://www.youtubebro.in.ua/pidbir-tegив-dlya-youtube-yak-pravylnooptymizuvaty-tegy-dlya-kanalu-ta-video/>

24. Правила спільноти ютуб [Електронний ресурс]-  
<https://support.google.com/youtube/answer/9288567?hl=uk>

25. Прямий на ютуб [Електронний ресурс]-  
<https://www.youtube.com/@pryamiy>

26. Рашкін Репорт [Електронний ресурс]-  
<https://www.youtube.com/@RashkinReport>

27. Роман Цимбалюк [Електронний ресурс]-  
<https://www.youtube.com/@RomanTymbaliuk>

28. Тилові пацюки Міноборони під час війни «пиляють» на харчах для ЗСУ більше, ніж за мирного життя [Електронний ресурс]–

<https://zn.ua/ukr/economic-security/tilovi-patsjuki-minoboroni-pid-chas-vijni-piljajut-na-kharchakh-dlja-zsu-bilshe-nizh-za-mirnoho-zhittja.html>

29. Яка форма правління для України наразі була б найефективнішою? [Електронний ресурс]–

<https://forbes.ua/lifestyle/koli-lyudina-kontsentrue-v-rukakh-vsyu-vladu-peretvoryuetsya-na-diktatora-yaka-forma-pravlinnya-dlya-ukraini-narazi-bula-b-nayefektivnishoyu-rozpovidae-analitikinya-tsentru-spilnikh-diy-oksana-zabolot-03102023-16413>

30. Алексей Гончаренко [Електронний ресурс]–  
<https://www.youtube.com/@AlexGoncharenko>

31. Вот Так [Електронний ресурс]–  
[https://www.youtube.com/@vot\\_tak](https://www.youtube.com/@vot_tak)

32. Денис Казанский [Електронний ресурс]–  
<https://www.youtube.com/@DenisKazanskyi>

33. И Грянул Грэм [Електронний ресурс]–  
[https://www.youtube.com/@i\\_gryanul\\_grem](https://www.youtube.com/@i_gryanul_grem)

34. Настоящее Время [Електронний ресурс]–  
<https://www.youtube.com/@CurrentTimeTV>

35. Популярная политика [Електронний ресурс]–  
<https://www.youtube.com/@Popularpolitics>

36. Тарас Березовец [Электронный ресурс]-  
<https://www.youtube.com/@Taras.Berezovets>
37. Ayder Muzhdabaev [Электронный ресурс]-  
<https://www.youtube.com/@AyderMuzhdabaev>
38. CEO Club Ukraine [Электронный ресурс]-  
<https://www.youtube.com/@CEOClubUkraine/featured>
39. Freedom [Электронный ресурс]-  
[https://www.youtube.com/@FREEDOM\\_TV](https://www.youtube.com/@FREEDOM_TV)
40. OmTV UA [Электронный ресурс]-  
<https://www.youtube.com/@OmTVUA>