

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОСТРОЗЬКА АКАДЕМІЯ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ СОЦІАЛЬНО-
ГУМАНІТАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ ТА PR-МЕНЕДЖМЕНТУ

Допущено до захисту
на засіданні кафедри журналістики та PR менеджменту
(протокол № 10 від 20 травня 2025 р.)
Завідувач кафедри _____ Роман ШУЛИК

Кваліфікаційна робота у формі медіапроекту
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
на тему: Відеопроєкт на Ютуб «Феномен «cancel culture» та як він працює в
Україні та світі»

Виконав студент 4 курсу, групи Ж-41
Спеціальності 061 «Журналістика»
Мокляк Станіслав Олександрович

Керівник – доцент, кандидат наук з
державного управління,
ШТУРХЕЦЬКИЙ Сергій
Володимирович

Рецензент – доцент, кандидат
психологічних наук,
КОСТЮЧЕНКО Олексій Миколайович

Острог, 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	2
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИБОРУ ІДЕЇ ТА ФОРМАТУ МЕДІАПРОЄКТУ.....	14
1.1. Обґрунтування вибору проблематики медіапроєкту.....	14
1.2. Проблематики медіапроєкту в джерелах та літературі.....	16
1.3. Формати та практичні кейси з вирішення окремих аспектів проблематики медіапроєкту.....	18
1.4 Обґрунтування вибору формату медіапроєкту.....	20
1.5 Класифікації медіапроєкту.....	21
Висновки до Розділу 1.....	23
РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ МЕДІАПРОЄКТУ.....	25
2.1. Управління змістом медіапроєкту.....	25
2.2. Управління часом у медіа проєкті.....	28
2.3. Управління ресурсами та закупівлями медіапроєкту.....	28
2.4. Управління вартістю медіапроєкту.....	30
2.5 Управління якістю медіапроєкту.....	31
2.6. Управління ризиками медіапроєкту.....	33
2.7 Управління командою медіапроєкту.....	34
2.8 Управління комунікаціями медіапроєкту.....	36
2.9 Моніторинг виконання медіапроєкту.....	37
Висновки до розділу 2.....	39
РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕДІАПРОЄКТУ.....	41
3.1 Проблеми з практичною реалізацією проєкту.....	41
3.2 Особливості реалізації медіапроєкту.....	42
3.3 Рекомендації щодо покращення розробки та реалізації медіапроєкту.....	43
Висновки до розділу 3.....	46
ВИСНОВОК.....	49
ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	54

ВСТУП

Актуальність теми медіапроєкту: Це дослідження потрібне для повного розуміння феномену культури відміни в умовах сучасного інформаційного простору, особливо, коли зараз відбувається його активний розвиток у світі.

Зростаючий вплив соціальних мереж та швидке поширення інформації роблять цей феномен головним фактором, який впливає на репутацію публічних осіб, брендів, а також на свободу слова. Також у межах дослідження особлива увага приділена аналізу того, як культура відміни працює на заході та в Україні. Незважаючи на спільні риси, важливо розуміти, що локальні особливості, історичні чинники або унікальна специфіка медійного простору значною мірою впливає на сприйняття та роботу цього феномену. Вплив соціальних платформ, а саме: Instagram, TikTok та YouTube — призводить до того, що окремі висловлювання чи дії популярних людей, або навіть звичайних користувачів можуть стати предметом обговорення, а в окремих випадках й осуду.

Дослідження «cancel culture» є актуальним з декількох причин. Насамперед, воно дозволяє проаналізувати механізми та динаміку функціонування явища, виявити ключові елементи, що сприяють виникненню і поширенню культури відміни. Також це дає змогу оцінити її вплив на українське суспільство, його моральні норми та сприйняття медіа. Аналіз цієї теми допоможе краще дослідити процеси утворення громадської думки, що відбувається під впливом медіа, зокрема у соціальних мережах.

Дане дослідження розглядатиме різноманітні прийоми інформаційного впливу та інструменти медійного тиску, а також проблеми етики, що виникають у процесі суспільного тиску на людину. Це, у свою чергу, дає змогу оцінити не лише ефективність «відміни», але й її потенційні загрози для демократичного розвитку суспільства, плюралізму думок та права на репутацію.

Крім того, вивчення цього явища потрібне для того, щоб створити поради з розвитку медіаграмотності серед людей. Це допоможе краще розуміти інформацію та не піддаватися маніпуляціям. Дослідження допоможе зрозуміти,

як «відміна» впливає на психологічний стан тих, кого вона торкнулася, а також на їхню роботу і життя в суспільстві. Також будуть розглянуті юридичні питання, пов'язані з «cancel culture», зокрема як захистити честь, гідність і репутацію, коли в інтернеті поширюють негатив. Важливо з'ясувати, як суди реагують на такі випадки та чи є дієві способи захиститися від несправедливих звинувачень.

Також, потрібно розуміти, що «cancel culture» — це не просто спосіб «покарання», а складне суспільне явище, яке може мати як хороші (наприклад, боротьба з дискримінацією, контроль над поведінкою публічних осіб), так і погані (цензура, цькування) наслідки. У майбутньому ця тенденція лише посилюватиметься, тому вже зараз важливо вивчати її вплив на демократію, свободу слова і права людини.

У сучасному українському суспільстві, яке активно формує свої демократичні інститути та цінності, розуміння феномену культури відміни є життєво необхідним. Особливо це актуально в умовах гібридної війни, коли інформаційні операції можуть використовувати механізми «cancel culture» для дестабілізації, розколу суспільства та дискредитації проукраїнських наративів.

Цей медіапроект стане важливим інструментом для підвищення медіаграмотності українців, навчить їх критично оцінювати інформацію, розрізняти маніпуляції та формувати власну об'єктивну думку. Це не лише про захист індивідуальних репутацій, а й про забезпечення національної безпеки та стійкості інформаційного простору України.

Проблема, яка вирішується в медіапроекті, є складною та потребує детального аналізу. У центрі дослідження знаходиться головне питання, а саме недостатній рівень знань механізмів роботи і потенційних етичних наслідків такого відносно, але вже впливового явища, як культура відміни. Цей феномен, що виник і почав активно розвиватися, в першу чергу в інтернеті, досі залишається малодослідженим у науковому та особливо в українському інформаційному полі.

Одним із ключових аспектів цієї проблеми є відчутна нестача об'єктивної, систематизованої та доступної інформації для широкої аудиторії, щодо природи культури відміни. Це стосується її витоків, мотивації, етапів створення та різноманітних форм, у яких вона проявляється.

У багатьох випадках суспільство стикається з поверхневим та спрощеним трактуванням цього явища. Нерідко інформація про культуру скасування подається в одному, а подекуди навіть викривленому вигляді, що, звісно ж, формує досить хибне уявлення про її справжню сутність.

Найчастіше люди, які є свідками численних прикладів «відміни» зірок шоу-бізнесу, політиків, чи будь яких інших медійних персон, найчастіше недостатньо розуміють контекст. Вони просто не володіють необхідним аналітичним інструментом для того, щоб критично осмислити те, що відбувається на їхніх очах. І, що найважливіше, вони, як правило, не усвідомлюють, які соціальні, психологічні та навіть історичні механізми стоять за цим явищем. Це не просто «скасування», це відображення складних суспільних процесів, що потребують детальнішого аналізу, ніж просто емоційна реакція на гучний заголовок.

Важливою складовою проблеми є відсутність комплексного вивчення впливу культури відміни на суспільні цінності. Мова йде, перш за все, про свободу слова, право на вільне висловлення власної думки, а також на професійне майбутнє. На жаль, у сучасному суспільстві ці важливі питання занадто часто залишаються на периферії. Вони поступаються місцем швидкому, емоційному осуду або ж, навпаки, сліпій підтримці однієї чи іншої сторони конфлікту.

Внаслідок такої ситуації кожен може стати об'єктами масової та нестримної критики. Це призводить руйнування репутації та, що найстрашніше, до втрати кар'єрних можливостей. При цьому, у таких випадках відсутні шанси на об'єктивну оцінку дій чи висловлювань, а можливість для реабілітації часто стає майже недосяжною. Це створює небезпечний прецедент, коли один необережний крок чи висловлювання може мати руйнівні та непоправні

наслідки для людини, незалежно від її справжніх намірів чи подальшої поведінки.

Важливою проблемою, яка також потребує обговорення, є недостатній огляд етичних дилем, що неминуче виникають у контексті культури відміни. Зокрема йдеться про надзвичайно складні питання справедливості, а також про межі допустимого «покарання» за публічні висловлювання чи вчинки. До того ж, часто ігнорується право на помилку, або другий шанс, чи можливість виправлення своїх дій.

Отже, основна проблема, яка розглядається у медіапроекті має комплексний характер. Вона стосується ключових питань сучасного суспільного життя, а також про те, наскільки сильною є колективна думка в епоху цифрових технологій. Саме тому вивчення та висвітлення феномену культури відміни є не лише важливим, а й надзвичайно значущим кроком до формування більш зрілого та свідомого інформаційного суспільства. Адже розуміння цих процесів допоможе краще орієнтуватися у складному світі сучасних медіа та будувати більш здорові взаємини у суспільстві.

Обґрунтування вибору формату медіапроекту: У сучасному світі, де переважає візуальний контент і де увага споживача дедалі більше зміщується в бік відео, особливо серед молодшої аудиторії, платформа YouTube виступає як ефективна, доступна та гнучка платформа для поширення медіапроекту.

Однією з ключових проблем, які намагається подолати цей проєкт, є брак об'єктивної інформації у доступній формі про природу та особливості проявів культури відміни як у світовому, так і в українському медіапросторі. Використання відеоформату дозволяє значно розширити межі подачі інформації: завдяки поєднанню візуальних елементів, аудіосупроводу, а також залучення різних типів наративу. YouTube, у свою чергу, як платформа з глобальним покриттям, надає можливість не лише охопити широку аудиторію, але й забезпечити зворотній зв'язок: коментарі, вподобайки, поширення відео.

Важливим аргументом на користь відеоформату є потенціал для створення глибокого аналізу складних тем, пов'язаних із впливом культури

відміни на людину, кар'єру, свободу слова та громадське життя. Формат відео дає змогу органічно поєднати розслідування, аналітику, особисті історії та культурний контекст.

Крім того, проблема етичних дилем, що пов'язані з феноменом, а саме межа між конструктивною критикою та справжнім цькуванням, питання справедливого покарання і права на помилку потребує не просто інформування, а залучення до рефлексії та діалогу. І саме відеоформат дозволяє створювати умови для емоційної взаємодії та може залучити глядача до активного осмислення теми.

Також варто наголосити, що на сьогодні YouTube вже став не лише розважальним ресурсом, а й повноцінним навчальною платформою, де відбувається інтенсивне поширення знань та розгортається обговорення суспільно значущих тем.

Отже, вибір відеоформату не є випадковим, а результат продуманого стратегічного рішення, яке враховує як інформаційні потреби цільової аудиторії, так і вимоги до доступності й актуальності подання контенту.

Мета медіапроєкту полягає у підвищенні обізнаності громадськості щодо феномену «cancel culture» як у світовому, так і в українському контексті. Проєкт спрямований на те, щоб не лише інформувати про суть цього явища, але й стимулювати глядачів до критичного осмислення його проявів, механізмів впливу та можливих наслідків.

У час, коли суспільна реакція часто формується під впливом емоційних меседжів у соцмережах, вкрай важливо формувати культуру відповідального медіаспоживання. Тому основна мета проєкту — не просто зафіксувати явище, а показати його складність, неоднозначність і наслідки для людини та суспільства загалом.

Задля досягнення зазначеної мети передбачено реалізацію низки завдань:

1. Обґрунтувати вибір проблематики відеопроекту. Першим кроком у межах проєкту стало аналітичне опрацювання обраної тематики. Це передбачало ознайомлення з актуальними дослідженнями, публікаціями та кейсами,

що стосуються «cancel culture». Було важливо проаналізувати, чому саме ця тема є релевантною для українського контексту — з огляду на активну діджиталізацію суспільства, посилення ролі соціальних мереж у формуванні суспільної думки та зростання кількості медійних скандалів.

2. Описати особливості управління ресурсами та закупівлями відеопроєкту. Успішна реалізація будь якого медіапроєкту, зокрема у форматі відео потребує раціонального підходу до управління ресурсами. Зокрема, йдеться про ефективне планування часу, бюджету, людських і технічних ресурсів. Було визначено обсяг необхідного обладнання для зйомок і монтажу, підраховано витрати на проєкт. Особливу увагу приділено забезпеченню якісного аудіо-візуального оформлення, що відповідає стандартам сучасного відеоконтенту.
3. Описати особливості управління якістю та ризиками відеопроєкту. Жоден проєкт, особливо у сфері медіа, не є застрахованим від потенційних загроз. Саме тому важливо розробити стратегію управління якістю та виявлення ризиків, які можуть вплинути на реалізацію відео. На етапі підготовки були враховані можливі перешкоди, пов'язані з технічними збоями. Також враховувались ризики, пов'язані зі сприйняттям чутливої теми глядачами. Були передбачені шляхи оперативного вирішення проблем, а також розроблені критерії контролю якості контенту — з точки зору достовірності, балансу думок і відповідності етичним нормам.
4. Здійснити моніторинг виконання відеопроєкту. Щоб забезпечити досягнення поставлених цілей у визначений час, необхідно впровадити постійний моніторинг етапів реалізації проєкту. Моніторинг охоплював усі фази: підготовку сценарію, зйомки, монтаж, фінальний перегляд і публікацію. Кожен з етапів контролювався з урахуванням попередньо визначених дедлайнів, а також проводився регулярний аналіз відповідності результату початковим цілям. Такий підхід дозволив оперативно виявляти слабкі місця, вносити необхідні правки та підвищити загальну якість відеопродукту.

5. Сформулювати рекомендації щодо покращення розробки та реалізації відеопроєкту. Завершальним стало формування низки практичних рекомендацій, які можуть бути застосовані як для вдосконалення поточного проєкту, так і для створення подібних медіапроєктів у майбутньому. Рекомендації охоплюють як технічні, так і змістовні аспекти: покращення структури сценарію, оптимізація процесу зйомок, використання інтерактивних елементів для залучення глядача, а також подальший аналіз реакції аудиторії. Окрема увага приділена адаптації складної інформації до формату, який буде зрозумілим та цікавим широкій публіці, з урахуванням вікових та соціокультурних особливостей глядачів.

Таким чином, реалізація проєкту має не лише практичну цінність як частина навчального процесу, а й суспільну — оскільки сприяє підвищенню медіаграмотності та етичної чутливості серед української аудиторії.

Об'єктом дослідження є процес створення відеопроєкту на платформі YouTube під назвою «Феномен «cancel culture» та як він працює в Україні та світі». Проєкт передбачає створення одного повноцінного відео, яке комплексно аналізує явище культури відміни крізь призму як світових прикладів, так і локальних українських випадків. Таким чином, проєкт виконує функцію не просто інформаційного продукту, а просвітницької ініціативи, яка дозволяє глибше зрозуміти логіку й наслідки цифрової справедливості та колективної етики.

У межах проєкту розглядаються відомі приклади «скасування» публічних осіб, які набули резонансу в медіапросторі. Такий підхід дозволяє не лише порівнювати механізми, за якими функціонує культура відміни в різних соціокультурних контекстах, а й побачити, наскільки глибоко це явище інтегроване в інформаційне поле України.

Увага приділяється не лише самій «відміні» як явищу, але й процесам, які їй передують та слідує за нею: роль медіа в розкручуванні конфлікту, реакція суспільства, можливості реабілітації особи, юридичний і психологічний

аспекти. Таким чином, об'єкт дослідження охоплює не лише технічні чи творчі аспекти створення медіапродукту, але й дослідження глибоких соціальних процесів, які проєкт намагається візуалізувати та донести до аудиторії.

У підсумку, створення відеопроєкту на платформі YouTube — це не просто формальна реалізація навчального завдання, а актуальна спроба через сучасний медіаінструмент подати складну соціальну тему у доступній, візуально привабливій та водночас змістовно насиченій формі.

Такий формат також дає змогу перевірити на практиці, як функціонує процес комунікації складної етичної теми з аудиторією, якою є її реакція, рівень залучення та дискусійність, а це, у свою чергу, відкриває простір для подальших досліджень і покращення навичок.

Предметом дослідження виступають аспекти виникнення, розвитку й функціонування цього явища, його вплив на окремих осіб, соціальні процеси та інформаційне поле загалом. Також аналізуються прояви культури відміни у різних соціальних та культурних середовищах. Окрім змістовного наповнення, увага приділяється методиці створення відеоконтенту: від написання сценарію й вибору стилістики подачі до візуального оформлення та комунікації з глядачами.

Також було проаналізовано прояви культури відміни у різних соціальних та культурних середовищах. Це включає вивчення, як «cancel culture» проявляється в політиці, шоу-бізнесі, науковому співтоваристві, а також у повсякденному житті звичайних людей.

Особлива увага приділяється порівняльному аналізу проявів культури відміни в західному та в українському контексті, враховуючи історичні, культурні та політичні особливості кожної країни. Це дозволяє виявити як універсальні, так і специфічні риси цього явища.

Окрім змістовного наповнення, увага приділяється методиці створення відеоконтенту: від написання сценарію й вибору стилістики подачі до візуального оформлення та комунікації з глядачами.

Виникнення феномену культури відміни тісно пов'язане з розвитком цифрових технологій та, зокрема, соціальних медіа. Дослідження занурюється в аналіз того, як платформи, такі як Twitter (X), Facebook, Instagram, TikTok та YouTube, стали основними майданчиками для його зародження та стрімкого поширення. Також досліджуються історичні передумови та соціальні рухи, наприклад, #MeToo та Black Lives Matter, які стали каталізаторами для усвідомлення громадськістю можливості колективного осуду та притягнення до відповідальності публічних осіб за їхні дії чи висловлювання, що суперечать суспільним нормам. Аналізується еволюція від традиційних бойкотів до сучасних онлайн-кампаній.

А вплив на окремих осіб є одним з найбільш чутливих аспектів дослідження. Медіапроект аналізує психологічні наслідки для тих, хто стає об'єктом «відміни»: стрес, депресію, втрату ідентичності, відчуття несправедливості та соціальної ізоляції.

Методологічна база дослідження: У межах реалізації медіапроекту, спрямованого на дослідження та висвітлення феномену «cancel culture» в Україні та глобальному медіапросторі, було використано комплекс методів дослідження.

За допомогою аналізу контенту здійснювалося вивчення численних матеріалів, розміщених у відкритому доступі на тему культури відміни. Такий аналіз дозволив виявити домінуючі наративи, характерні прийоми маніпуляції або захисту, а також розбіжності у висвітленні теми залежно від платформи і країни. Кейс-стаді було застосовано для детального розбору найбільш резонансних історій, пов'язаних з «відміною». Ці випадки включали як українських, так і закордонних осіб та брендів, що стали об'єктами масової критики, бойкотів чи репутаційного тиску. Кожен випадок розглядався з урахуванням причин, ходу подій, реакцій громадськості, правових та тичних наслідків. Це дозволило показати не лише абстрактні поняття, але й показати культуру відміни у дії.

Порівняльний аналіз застосовувався з метою співставлення проявів «cancel culture» у різних культурних контекстах. Зокрема, було проаналізовано

як відрізняється «скасування» у різних країнах, зокрема це США, Україна та Корея. Це дозволило виявити як спільні риси, так і національні особливості.

Узагальнення та класифікація стали завершальними етапами аналітичної роботи. Вони дозволили систематизувати отримані дані, а також ключові фактори, які впливають на культуру відміни. Це стало основою для формування структури самого відео та логіки подачі інформації.

Окрему базу дослідження становлять методи продакшену, які були адаптовані до потреби створення якісного, динамічного та зрозумілого відеоконтенту для платформи YouTube. Серед них: побудова кадру, режисура, звукозапис, кольорокорекція, а також монтаж.

Таким чином, методологічна база цього дослідження поєднує як класичні науково-дослідницькі методи, так і практичні інструменти медійного виробництва.

Наукова значущість цієї роботи полягає в тому, що вона сприяє кращому теоретичному розумінню феномену культури відміни як соціокультурного та медійного явища. Це включає аналіз того, як історичні та культурні чинники впливають на формування цього явища, а також вивчення його взаємозв'язку з іншими соціальними процесами, такими як розвиток громадської думки, медіаспоживання та формування ідентичності в цифрову епоху.

Дослідження дозволить виявити її вплив на суспільні процеси, а також внести вклад у розробку підходів до вивчення цифрової етики та свободи слова. Це стосується не лише очевидних наслідків для репутації та кар'єри окремих осіб, а й ширших ефектів на соціальну згуртованість, толерантність до відмінних думок та загальний стан демократії. Особливий акцент буде зроблено на впливі на українське суспільство, враховуючи його унікальний контекст, зокрема виклики, пов'язані з повномасштабною війною та інформаційною безпекою. Розуміння того, як «cancel culture» може бути інструментом гібридних впливів або внутрішніх конфліктів, є надзвичайно актуальним для України.

Дослідження також окреслить ключові етичні дилеми, що виникають у процесі «відміни» — такі як право на помилку, презумпція невинності в публічному просторі, межі відповідальності за висловлювання, що були зроблені в минулому, та справедливність «покарання». Це створить основу для подальших наукових дискусій щодо формування етичних стандартів поведінки в цифровому просторі та розробки ефективних механізмів саморегуляції медіа та користувачів.

Практична значущість полягає в тому, що результати дослідження можуть бути використані для створення освітнього та інформативного відеопроєкту, який підвищить обізнаність широкій аудиторії щодо «cancel culture». Таким чином, це дослідження не лише заповнює наукову прогалину у вивченні сучасних медійних тенденцій, а й має практичну користь для медійної спільноти й широкого загалу, пропонуючи глибше розуміння феномену, який продовжує змінювати публічний простор.

Для широкого загалу, медіапроект запропонує краще розуміння феномену, який продовжує змінювати публічний простір, впливаючи на свободу, соціальні взаємодії та формування громадської думки. Він дасть інструменти для усвідомленої участі в онлайн-дискусіях, допоможе уникнути необґрунтованих звинувачень та захистити власну репутацію в цифровому світі.

Результати дослідження та створений на їхній основі відеопроєкт стануть важливим внеском у побудову більш зрілого, етичного та стійкого інформаційного суспільства в Україні, сприяючи розвитку критичного мислення та відповідальності в епоху цифрових комунікацій.

Проект допоможе усвідомити цінність свободи слова в поєднанні з відповідальністю за свої висловлювання, що є фундаментом здорового демократичного суспільства. Цей медіапроект є внеском у розвиток критичного мислення серед української аудиторії, що дозволить їй ефективно орієнтуватися в складному сучасному інформаційному світі та брати активну, усвідомлену участь у формуванні майбутнього України.

Структура роботи: Кваліфікаційний проєкт складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та літератури.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИБОРУ ІДЕЇ ТА ФОРМАТУ МЕДІАПРОЄКТУ

1.1. Обґрунтування вибору проблематики медіапроекту

У зв'язку з динамічним розвитком медіа та зростання впливу соціальних мереж, де дискусії стають дедалі інтенсивними, спостерігається поширення явища, відомого як «cancel culture» (культура відміни/скасування). Це поняття вже зуміло стати невід'ємною частиною медіапростору, а його прояви дедалі частіше можна помітити як у західному, так і в українському суспільстві. Відповідно, дослідження та аналіз даної теми є обґрунтованим та має актуальність [1].

Феномен культури скасування можна охарактеризувати як суспільну реакцію, що набуває форми публічного бойкоту, засудження чи морального осуду певної публічної особи, організації або явища. Ключову роль у поширенні такої інформації відіграють соціальні мережі, які ефективно слугують інструментами для забезпечення масового розголосу. Як правило, «відміні» піддаються представники шоу-бізнесу, політики, інфлюенсери, а також бренди, чії дії або висловлювання викликають значне несхвалення з боку суспільства[8].

Тема культури скасування стає особливо гострою в умовах посилення поляризації суспільних настроїв, яка є невід'ємною рисою сучасного цифрового середовища. У межах громадського обговорення цей феномен оцінюється як інструмент для досягнення справедливості, проте водночас розглядається як потенційно деструктивне явище, що може спричинити негативні наслідки. Зокрема, американське видання The Atlantic (2020) зазначає, що «cancel culture» трансформувалося в сучасну форму онлайн глузування, зберігаючи при цьому функцію соціального регулювання [1].

Особливу цінність для вивчення зазначеної теми становить її неоднозначне сприйняття в різних країнах. Якщо у Сполучених Штатах

культура скасування вже тривалий час є предметом дискусій, то в Україні цей феномен лише починає набирати обертів [15]. Важливо відзначити, що в україномовному просторі поки що відсутня єдина, встановлена термінологія для опису цього явища, тому спостерігається своєрідна адаптації західних моделей до вітчизняних реалій. В українському контексті спостерігаються випадки, такі як суспільна реакція на діячів культури, що співпрацюють з Російською Федерацією під час повномасштабної війни, або ж висвітлення скандалів за участі інтернет-особистостей. Зазначені прояви, хоча й мають дещо видозмінену форму, чітко вказують на наявність схожих процесів у локальному медіапросторі.

У публікації Університету Центральної Флориди (UCF) зазначається, що культура скасування здатна одночасно сприяти підняттю важливих тем і створювати середовище тиску, коли навіть гіпотетичне припущення про порушення може призвести до руйнування репутації [13]. Це не лише обмежує свободу слова, спонукаючи до самоцензури, але й створює небезпечну ситуацію, де анонімні звинувачення або перекручені факти можуть стати основою для публічного осуду [12]. Ця подвійна природа робить культуру відміни одним із найбільш суперечливих феноменів сучасності.

Актуалізуючи проблему «cancel culture» особливої уваги заслуговує її вплив на молодіжну аудиторію. Ця група є найбільш активна та чутлива до сучасних соціальних трендів. Саме молодь становить значну частину користувачів соціальних платформ, які не лише споживають контент, а й беруть участь у його створенні та поширенні, створюючи новий медіапростір [7], [9]. У зв'язку з цим, важливим є створення контенту, що сприятиме формуванню критичного мислення, медіаграмотності та обізнаності про нові соціальні явища.

Враховуючи все вищезазначене, вибір теми культури відміни для медіапроєкту є цілком виправданим. Вона актуальна та відповідає потребам сучасної аудиторії. Це питання охоплює важливі етичні, соціальні та культурні аспекти, що вимагає його окремого розгляду в публічному просторі.

1.2. Проблематики медіапроекту в джерелах та літературі

У сучасному світі, де технології розвиваються надзвичайно швидко, феномен «cancel culture» став об'єктом численних досліджень та обговорень у наукових колах, засобах масової інформації та у суспільстві загалом [8].

Проблематика культури відміни вже висвітлена у працях соціологів, культурологів, а також журналістів, які аналізують сучасні тенденції. Це дає змогу впевнено стверджувати, що ця тема вже стала частиною наукового та публічного обговорення [8].

У літературі культура скасування розглядається як складне соціальне явище, що має як позитивні, так і негативні аспекти. З одного боку вона може служити суспільству та дозволяти висловлювати своє невдоволення щодо неприйнятних дій чи висловлювань публічних осіб. А з іншого боку, існує ризик надмірного осуду та обмеження свободи слова [8].

У дослідженні, опублікованому в журналі Political Studies, професорка Гарвардського університету Піппа Норріс аналізує ключові суперечності, що оточують культуру відміни. Вона зазначає, що дискусія фокусується на протиставленні двох поглядів: прихильники вважають її ефективним засобом для розширення прав маргіналізованих груп, тоді як опоненти вбачають у ній загрозу для свободи вираження поглядів та вільної дискусії [8]. Норріс також акцентує увагу на вирішальній ролі соціальних мереж у поширенні культури скасування. Також вона припускає, що теорія спіралі мовчання пояснює неохильність людей ділитися менш популярними поглядами в онлайн-середовищі через страх осуду. У контексті «cancel culture» теорія спіралі є особливо актуальною. Наприклад, користувачі постійно бачать, які дописи отримують багато схвальних коментарів, а які — критику або негативну реакцію. Це може посилювати їхній страх висловлювати непопулярну думку, оскільки «скасування» є яскравим прикладом соціальної ізоляції [12]. Таким

чином, люди можуть утримуватися від відкритої дискусії, побоюючись потрапити під публічний осуд.

У своїй книзі «The Cancel Culture Panic» Адріан Дауб розбирає, як феномен культури відміни поширюється у інформаційному просторі світу, розглядаючи це явище як прояв моральної паніки. Автор аналізує це явище з позиції критики, яка, на його думку, часто перебільшує масштаби та вплив культури скасування. Дауб стверджує, що цей феномен не є централізованим рухом та не має єдиної ідеології. Навпаки, це сукупність реакцій, які можуть проявлятися як у позитивний, так і в деструктивний спосіб [5].

В українському контексті культура скасування також набуває актуальності, особливо в умовах повномасштабної війни з Росією. У статті «Cancel Culture in Ukraine», опублікованій в The Economist, йдеться про те, як в Україні відбувається переосмислення історичної спадщини. Це проявляється зокрема через демонтаж пам'ятників російських діячів. Цей процес викликає багато суперечок про те які межі публічного засудження, і як це впливає на формування нашої національної ідентичності [15].

Крім того, у дослідженні «Ukrainian Cultural Front: The «Cancel Culture» Discourse» зазначається, що до культури відміни ставлення досить суперечливе [10]. Дехто бачить у ній шанс привернути увагу до несправедливості, дискримінації, а також захистити демократію та права людини. Але є й ті, хто побоюється, що це може завадити висловлюванням нормальної конструктивної критики.

Якщо в західному світі «cancel culture» часто пов'язана з питаннями расової, гендерної чи політичної рівності, то в Україні вона проявляється у контексті антиросійських наративів [6], [15].

Отже, аналізуючи наявну літературу та різноманітні джерела, можна прийти висновку, що культура скасування є багатогранним феноменом, який неможливо трактувати лише, як щось позитивне або негативне. Її ефективність та наслідки залежать від контексту, у якому вона застосовується, а також від масштабів суспільної реакції та висвітлення. Однак, незважаючи на відмінності,

об'єднуючою характеристикою є її дедалі більший вплив на публічний простір. Вона змінює правила взаємодії у суспільстві та формує нові форми відповідальності.

1.3. Формати та практичні кейси з вирішення окремих аспектів проблематики медіапроекту

Феномен «cancel culture» сьогодні відіграє важливу роль у медіапросторі, впливаючи на всіх — від відомих людей до брендів. Тому, щоб краще зрозуміти, як це явище працює і як можна вирішити пов'язані з цим проблеми, важливо вивчити різні формати подачі цієї теми та проаналізувати реальні ситуації.

Формати подачі теми «cancel culture» у медіа:

1. Документальні фільми: вони дозволяють краще зануритися в тему культури відміни та надають можливість ознайомитися з різними точками зору. Наприклад: «Speaking Frankly: Cancel Culture» (CBS Reports, 2020), «Cancelling: Cancel Culture» (Sky News Australia, 2020), «FREE SPEECH TO CANCEL CULTURE» (2020/2021);
2. Інтерв'ю: формат інтерв'ю дозволяє публічним особам висловити свою позицію щодо ситуацій, пов'язаних із «скасуванням»;
3. Аналітичні статті та блоги: письмові матеріали, опубліковані в авторитетних виданнях, дозволяють краще ознайомитися з феноменом культури відміни, його причинами та наслідками;
4. Соціальні мережі: Платформи, такі як YouTube, TikTok, Instagram, стали основними каналами поширення інформації, це стосується і «cancel culture». Короткі відео, меми та дописи швидко стають вірусними і формують громадську думку.

Практичні кейси вирішення окремих аспектів проблематики:

- Справа Шона «Diddy» Комбса. Американський музичний продюсер та репер Шон Комбс, відомий як P. Diddy, зіткнувся з численними звинуваченнями у сексуальному насильстві та торгівлі людьми. У 2023

році його колишня партнерка Кассі Вентура подала позов, звинувачуючи його у зґвалтуванні та фізичному насильстві. Після цього понад 60 осіб висунули подібні звинувачення проти Комбса. Судовий процес та обшуки в маєтках музиканта привернули значну увагу медіа, а Р. Diddy заявив, що став жертвою «cancel culture» [17]. Цей приклад демонструє, як культура відміни може вплинути і знищити кар'єру та репутацію публічної особи.

- **Скандал навколо Balenciaga.** У 2022 році модний бренд Balenciaga опинився в центрі скандалу через рекламну кампанію, в якій діти тримали плюшевих ведмедиків у BDSM-атрибутиці. Фото викликали хвилю обурення в соціальних мережах, а хештег #cancelBalenciaga став вірусним. У відповідь бренд вибачився та подав позов проти продакшн-компанії, відповідальної за зйомку, але згодом відкликав його, оскільки багато хто сприйняв позов як спробу бренду перекласти провину на інших і уникнути власної відповідальності. Balenciaga різко опустилася в авторитетних рейтингах. А багато знаменитостей, які раніше були обличчям бренду виступили з критикою та переглянули свої відносини з модним будинком [2], [16].
- **Мовний скандал за участю Маші Єфросиніної та Олі Полякової.** У 2022 році телеведуча Маша Єфросиніна та співачка Оля Полякова зазнали критики після заяви про ведення свого шоу російською мовою. Це викликало хвилю обурення в українському суспільстві, особливо в контексті повномасштабної війни. Згодом Єфросиніна визнала, що цей інцидент став для неї важливим уроком, який підкреслив необхідність відповідальності публічних осіб за свої висловлювання. Цей випадок наочно демонструє, що дії, слова і навіть вибір мови медійних персон має значний вплив на суспільну думку, особливо в періоди кризи [6].
- **Справа Джонні Деппа та Ембер Герд.** Голлівудський актор Джонні Депп став одним із найвідоміших прикладів культури скасування у 2020-2021 роках. Після звинувачень у домашньому насильстві від колишньої дружини Ембер Герд, багато студій, зокрема Warner Bros. та Disney, розірвали з ним

контракти. Це сталося попри те, що на той час судових рішень ще не було. Цей випадок викликав великий суспільний резонанс. Пізніше судові процеси показали, що ситуація була набагато складнішою. Були представлені докази та свідчення, які ставили під сумнів звинувачення Герд та, навпаки, вказували на те, що вона могла бути агресором у їхніх стосунках. Присяжні винесли рішення на користь Демпа, визнавши, що Ембер його обмовила [3].

Багато публічних осіб після «скасування» намагаються відновити свою репутацію через публічні вибачення, участь у благодійних заходах або створення контенту, створеного, щоб пояснити свою думку. Наприклад, актор Кевін Гарт після скандалу з гомофобними жартами вибачився та почав активно підтримувати ЛГБТ-спільноту. І саме такі дії можуть сприяти частковому відновленню довіри аудиторії.

Вивчення того, як висвітлюється культура скасування, а також аналіз конкретних випадків її прояву, показує складність цього феномену. Важливо завжди дивитися на контекст кожного кейсу, оскільки культура відміни може приносити як користь, так і шкоду суспільству та окремим людям.

1.4 Обґрунтування вибору формату медіапроєкту

Щоб ефективно донести інформацію до цільової аудиторії в сучасному середовищі, потрібно потрібно правильно обрати формат медіапроєкту. Зважаючи на особливості теми, її актуальність та запити молоді, відеопроект на YouTube є найбільш вдалим і виправданим вибором.

YouTube є однією з найпопулярніших відеоплатформ у світі, яка має понад 2,5 мільярда активних користувачів щомісяця [7], [9]. Більшість її аудиторії це люди віком від 25 до 34 років [13]. Це показує, що платформа є досить популярною серед молоді, яка є основною ЦА медіапроєкту. Крім того, користувачі є активними. У 2024 році середній щоденний час перегляду відео на YouTube становив приблизно 48 хвилин [13]. Цей показник свідчить про високий рівень

залученості аудиторії та доводить, що платформа підходить для розповсюдження контенту.

Вибраний відеоформат передбачає монолог/роздуми, які підкріплені візуальними матеріалами, а саме відеофрагментами і фотографіями. До того ж, відео має величезну перевагу над звичайним текстом – воно може викликати емоції. Відеоматеріал не просто надає сухі факти, а й створює атмосферу та надає настрій розповіді. Цей підхід дозволяє не лише донести інформацію до аудиторії, але й створити контакт з глядачем, що є дуже цінним при аналізі такої важкої теми, як культура відміни.

Важливим аспектом також є доступність ресурсу. YouTube є безкоштовною платформою, а для перегляду відео не потрібне складне програмне забезпечення. Це не обмежує коло потенційної аудиторії. Також, алгоритми платформи сприяють популяризації контенту завдяки системі рекомендацій. Платформа також надає можливість коментувати, вподобати та поширити відео. Це сприяє створенню спільноти навколо проєкту та стимулює до обговорення теми.

Таким чином, формат відеопроекту на платформі YouTube є найкращим вибором для реалізації медіапроекту, присвяченого культурі скасування. Цей формат вдало поєднує в собі доступність для широкої аудиторії, можливість для активної взаємодії та ефективність у донесенні інформації до глядача.

1.5 Класифікації медіапроекту

Класифікація медіапроекту є важливим етапом його створення. Вона дозволяє визначити формат, цільову аудиторію, сформулювати ключові завдання та методи поширення. Це не лише дозволяє краще зрозуміти суть проєкту, а й забезпечує більш ефективне планування його втілення та просування у медіапросторі.

Щоб визначити тип медіапроекту та його місце у сучасному інфопросторі, варто використати класифікаційну модель. Вона базується на декількох

критеріях: тривалість проєкту, його повторюваність, локалізація, спосіб подачі інформації та канал поширення. Нижче наведено типологію медіапроєкту «Феномен «cancel culture» та як він працює в Україні та світі» саме за цими критеріями:

1. За тривалістю проєктної діяльності: даний медіапроєкт відноситься до категорії середньої тривалості. Його підготовка потребує часу на дослідження теми, підбір відповідних прикладів, запис відео, а також монтаж і постпродакшн. Такий процес є складним та довгим, але він не передбачає постійної роботи, як, наприклад у студентського радіо чи газети.
2. За повторюваністю: проєкт є одноразовим. Він передбачає публікацію одного відеоматеріалу без продовження у вигляді серії чи циклу. Попри те, що тема може мати подальший розвиток, цей проєкт створюється як самостійний медіапродукт.
3. За локалізацією: проєкт можна класифікувати як загальнонаціональний. Хоча він ідоступний для всього світу, його зміст та подача орієнтована на українську аудиторію.
4. За формою подачі: реалізація проєкту здійснена у комбінованому форматі. Це означає, що він поєднує в собі відеоматеріали з текстовими поясненням, доповнюється графічними елементами, мамами та вставками з інших відео. Такий підхід покращує залученість аудиторії завдяки візуальній динаміці.
5. За каналом поширення: реалізується як інтернет-проєкт на платформі YouTube.

Отже, «Відеопроект на Ютуб «Феномен «cancel culture» та як він працює в Україні та світі» класифікується як інтернет-проект середньої тривалості з одноразовою публікацією. Він має загальнонаціональне охоплення та комбіновану форму подачі інформації.

Висновки до Розділу 1

Аналіз, проведений у першому розділі, дозволив сформулювати уявлення про теоретичні основи розробки медіапроєкту, присвяченого культурі скасування. Детальний розгляд цієї проблематики, її особливостей та класифікацію надав змогу закласти базу для практичної реалізації авторського проєкту. Він спрямований на висвітлення важливих соціальних і культурних тенденцій, зокрема тих, що стосуються громадського осуду. Цей проєкт спрямований на глибоке та об'єктивне висвітлення важливих соціальних і культурних тенденцій, зокрема тих, що стосуються колективного громадського осуду, його механізмів та наслідків. Він не просто констатує факти, а прагне до всебічного осмислення динаміки впливу цього явища на індивідуальну та колективну свідомість.

Актуальність теми культури відміни у сучасному медіапросторі зростає через вплив соціальних мереж. В умовах безперервного інформаційного потоку, потреба в детальному аналізі цього явища є надзвичайно важливою. В умовах безперервного, часто неконтрольованого, інформаційного потоку, потреба в детальному та неупередженому аналізі цього явища є надзвичайно важливою. Соціальні платформи перетворилися на своєрідні «народні суди», де відсутність традиційних інститутів правосуддя та швидкість поширення інформації можуть призводити до незворотних наслідків для репутації та життя людей. Цей розділ поглиблено досліджує, як саме алгоритми соціальних мереж, такі як ті, що використовуються Instagram, TikTok та YouTube, посилюють ефект «інформаційних бульбашок», сприяючи вірусному поширенню «відміни».

У процесі осмислення проблематики було визначено, що культура скасування не є звичайним феноменом. Її природа балансує між соціальною справедливістю та публічним цькуванням, між колективною відповідальністю та загрозою свободі слова. Це робить тему дослідження не лише складною, але й такою, що вимагає уважного підходу до фактів та усвідомлення контексту.

Вивчення літературних джерел показало, наскільки по різному трактується «cancel culture». І такий контраст у поглядах допоміг краще розібратися у темі та показав, що спосіб подачі інформації в медіа має величезне значення.

Особливу увагу приділено саме вибору відеоформату. Це пояснюється не лише технічними можливостями платформи YouTube, але і здатністю впливати на глядача: задіюючи зір, слух та емоції. Саме у такий спосіб подачі найкраще висвітлюється проблематика культури відміни. Відеоформат дозволяє використовувати візуальні метафори, анімацію, документальні кадри, інтерв'ю та особисті історії, що робить складну тему більш доступною та емоційно резонансною для широкої аудиторії. Це дає можливість не лише подати інформацію, але й передати тонкощі контексту, які часто губляться у текстових форматах.

Завдяки проведеному дослідженні можна сформулювати чітке бачення структури та жанру медіапроєкту. Також вдалося окреслити основну характеристику та обґрунтувати доцільність обраного підходу реалізації проєкту. А його основною метою є розглянути новий феномен з урахуванням українського контексту. Саме у такий комплексний спосіб подачі найкраще висвітлюється та розкривається багатшарова проблематика культури відміни. Отже, перший розділ роботи став не лише основою для створення медіапродукту, але й показав, як можна адаптувати складну суспільну тему для цифрового формату. Цей розділ є фундаментом для подальшої практичної реалізації проєкту, що має на меті не лише інформувати, а й формувати свідоме та відповідальне ставлення до комунікації в цифровому середовищі, сприяючи розвитку здорового та етичного інформаційного простору в Україні.

РОЗДІЛ 2

ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ МЕДІАПРОЕКТУ

2.1. Управління змістом медіапроекту

Життєвий цикл медіапроекту, на тему: «Феномен «cancel culture» та як він працює в Україні та світі», має багато етапів. А ефективне використання ресурсів допоможе досягти поставлених цілей та створити якісний контент.

Кожен етап цього циклу взаємопов'язаний і впливає на успішність проекту в цілому.

Планування. На етапі планування закладається фундамент усього проекту. Це фаза, де ідея набуває чітких обрисів, і визначаються стратегічні напрямки:

- Визначити основну ідею та мету проекту, а саме інформування молодшої аудиторії про культуру скасування. Метою є не лише надання інформації, а й сприяння формуванню критичного мислення та медіаграмотності, що дозволить глядачам об'єктивно оцінювати події в цифровому просторі;
- Створення дерева цілей: основна ціль створити відео, що розкриє феномен для молодшої аудиторії; другорядною ціллю є популяризація медіаграмотності;
- Визначення ЦА: люди від 16 - 30 років, активні користувачі соціальних мереж. Чітке визначення ЦА є критично важливим для адаптації контенту. Ця вікова група є найбільш вразливою до впливу «cancel culture», але водночас і найбільш відкритою до нових знань та дискусій;
- Розробка таймлайну проекту. Створення детального графіка робіт з визначенням конкретних термінів для кожного етапу – від ідеї до публікації та просування. Це забезпечить дисципліну та контроль за процесом;
- Аналіз потенційних ризиків. Оцінка можливих перешкод, таких як технічні проблеми, брак ресурсів або негативна реакція аудиторії.

Розробка стратегій мінімізації цих ризиків та наявність запасних планів є важливою частиною успішного управління проєктом.

Підготовка. Етап підготовки зосереджений на створенні всіх необхідних компонентів для виробництва контенту:

- Створення структури відео: вступ, теоретичний блок, кейси, висновки, заклик до обговорення;
- Написання сценарію. Ретельна розробка тексту для відео, що включає діалоги, закадровий голос, описи візуального ряду та графічних елементів;
- Пошук матеріалів, відео та фотографії для ілюстрації теми. Важливо забезпечити високу якість зображень та їх відповідність контенту, а також дотримання авторських прав. Це також включає пошук додаткових джерел інформації, цитат експертів та статистичних даних;
- Підготовка технічного оснащення: камера, мікрофон, світло. Забезпечення технічної досконалості є передумовою для професійного вигляду та сприйняття відеопродукту.

Виробництво. Етап виробництва — це безпосередня реалізація запланованого:

- Запис відео. Зйомка всіх необхідних кадрів відповідно до сценарію. Важливо контролювати якість кожного дубля, освітлення та композицію кадру;
- Запис звукового супроводу та коментарів. Чистота звуку є надзвичайно важливою для сприйняття інформації, тому цьому аспекту приділяється особлива увага;

Постпродакшн. На етапі постпродакшну всі окремі елементи зводяться воедино, набуваючи завершеного вигляду:

- Монтаж відео. Збірка всіх відеофрагментів, звукових доріжок та графічних елементів у єдиний послідовний відеоряд. Монтаж включає вирізання зайвих частин, з'єднання переходів, синхронізацію звуку та зображення, а також накладання графіки та титрів;

- Кольористика та обробка звуку. Корекція кольорової гами відео для досягнення естетичної привабливості та єдиної стилістики. Обробка звуку включає вирівнювання гучності, шумозаглушення, застосування ефектів та мастеринг для забезпечення чіткого та приємного для слуху звучання;
- Додавання субтитрів. Створення субтитрів українською мовою для доступності контенту;
- Фінальний перегляд для виявлення проблем. Ретельний перегляд готового відео всією командою для виявлення будь-яких помилок, невідповідностей, технічних проблем або неточностей у контенті. Це останній шанс виправити недоліки перед публікацією;

Просування. Етап просування є вирішальним для того, щоб створений контент досяг цільової аудиторії:

- Завантаження контенту на платформу. Публікація готового відео на обраній платформі (YouTube), оптимізація заголовка, опису та тегів для кращої видимості в пошуку. Важливо використовувати ключові слова, пов'язані з «cancel culture», медіаграмотністю, Україною та світом, щоб залучити релевантний трафік;
- Поширення відео через особисті соцмережі. Це включає створення коротких анонсів, тізерів, сторійз, що зацікавлять аудиторію та спонукатимуть до перегляду повного відео;
- Збір статистики переглядів та взаємодії. Ці дані будуть використані для подальшого покращення контенту, виявлення найбільш цікавих тем та оптимізації стратегії просування майбутніх відео;

Таким чином, ретельне проходження всіх етапів життєвого циклу проєкту, від первинної ідеї до аналізу результатів, гарантує створення не просто відео, а ' освітнього продукту, що має потенціал значно вплинути на інформаційну обізнаність української молоді щодо «cancel culture» та медіаграмотності в цілому.

2.2. Управління часом у медіа проєкті

Правильно використаний час є запорукою успішного виконання завдання. Особливо це актуально для роботи над відеопроєктом, що висвітлює складну тему. Під час виконання завдання важливо було не лише коректно розділи завдання, але й передбачити час для креативної роботи та редагування.

Розробка ідеї, формування цілей, вивчення аудиторії, придумування сценарію (лютий 2025)

Пошук прикладів, перевірка інформації, створення сценарію та візуальної концепції (березень 2025)

Зйомка відео, озвучка коментарів, пошук ілюстрацій (квітень 2025)

Монтаж, звукове оформлення та корекція (травень 2025)

Написання та редагування кваліфікаційної роботи (травень 2025)

Завдяки правильному та детальному управлінню часом, можна було рівномірно розподілити навантаження на всіх етапах проєкту. Це забезпечило б достатньо часу для кожної фази роботи та дозволило б підходити до кожного завдання з максимальною концентрацією та якістю. Такий підхід не тільки гарантує досягнення поставлених цілей проєкту, але й мінімізує ризики вигорання та стресу, дозволяючи працювати ефективно та креативно протягом усього життєвого циклу медіапроєкту. Зрештою, це є запорукою створення високоякісного контенту, що матиме значний вплив на цільову аудиторію.

2.3. Управління ресурсами та закупівлями медіапроєкту

Підготувати та створити будь-який медіапроєкт потребує не лише креативності, але і ефективного використання різних ресурсів. У реалізації проєкту, присвяченого культурі відміни, була застосована стратегія максимальної оптимізації витрат без шкоди для якості контенту. Це дозволило успішно втілити задум в життя, маючи обмежений бюджет.

Платформа на якій публікується матеріал є безкоштовною, тому не потребує додаткових витрат. Основне обладнання, для роботи це смартфон та ноутбук. Сучасні телефони здатні записувати відео у високій якості, що зробило їх цілком достатніми для досягнення поставлених цілей. Ноутбук служив для написання сценарію, пошуку інформації та монтажу. Додаткові витрати були здійснені на світло (кільцева лампа) для покращення зображення — 500 грн. Також був придбаний новий штатив для стабілізації камери — 300 грн. Ці мінімальні фінансові вкладення мали значний вплив на кінцевий результат.

Монтаж здійснювався у безкоштовній версії VN, що є чудовим рішенням для початківців та дозволяє виконувати всі базові операції з редагування. А візуальне оформлення у Canva та Photoshop. Canva надала широкий вибір шаблонів та елементів для швидкого та якісного дизайну, тоді як Photoshop використовувався для більш детальної обробки зображень та створення унікальних візуальних ефектів. Для наповнення інформаційних ресурсів використовувалися відкриті джерела і аналітичні матеріали.

Людський ресурс був представлений однією людиною. Робота над сценарієм, зйомка та весь продакшн виконувалися автором проєкту, тому це безцінно. Це вимагало значної самовіддачі, дисципліни та багатопрофільної компетенції. Відсутність витрат на оплату праці команди дозволила утримати бюджет в рамках мінімуму.

Завдяки такому раціональному та оптимізованому підходу вдалося забезпечити проєкт на достатньому технічному та інформаційному рівні, не виходячи за межі реального, мінімального бюджету. Навіть такі мінімальні фінансові інвестиції, як 800 гривень, зуміли суттєво підвищити якість відео, зробивши його більш професійним та привабливим для цільової аудиторії. Це підтверджує, що для створення якісного медіапродукту в сучасних умовах не завжди потрібні великі фінансові вливання — достатньо креативності, ефективного планування та вміння використовувати доступні ресурси.

2.4. Управління вартістю медіапроєкту

Найціннішим ресурсом у створенні відео став саме час. Загальна кількість годин, присвячених роботі над проєктом, складає орієнтовно 60 годин.

На пошук, обробку інформації та написання сценарію було витрачено близько 24 годин. Цей етап є фундаментом будь-якого якісного медіапродукту. Він включав занурення в тему «cancel culture», збір та перевірку даних з авторитетних джерел, аналіз українського та світового досвіду, а також структурування матеріалу та його адаптацію під формат сценарію.

На саму зйомку відео пішло приблизно 6 годин. Цей етап вимагав організації простору, налаштування обладнання (світло, мікрофон, камера), безпосередньо запис матеріалу згідно зі сценарієм. Хоча це здається невеликою частиною загального часу, ефективність на цьому етапі залежить від ретельної підготовки.

Монтаж та постпродакшн зайняв до 30 годин. Це був найбільш трудомісткий етап, що включав склеювання відзнятих кадрів, додавання графіки та анімації, корекцію кольорів, звукове оформлення, а також фінальний перегляд і доопрацювання. Саме на цьому етапі сирий матеріал перетворюється на готовий, естетично привабливий та інформативний продукт.

З урахуванням ринку праці можна дізнатися умовну вартість медіапроєкту. Для такого розрахунку була врахована погодинна зарплата SMM-спеціаліста (172 грн/год) та відеомонтажера (140 грн/год). Таким чином, загальна умовна вартість праці та створення медіапроєкту, розрахована на основі 60 витрачених годин за середньою ставкою 156 грн/год, становить 9 360 гривень.

Цей розрахунок демонструє, що навіть при мінімальних прямих фінансових витратах на обладнання (800 грн), ключову цінність проєкту становить саме інтелектуальна та часова інвестиція автора. Розуміння цієї умовної вартості підкреслює високу цінність створеного контенту та важливість кваліфікованої праці у сфері медіавиробництва.

2.5 Управління якістю медіапроєкту

Якісний медіапродукт, це не лише чітке зображення та відсутність помилок, а й сукупність різних факторів, які впливають на його успішну реалізацію. У випадку з відео на YouTube про культуру скасування, особлива увага приділялася не лише на візуальне оформлення, а також і дослідженню темі та логіці викладу матеріалу.

Основні чинники, що впливають на якість проєкту:

- Актуальність теми. Питання культури відміни досі викликає активне та інтенсивне обговорення в суспільстві, як в Україні, так і за її межами. Це свідчить про його значний соціальний запит та важливість для формування сучасної суспільної свідомості. Вибір такої теми автоматично підвищує інтерес аудиторії, але й накладає відповідальність за об'єктивність та правильну подачу інформації.
- Планування та структура. Перед стартом безпосередньої роботи над відео був сформований чіткий і деталізований план сценарію. Це дозволило уникнути хаотичної подачі інформації, забезпечило логічну послідовність викладу матеріалу та структурувати весь наратив. Наявність продуманої структури допомагає глядачеві легше сприймати складну інформацію та утримувати увагу.
- Дослідження. Усі твердження, факти та висновки, представлені у відео, базуються виключно на відкритих джерелах, авторитетних аналітичних матеріалах, наукових дослідженнях та статистиці. Кожне твердження було ретельно перевірено, щоб забезпечити максимальну достовірність та уникнути поширення неперевіреної або спотвореної інформації. Це є фундаментальним принципом для освітнього контенту, особливо на таку чутливу тему.
- Якість подачі. Відео створено з урахуванням специфіки платформи YouTube. Динамічний, логічний та естетично привабливий монтаж, який

утримує увагу глядача та полегшує сприйняття інформації. Чистий звук, відсутність сторонніх шумів, правильне балансування голосу та музичного супроводу, що забезпечує комфортний перегляд. Використання якісних ілюстрацій, анімацій та інших візуальних елементів, які доповнюють інформацію та роблять її більш зрозумілою та цікавою. У сукупності все це забезпечує кращу взаємодію з глядачем та посилює його залученість.

- Емоції. Важливо було не лише надати суху інформацію, а й викликати емоційний відгук та отримати зворотній зв'язок від аудиторії. Проєкт прагнув спровокувати роздуми. Емоційне залучення сприяє глибшому запам'ятовуванню матеріалу та формуванню особистісної позиції.

Методи контролю якості, які були застосовані у проєкті:

1. Саморедагування. Після завершення кожного етапу монтажу, відео переглядалося автором декілька разів. Цей процес дозволив виявити та виправити логічні прогалини, технічні помилки, наприклад, проблеми зі звуком, зображенням, переходами, а також перевірити відповідність сценарію загальній концепції. Саморедагування є першим, але дуже важливим фільтром якості.
2. Пілотний перегляд. Спочатку відео продемонструвалося невеликій групі людей (5 осіб), щоб побачити реакцію. Це критично важливо для виявлення «сліпих плям» автора.
3. Зовнішній фідбек. Після публікації відео на YouTube активно відстежувалася реакція аудиторії через коментарі, лайки, дизлайки, репости та аналітику платформи. Цей фідбек дозволив оцінити якість контенту з позиції глядача, зрозуміти, наскільки успішно були досягнуті поставлені цілі, які аспекти викликали найбільший відгук, а що, можливо, потребує подальшого роз'яснення у майбутніх матеріалах.

У підсумку, якість медіапроєкту про культуру скасування залежить від детальної та послідовної роботи на кожному етапі його життєвого циклу. Відео не лише інформує глядачів про складний соціальний феномен, а й викликає

емоції, змушує задуматися та критично оцінювати власну поведінку в цифровому просторі. Це стало можливим завдяки надзвичайно уважному підходу до написання сценарію, професійній організації зйомки, ретельному монтажу та постійній перевірці всіх деталей. Такий комплексний підхід до забезпечення якості є запорукою створення не просто інформативного, а й впливового медіапродукту, що сприяє розвитку медіаграмотності та критичного мислення в українському суспільстві.

2.6. Управління ризиками медіапроєкту

Жоден медіапроєкт не застрахований від ризиків. Навпаки, чим гостріша тема, тим більше викликів може з'явитися у процесі створення контенту. А проєкт на тему культури скасування не є винятковим, тому що відео стосується явища, що викликає багато суперечок у суспільстві.

Одними із перших викликів стали технічні умови. Під час створення медіапроєкту траплялися перебої з електропостачанням, нестабільний інтернет, складнощі з обробкою великих відеофайлів. Усе це сильно уповільнювало динаміку роботи. Монтаж затягувався, а публікація переносилася. Особливо це відчувалося під час фінальних етапів, коли кожна хвилина мала значення. Тому важливим рішенням стало завчасне планування часу на непередбачувані обставини, а також наявність павербанку та збереження всіх матеріалів у хмарі.

Другий ризик пов'язаний із фінансами. Хоч проєкт був переважно самостійним, усе ж потребувало додаткових витрат. Наприклад, на освітлення, штатив і пам'ять на телефоні. Це все непланові витрати, які без попереднього резерву могли б поставити під загрозу якість роботи. Щоб цього уникнути, було вирішено заздалегідь сформувати мінімальний бюджет і не економити на технічних моментах.

Окрему увагу потрібно звернути на авторське право. Відео, що містить цитати або фрагменти виступів відомих особистостей, може бути заблоковане, якщо порушені умови використання. Тому ще на етапі сценарію було прийнято

рішення уникати прямого копіювання й максимально адаптувати матеріали: використовувати короткі фрагменти, зробити їх відповідно до принципів добросовісного використання, а також обов'язково зазначати авторів і джерела.

Соціальна складова теж відіграє важливу роль. Культура відміни — це тема, що розділяє думки, і тому завжди існує ризик публічної критики, негативних коментарів або навіть звинувачень. Цей ризик посилюється ще й тим, що відео публікується у відкритому доступі на платформі YouTube. Тому важливо не лише створювати контент, а й бути морально готовим до будь-якої реакції. Для цього була розроблена проста стратегія взаємодії з аудиторією, а саме не вступати в суперечки, дякувати за конструктивні коментарі та не реагувати на відвертий гейт.

Також варто згадати ще один неочевидний, але важливий аспект — емоційне вигорання. Проєкт вимагав тривалої зосередженості, постійного перебування в інформації, яка часом є токсичною або важкою за змістом. Це створювало додаткове навантаження, з яким не завжди легко впоратися. У таких випадках допомагала зміна виду діяльності: невеликі перерви, або навіть просто музика у навушниках. Іноді важливо не тиснути на себе, а дозволити трохи перепочити, щоб зберегти якість роботи.

Загалом управління ризиками у медіапроєкті — це не лише здатність запобігти труднощам, а й вміти швидко реагувати на обставини. Чітке планування, адаптивність і обачність дозволяють мінімізувати вплив негативних факторів і досягти поставлених цілей попри виклики.

2.7 Управління командою медіапроєкту

Створення повноцінного медіапроєкту, особливо у форматі відео, потребує великої кількості зусиль, часу та техніки. У професійному середовищі над подібними проєктами зазвичай працює команда з кількох фахівців, кожен з яких відповідає за окремий напрям. Для прикладу, команда медіапроєкту може включати:

- **Контент-стратег.** Цей фахівець відповідає за формування основної ідеї та стратегічного бачення проєкту, визначення його ключових цілей, вибір теми, що резонує з аудиторією, та формулювання основних меседжів, які проєкт має донести до глядача. Він задає загальний вектор розвитку.
- **Сценарист.** Його роль полягає у створенні детального тексту для озвучки, прописуванні коментарів, діалогів та логічних переходів між розділами відео. Сценарист перетворює ідею в послідовну та захопливу розповідь.
- **Оператор.** Цей спеціаліст займається безпосередньо відеозйомкою, включаючи розстановку освітлення, вибір ракурсів, кадрування та забезпечення високої технічної якості зображення. Від його роботи залежить візуальна привабливість контенту.
- **Звукорежисер.** Відповідає за чистоту та якість звукового супроводу, запис голосу, зведення звукових доріжок, шумозаглушення та підбір відповідного музичного оформлення, що підсилює емоційний вплив відео.
- **Монтажер.** Це фахівець, який редагує та поєднує фрагменти відео, створюючи динамічний та логічний відеоряд. Він працює над ритмом, переходами, додаванням графіки та візуальних ефектів.
- **Дизайнер.** Створює всі візуальні елементи медіапроєкту: обкладинку відео, заставки, графіку, анімацію, що відповідають загальній стилістиці та бренду проєкту.
- **SMM.** Займається просуванням контенту в соціальних мережах, залученням аудиторії, аналізом її реакції та комунікацією з глядачами, відповідаючи на коментарі та стимулюючи обговорення.

Але у реальності авторських проєктів, які виконуються в межах кваліфікаційної роботи, ці ролі виконує одна людина. Тобто управління командою зводиться до самоменеджменту. Це планування власного часу, розподіл завдань та робота над технічною і творчою діяльністю.

Важливим етапом роботи, що став запорукою успіху, було саме ретельне планування роботи. Заздалегідь було чітко визначено, скільки часу потрібно на

кожен етап: на написання сценарію, на зйомку матеріалу, на складний процес монтажу та постпродакшну, а також на пошук та перевірку джерел інформації. Такий підхід дозволив уникнути поспіху, оптимізувати робочий процес та забезпечити високий стандарт якості.

Таким чином, цей медіапроект було успішно реалізовано повністю самотійно, а автор, тобто я, виконував функції одразу кількох фахівців, що зазвичай працюють у команді. Це потребувало високого рівня самоконтролю, дисципліни, багатозадачності та значної стресостійкості. Автор демонстрував здатність не тільки до творчого мислення та аналітичної роботи, а й до ефективного технічного виконання.

Це означає, що управління командою в умовах індивідуальної роботи вимагає навчитися поєднувати та перемикати різні ролі максимально ефективно, щоб зберегти безкомпромісну якість на всіх етапах виробництва — від зародження ідеї до фінального просування. Це підкреслює не лише самотійність автора, а й його готовність до професійної діяльності, де вміння управляти власними ресурсами є однією з ключових компетенцій.

2.8 Управління комунікаціями медіапроекту

Ефективна комунікація є однією з ключових складових успішного проекту, незалежно від його масштабу або платформи реалізації. В контексті медіапроекту, що присвячений темі культури скасування, управління комунікаціями почалося з чіткого визначення цілей і очікувань. Завданням було не просто створити інформативне відео, а побудувати довіру, сформувані зацікавлену аудиторію, донести складну тему у доступній формі та забезпечити подальше поширення контенту.

Спочатку була розроблена контент стратегія, яка передбачала вибір резонансних тем з потенціалом для поширення. Також був визначений формат подачі, а саме відео із візуальними ставками та цитатами. І саме такий підхід допоміг утримати увагу глядача та глибше зануритися в тему відео.

Ключовим елементом комунікаційної політики стало візуальне оформлення. Була розроблена єдина стилістика, що включала шрифти, обкладинку та переходи. Це забезпечило впізнавану естетику, яка підкреслювала серйозність теми, але водночас залишилася привабливою для молоді.

Також особливу увагу було приділено способам взаємодії з аудиторією. Крім самого відео, на платформі YouTube була передбачена можливість для коментування. Для посилення охоплення було використано тематичні хештеги, а також розглянуто потенційну можливість співпраці з іншими блогерами.

Управління комунікаціями охоплювало й внутрішні процеси обміну інформацією: планування, регулярне оновлення проєкту та відстеження реакції глядачів. Цей процес проходив у кілька етапів, а саме збір матеріалів, їх обробка, адаптація до формату платформи, публікація та подальший моніторинг. Було важливо забезпечити безперервність передачі інформації та відкритість до зворотного зв'язку. Аналітика відігравала ключову роль: після публікації контенту був відстежений показник та середній час перегляду. Це дозволило оцінити загальну ефективність комунікаційної стратегії.

Управління комунікаціями у межах цього медіапроєкту охоплювало як зовнішню взаємодію з аудиторією, так і внутрішню організацію творчих та виробничих процесів. Воно стало не просто частиною реалізації, а фундаментом для того, щоб тема культури скасування була донесена чітко, логічно та максимально доступно для цільової аудиторії.

2.9 Моніторинг виконання медіапроєкту

Моніторинг виконання є невід'ємною частиною реалізації будь-якого медіапроєкту, оскільки він дозволяє відстежити ступінь досягнення поставлених цілей, своєчасно виявити недоліки та адаптувати стратегію відповідно до реальних обставин. У процесі роботи над відеопроєктом система

моніторингу охоплювала декілька рівнів: організаційний, контентний, технічний та комунікаційний.

Першим етапом стало фіксування всіх ключових рішень та кроків. Такий підхід дозволив не тільки мати повну хронологію роботи, а й обґрунтовано оцінити вкладені зусилля.

Значну увагу було приділено моніторингу змістової частини проєкту. Кожен блок відео окремо аналізувався на відповідність поставленим меті та стилістиці. Було проаналізовано, чи матеріал справді відповідає темі культури скасування, чи він несе актуальне смислове навантаження і чи є достатньо прикладів та наскільки вони репрезентативні. Окрім того, моніторинг охоплював перевірку аудіовізуального ряду, синхронізацію звуку, якість монтажу, а також оптимізацію тривалості ролика.

Комунікаційна частина також супроводжувалася безперервним моніторингом. На етапі тестового поширення контенту серед обмеженої аудиторії було зібрано усні й письмові відгуки, які допомогли побачити, як саме сприймається тематика культури скасування. Це були живі розмови, реакції в особистих повідомленнях, коментарі у соцмережах, а також вербальні відгуки під час обговорень із друзями. Особливо цінними виявилися критичні зауваження, що стосувалися викладу та ступеня складності окремих тез, адже це дозволило скоригувати темп і спростити спосіб подачі інформації.

Після публікації відео на платформі YouTube було відстежено охоплення, а також рівень взаємодії. Ці показники допомогли нам оцінити, наскільки відео переглядається до кінця та чи тримає увагу цільової аудиторії. На основі зібраних даних було зроблено висновки щодо ефективності контенту та комунікаційної стратегії в цілому.

Окрему роль відіграли канали поширення. У рамках проєкту активно використовувалися соціальні мережі, зокрема Instagram.

Моніторинг виконання проєкту був динамічним. Усі зібрані дані, реакції та висновки не лише документувалися, але й використовувалося для

доопрацювання проєкту. Це забезпечило його адаптацію та кращу відповідність очікуванням аудиторії.

Такий підхід довів свою ефективність у забезпеченні якості та впливовості контенту.

Висновки до розділу 2

У другому розділі було досліджено, як створювалося відео про культуру скасування. Це дало змогу зрозуміти специфіку та управління медійного проєкту в умовах обмежених ресурсів, але з високими вимогами до якості контенту. Практичний досвід, отриманий під час реалізації цього проєкту, став цінним джерелом для формулювання ключових висновків.

Проведений аналіз етапів реалізації проєкту дозволив сформулювати низку важливих висновків. Передусім, управління змістом медіапроєкту потребує ретельного балансування між інформативністю та емоційністю. Важливо не лише викладати факти, але і подавати їх у правельному контексті, з поясненням причин та наслідків. Мета полягає в тому, щоб контент не тільки інформував, а й викликав емоційний відгук, спонукав до роздумів та критичного осмислення.

Написання сценарію, пошук відповідних прикладів, монтаж і візуальна стилістика — всі ці компоненти є взаємопов'язаними та впливають на загальну якість продукту. Було з'ясовано, що якісний медіапроєкт неможливий без системного планування, критичної самооцінки і тестування контенту на різних етапах. Це дозволяє своєчасно виявляти та виправляти недоліки, забезпечуючи високий стандарт фінального відео.

Окрема увага була приділена аналізу ризиків. В умовах соціально чутливої тематики та специфіки українського інформаційного простору, до основних викликів можна віднести ризик хейту чи спотворення сенсів. Було розроблено багато механізмів для зниження цих ризиків. Зокрема це контроль достовірності інформації, дотримання балансу думок та нейтральність у подачі

матеріалу. Також акцент було зроблено на нейтральності та об'єктивності у подачі матеріалу, уникаючи емоційно забарвлених оцінок та суджень, які могли б спровокувати конфлікт.

У розділі також було окреслено роль команди, що створює медіапроект. Попри те, що в цьому випадку всі функції виконував один автор. Знання цих ролей дозволило ефективніше планувати обсяг роботи, розподіляти відповідальність та визначати напрямки для майбутнього розвитку.

Ще одним важливим аспектом стала організація комунікацій. Правильно побудована стратегія — це не просто інструмент залучення аудиторії, а й механізм зворотного зв'язку, що дає змогу оперативно реагувати на реакцію глядачів.

Моніторинг виконання проекту підтвердив, що контроль на всіх рівнях дозволяє уникнути суттєвих помилок і своєчасно коригувати дії. Використання простих інструментів стало основою самодисципліни і послідовності реалізації.

Загалом, успішна реалізація відеопроєкту про культуру скасування продемонструвала, що навіть авторський проєкт, виконаний індивідуально, може досягнути високого якісного рівня. Для цього потрібен системний підхід до управління, значна гнучкість у реагуванні на виклики, а також глибокий аналіз цільової аудиторії та її потреб. Отриманий досвід стане цінною основою для подальшої професійної реалізації в медійній сфері.

РОЗДІЛ 3

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕДІАПРОЄКТУ

3.1 Проблеми з практичною реалізацією проєкту

Створення відеопроєкту виявило багато труднощів, які виникли на різних етапах його підготовки та створення. Ці труднощі вимагали не лише гнучкого підходу до менеджменту, але й креативного вирішення непередбачуваних проблем.

Хоча тема проєкту здавалася зрозумілою та актуальною, визначити правильний напрям подачі матеріалу виявилось складною. Потрібно було знайти баланс між аналітикою та динамікою відеоформату, водночас зберігаючи нейтральність та об'єктивність, особливо щодо деяких прикладів.

Для створення відео потрібно було зібрати багато різних матеріалів. Це і фрагменти інтерв'ю, публічні заяви, новини, дописи із соцмереж тощо. Проте обмеження авторських прав та складність пошуку достовірних джерел суттєво ускладнили цей процес. Частину матеріалів довелося змінювати або перефразовувати, щоб уникнути правових ризиків.

Розробити якісне візуальне оформлення було одним із найбільш ресурсозатратним етапом. Пошук драматичної, проте не нав'язливої фонові музики, створення обкладинки та стилістично однакового візуального ряду вимагали як технічних навичок, так і художнього чуття. Оскільки проєкт виконувався однією особою, виникала значна втома від одночасного виконання багатьох ролей: сценариста, редактора, дизайнера, відеомонтажера та SMM-менеджера.

Тема культури скасування досі залишається гострою і часто викликає суперечливі емоції. Через це було складно зберігати тональність відео в межах конструктивного діалогу, уникаючи надмірного моралізаторства або, навпаки, знецінення проблеми. Також постала дилема: як говорити про «cancel culture»,

не потрапляючи у пастку власного осуду чи упередженості щодо «відмінених» осіб.

Оскільки відео орієнтоване на молодь, важливо було зробити його динамічним, структурованим і водночас зрозумілим. Проте просування у соцмережах обмежилось лише органічним охопленням. Через брак фінансів на таргетовану рекламу або співпрацю з інфлюенсерами відео не змогло отримати широкого охоплення.

Через поєднання навчання, роботи та створення проєкту виникали часові затримки. Створення сценарію, запис аудіо, монтаж, перевірка джерел і коригування відео — все це вимагало значних витрат часу й енергії. І хоча проєкт був реалізований у повному обсязі, його потенціал можна було б розкрити ширше при наявності команди або додаткової допомоги.

Оцінити ефективність відеопроєкту стало викликом, оскільки більшість відгуків, які надходили, були або поверхневими, або емоційно забарвленими. Це ускладнювало розуміння того, чи вдалося досягти поставленої мети, а саме викликати осмислення проблеми культури скасування, а не просто спровокувати реакцію.

3.2 Особливості реалізації медіапроєкту

Створення відеопроєкту виявилось значно складнішим ніж здавалося на перший погляд. У процесі роботи постійно доводилося балансувати між емоціями та фактами. Робота над відео змусила постійно шукати тонкий баланс між журналістськими стандартами та потребою зробити контент зрозумілим, живим та цікавим. Важливо було не лише подати інформацію, а й створити атмосферу, яка б допомогла глядачеві замислитися, а не просто спожити готову думку.

Культура скасування — це не просто «інтернет-скандали». За кожною історією стоять реальні люди, репутації, наслідки. Саме тому при відборі

прикладів важливо було не скотитися в моралізаторство, а зберегти людяність і дати глядачеві простір для висновків.

Хоч тема передбачає певну соціальну критику, головним завданням було не «викрити», а пояснити. Тож у відео було зроблено акцент на аналізі феномену, а не на осуді окремих персон. І навіть емоційні приклади подавались із роз'ясненнями й контекстом, а не перебільшеним драматизмом.

Потрібно було не просто зібрати інформацію, а ще й зробити її цікавою візуально. Ритм подачі, переходи, звук — усе це мало впливати на сприйняття теми, не перевантажуючи при цьому глядача.

Весь проєкт, від пошуку матеріалів до фінального рендеру, виконувався однією людиною. Це не лише виклик, а й особливість, яка дозволила зберегти єдиний стиль і бачення. Водночас — це вимагало багатозадачності.

Цільова аудиторія є переважно молодь, яка не дивиться нудного контенту. Це означало, що темп відео мав бути швидким, мова живою, а приклади актуальними. Також було важливо не втратити змістовність у гонитві за динамікою.

Проєкт створювався майже без фінансування. Втім, саме ці обмеження підштовхнули до креативних рішень: імпровізованої студії, нестандартних ракурсів та економії на всьому, окрім якості.

3.3 Рекомендації щодо покращення розробки та реалізації медіапроєкту

Розробка та реалізація медіапроєкту — це не лише творчість чи технічні навички. Це складний процес, що поєднує планування, управління, аналіз, та постійну комунікації з аудиторією. А під час роботи над власним відеопроектом було виявлено багато труднощів. І на основі отриманого досвіду я сформував рекомендації, які, сподіваюся, стануть корисними для тих, хто планує створювати подібний контент.

Починати варто не з ідеї, а з системи. Ідея — це, звісно, важливий елемент будь-якого проєкту. Проте без чіткого розуміння структури реалізації,

навіть найкраща концепція може розсипатися на дрібні частини. Тому передусім варто відповісти собі на прості запитання: яка мета? хто аудиторія? який обсяг і тривалість контенту? та який формат буде найефективнішим?. Після цього створити покроковий план: від написання сценарію до публікації. Це дає внутрішній спокій і дозволяє уникнути хаосу та паніки.

Під час роботи я зрозумів, що хороший сценарій — це не художній твір, а грамотно структурований документ, який виконує роль орієнтира. У ньому має бути все: хронометраж, репліки та вказівки для переходів. Чіткість на цьому етапі є запорукою якісного монтажу й, відповідно, фінального результату. Також важливо враховувати як змінюється динаміка відео, де глядач може втратити інтерес, і як цього уникнути.

Якісне відео потребує техніки, але не обов'язково мати професійну камеру. Важливо знати, що саме дає найбільший результат. Під час зйомок я використав додаткове світло та штатив і це суттєво вплинуло на сприйняття відео, зробивши його більш візуально приємним.

Культура скасування — це дуже делікатна тема, неоднозначна та місцями навіть конфліктна. Саме тому важливо підходити до неї не з позиції моралізатора, а дослідника. Завдання не в тому, щоб засудити чи виправдати, а в тому, щоб дати простір для роздумів. І це вимагає глибокої аналітики, перевірки фактів та балансу точок зору. У своєму проєкті я намагався зберегти цю нейтральність, але переконався, що це непросто зробити, коли тема тобі особисто близька.

А під час монтажу майже завжди щось іде не так. Матеріал не звучить, як очікувалося, фон заважає, якась частина виглядає банально. І тут важливо не впадати в розпач. Потрібно залишатися відкритим до змін, переробок та навіть до повного переписування деяких фрагментів. Це є невід'ємною частиною творчого процесу та показником професіоналізму. Гнучкість і готовність експериментувати дозволяють знайти оптимальні рішення, які в підсумку підвищують якість кінцевого продукту.

Також важливо пам'ятати, що комунікація з аудиторією — це основа довіри. У сучасному цифровому середовищі глядач очікує діалогу. Особливо, якщо ти говориш на камеру. Це означає, що важливо бути живим, чесним та емоційним. Аудиторія цінує щирість та бачить, коли автор дійсно переймається темою. Після публікації відео робота не завершується, а лише переходить у нову фазу. Дуже важливо не зникати з поля зору, а активно відповідати на коментарі, питання та слідкувати за реакцією аудиторії. Це не тільки демонструє повагу до глядачів, але й надає безцінний зворотний зв'язок, який можна використовувати для покращення майбутніх проєктів. Взаємодія з аудиторією перетворює перегляд відео з пасивного споживання на активну участь у діалозі, що зміцнює зв'язок між автором та його підписниками.

Важливо постійно навчатися. Те, що працювало вчора, завтра може бути вже неактуальним. Нові алгоритми, тренди, стилістика відео, зміна форматів та нові платформи. Під час роботи над цим проєктом я активно вивчав аналітику по YouTube, відстежуючи, які формати набирають популярності, як змінюється риторика та мова подачі інформації. Я аналізував, які відеоролики приваблюють найбільшу аудиторію, які наративи "чіпляють" глядача, і як професіонали адаптуються до вимог часу.

І чим більше ти знаєш та розумієш ці тенденції — тим легше створювати контент, який буде відповідати сучасним запитам аудиторії, при цьому зберігаючи власний унікальний стиль та ідентичність. Знання дає не лише можливість імітувати успішні приклади, а й інструменти для творчого переосмислення, експериментів та розробки інноваційних підходів, які виділятимуть ваш контент серед інших. Це безперервний процес вдосконалення, який є основою професійного зростання в медіаіндустрії.

Навіть невеликі витрати мають бути зафіксовані, обґрунтовані й вписані в загальну структуру проєкту. Це дає чітке уявлення про реальну вартість створення контенту. Адже вартість медіапроєкту включає не тільки прямі грошові вкладення, але й умовну вартість власної праці та час, який є безцінним

ресурсом. Завдяки фіксації цих даних можна побачити повну картину інвестицій у відео.

Проект — це не лише творчість, це ще й менеджмент. Успішна реалізація медіапродукту вимагає не тільки креативного бачення, але й навичок планування, контролю ресурсів, оцінки ризиків та управління часом. Цей досвід фінансової дисципліни є невід'ємною частиною професійної підготовки та дозволяє більш раціонально підходити до майбутніх ініціатив.

Скільки б не було відзнято, фінальне враження формує саме монтаж. Динаміка, музика, переходи, візуальні вставки та навіть субтитри — це все формує образ, який побачить глядач. І саме на цьому етапі все починає працювати. Тому головне не поспішати. Саме тому головне правило монтажу — не поспішати. Цей процес потребує часу та підвищеної уваги до деталей. Поспіх під час монтажу може призвести до пропущених помилок, неоптимальних рішень у ритмі чи візуальному супроводі, що знизить загальну якість проекту. А відсторонений погляд після перерви дозволяє помітити недоліки, знайти креативніші рішення для переходів, краще синхронізувати візуальний ряд зі звуком та музикою, а також переконатися, що фінальний продукт максимально точно відповідає початковому задуму.

І найголовніше — це віра у власний медіапроект. Ця внутрішня переконаність є тим невидимим, але надзвичайно потужним ресурсом, без якого будь-яка творча робота стає непосильною. Кожен автор стикається з сумнівами: іноді здається, що відео нікому не потрібне, а обрана тема вже нікому неактуальна. Особливо це відчутно у сфері, що швидко змінюється, як медіа, де тренди з'являються і зникають за лічені тижні.

Висновки до розділу 3

Створення відео показало, що навіть невеликий за розміром медіапродукт має бути реалізований за чіткою стратегією та розумінням тематики. Розробка

проєкту про культуру скасування вимагали не лише базових знань, а й уміння працювати з етичними дилемами та аналізувати складні суспільні процеси.

У процесі створення проєкту вдалося на практиці випробувати всі етапи медіавиробництва. Від ідеї до фінального продукту було реалізовано цілісний авторський продукт. Це дозволило не тільки перевірити теорію, а й здобути практичні навички у сценарній майстерності, відеозйомці та постпродакшні. Такий комплексний досвід є фундаментальним для майбутньої професійної діяльності.

Проєкт також виявив багато складностей. Це і брак ресурсів, обмежений бюджет та необхідність поєднувати кілька ролей (режисера, монтажера, журналіста й оператора). Саме ці труднощі змусили бути креативним та швидко пристосовуватися. Важливою виявилася й здатність швидко реагувати на непередбачувані обставини, приймати рішення на ходу та зберігати цілісність задуму. Крім того, складність полягала у виборі правильного тону: уникнути моралізаторства, не звести все до сенсаційності, але й не зробити матеріал сухим. Кожне слово, кожен візуальний фрагмент потребував обдуманого підходу.

Також перевірили ефективність контентної стратегії. Адаптація теми культури скасування для YouTube-формату продемонструвала, що глядацький інтерес можна утримувати навіть при серйозній, аналітичній тематиці. Для цього потрібна динамічна подача, вдале поєднання інформаційного наповнення, а також хороший візуальний супровід. Особливу роль у сприйнятті відео, також відіграли елементи особистого досвіду, емпатійна мова та наочні приклади, що допомогли зблизити глядача з темою.

Важливо підкреслити, що під час роботи над проєктом було застосовано принципи якісного управління часом та змістом. Завдяки чіткому плануванню вдалося уникнути хаосу, а постійний моніторинг дозволив оперативно виправляти слабкі місця та підвищити рівень медіапродукту. Розподіл ресурсів

та контроль витрат як медіапрацівника стали додатковими практичними навичками, які є невід'ємною складовою професійної підготовки.

Загалом, третій розділ дипломної роботи дозволив повністю перенести теоретичні знання у практичну діяльність. Вдалося побачив «внутрішню кухню» медіапроцесу зсередини та відчув відповідальність, що лежить на авторі, коли йдеться про суспільно значущі теми. Цей досвід, попри всі виклики, став важливим кроком у формуванні професійного стилю. Він заклав фундамент для майбутніх креативних експериментів у журналістиці та відеовиробництві.

ВИСНОВОК

Під час підготовки та реалізації кваліфікаційного медіапроєкту було проведено комплексне дослідження феномену «cancel culture» як соціального, культурного та медійного явища, що активно розвивається в умовах соцмереж. Ця робота не лише поглибила розуміння сутності культури відміни, а й дозволила на практиці випробувати всі етапи створення якісного освітнього відеоконтенту. Результати дослідження дозволили зробити багато важливих висновків, які стосуються як теорії, так і практичного втілення цього медіапроєкту.

У результаті опрацювання теоретичної бази було встановлено, що культура скасування є складним феноменом, який має історичні та соціальні витоки. Її формування тісно пов'язане з розвитком цифрового простору, зокрема соціальних мереж, які стали майданчиком для масового висловлення думок, осуду та поширення інформації. Культура скасування вийшла за межі інтернету й трансформувалась у механізм суспільного тиску, що здатний впливати на репутацію особистостей, брендів та різних установ, а в окремих випадках на соціальні норми. Аналізуючи це явище було помічено, що науковці ще не домовилися про єдиний термін для цього явища.

Також аналіз показав, що «cancel culture» є складним і неоднозначним явищем, що балансує між прагненням до соціальної справедливості та ризиками публічного цькування. Вона відображає трансформацію громадської думки під впливом цифрових технологій, де швидкість поширення інформації та колективна реакція можуть мати як позитивні, так і руйнівні наслідки. Було підтверджено, що розуміння історичних передумов, психологічних механізмів та етичних дилем цього феномену є критично важливим для його об'єктивної оцінки.

Практичне дослідження управління медіапроєктом показало, як складна соціальна тема адаптується до формату YouTube. Було з'ясовано, що саме відеоформат, завдяки своїй гнучкості й мультимедійності, дає змогу краще

занурити аудиторію в тему. Визначено, що ключовими компонентами успішного втілення такого проєкту є чітка побудова структури сценарію, збалансоване подання матеріалу з прикладами, дотримання етичних стандартів, а також організація зворотного зв'язку через платформу. Також була сформульована система управління якістю та ризиками проєкту, що дозволило завчасно передбачити й мінімізувати потенційні перешкоди під час реалізації відео.

У третьому розділі було безпосередньо реалізовано проєкт, а саме створено відео, яке на основі попереднього аналізу втілює дослідницьку та просвітницьку функції. У відео логічно поєднано кілька ключових складових: теоретичне пояснення явища культури відміни, приклади з міжнародної та української практики і короткий розбір етичних дилем. Завдяки продуманій структурі та балансу між серйозністю теми й доступністю викладу вдалося створити продукт, орієнтований на молоду аудиторію з високим рівнем інформаційної активності.

Створення цього медіапроєкту підтвердило актуальність теми та потребу в її подальшому дослідженні, особливо в українському контексті. Порівняльний аналіз показав, що хоча культура скасування і має спільні риси в різних країнах, але її форма, наслідки та суспільне сприйняття залежать від локального контексту. В Україні ця тема ще не викликає такого резонансу, як у США, але з огляду на поширення цифрових трендів, вона вже активно впливає на вітчизняний медіапростір.

Під час реалізації проєкту стало очевидно, що українське суспільство тільки починає виробляти власне ставлення до цього феномену. Наприклад, випадки «скасування» публічних осіб у нас не завжди супроводжуються широкою дискусією про відповідальність, вибачення чи другий шанс, як це спостерігається у західних суспільствах. Це свідчить про потребу в розвитку медіаграмотності, а також етичної культури публічної взаємодії.

Ще одним важливим висновком стало усвідомлення ролі журналістики та незалежних медіа в цьому процесі. Саме вони можуть відігравати роль посередника між емоційною реакцією соцмереж і раціональним аналізом

ситуації. Медіа мають не лише інформувати про випадки «відміни», а й допомагати аудиторії критично їх осмислювати, розділяючи поняття справедливості й колективного осуду.

Таким чином, підсумком роботи над проєктом стало розуміння того, що тема «cancel culture» в Україні не просто запозичений термін, а соціальне явище, яке потребує подальшого вивчення з урахуванням наших національних реалій. Його актуальність зростатиме, адже інформаційна культура українців стрімко змінюється під впливом нових медіа, глобалізації та зростаючої публічності.

Особливою частиною дослідження стала етична складова — це баланс між свободою слова та правом суспільства на критику. Культура скасування виявилася не просто механізмом громадського контролю, а полем битви за норми, цінності та способи соціальної взаємодії у цифрову епоху. Саме тому висвітлення цієї теми через доступний відеоформат, підкріплений аналітичним підходом, є важливим кроком до формування більш усвідомленого, критичного та етичного інформаційного середовища.

У межах дослідження було особливо важливо не лише описати феномен «cancel culture», але й показати складність морального вибору, який постає перед суспільством: як реагувати на публічну помилку, де пролягає межа між справедливою критикою та масовим цькуванням, чи має кожна людина право на виправлення.

Етична складова проєкту виявилася ключовою: саме вона дозволила уникнути спрощення й поляризації, натомість запропонувала простір для роздумів. Завдяки відеоформату глядач мав змогу не лише спожити інформацію, але й відчувати її через емоційну та візуальну складову, що сприяє кращому засвоєнню й рефлексії матеріалу.

Таким чином, поставлені завдання у межах кваліфікаційного проєкту були повністю реалізовані:

1. досліджено теоретичні основи культури скасування;
2. розроблено стратегію змісту й технічного управління відеопроектом;

3. створено кінцевий відеопродукт, що відповідає меті, підвищення обізнаності про явище «cancel culture» серед української аудиторії.

Результатом стало не лише виконання формальних вимог до кваліфікаційної роботи, але й реальний внесок у розвиток дискусії щодо нових соціальних явищ. Створене відео — це водночас інформаційний продукт і інструмент для подальших досліджень, який може бути використаний у навчанні, публічних обговореннях або на семінарах з медіаграмотності.

Крім того, проєкт продемонстрував, як навіть в умовах обмежених ресурсів можна створити змістовний і суспільно важливий контент. Він став прикладом того, як сучасна журналістика та цифрова комунікація можуть поєднувати аналітику, емоції й етику в одному форматі.

Цей досвід приніс як наукову, так і практичну користь. А сам проєкт може стати відправною точкою для нових досліджень у епоху цифрових технологій, медіакультури та комунікацій у світі соцмереж.

Реалізація медіапроєкту показала, наскільки важливо поєднувати аналітичне мислення з навичками візуального сторітелінгу, розумінням алгоритмів цифрових платформ та чутливістю до соціальних змін. Це зробило досвід не лише академічно цінним, а й професійно значущим, особливо в умовах сучасного динамічного інформаційного середовища.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ



Відео на YouTube

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

- Americans and 'Cancel Culture': Where Some See Calls for Accountability, Others See Censorship, Punishment. Pew Research Center. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2021/05/19/americans-and-cancel-culture-where-some-see-calls-for-accountability-others-see-censorship-punishment/>
- Balenciaga apologises for ads featuring bondage bears and child abuse papers. *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/fashion/2022/nov/29/balenciaga-apologises-for-ads-featuring-bondage-bears-and-child-abuse-papers>
- BBC News. Depp v. Heard: The Trial That Exposed the Dark Side of Cancel Culture. URL: <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-61604378>
- Borges J. L. *The Gold of the Tigers: Selected Later Poems*. NY: Dutton, 1977. 95 p.
- Cancel Culture Can Be Collectively Validating for Groups Experiencing Harm. PMC. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10399695/>
- Cancel Culture in Ukraine. *The Economist*. URL: <https://www.economist.com/christmas-specials/2024/12/19/cancel-culture-in-ukraine>
- Cancel Culture: Myth or Reality? Norris, P. *Political Studies*, 2021. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Cancel_culture
- Canceling Russian Culture Doesn't Free Ukraine. *Compact Magazine*. URL: <https://www.compactmag.com/article/canceling-russian-culture-doesn-t-free-ukraine/>
- Cawelti J. G. *Adventure, Mystery and Romance*. Chicago and London: University of Chicago Press, 1976. Pp.121–143.
- Charle Agency. YouTube Statistics for Marketers in 2024. URL: <https://www.charleagency.com/articles/youtube-statistics/>

- Daub, A. *The Cancel Culture Panic: How an American Obsession Went Global*. Stanford University Press. URL: <https://www.sup.org/books/media-studies/cancel-culture-panic>
- Derussification in Ukraine. Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Derussification_in_Ukraine
- Hutcheon L. *A Poetics of Postmodernism: History, Theory and Fiction*. London: Routledge, 2000. 284 p.
- Hutcheon L. *A Theory of Parody: The Teaching of Twentieth Century Art Forms*. Champaign: UI Press, 2000. 168 p.
- Jameson F. *Postmodernism: The Culture of Late Capitalism*. *New Left Review*. No 146. 1984. URL: <https://newleftreview.org/issues/i146/articles/fredric-jameson-postmodernism-or-the-cultural-logic-of-late-capitalism>
- Olivier M. *Dangerous Tweets*. 2013. URL: <https://books.apple.com/us/book/dangerous-tweets/id678085690>
- Omnicore Agency. YouTube Demographics & Stats 2024. URL: <https://www.omnicoreagency.com/youtube-statistics/>
- PEN America Cancels Panel Featuring Russian Authors After Ukrainian Writers Threaten to Boycott. *Le Monde*. URL: https://www.lemonde.fr/en/culture/article/2023/05/22/war-in-ukraine-cancel-culture-hits-exiled-russian-artists_6027514_30.html
- Polti G. *The 36 Dramatic Situations*. Ohio: Franklin, 1921. 200 p. URL: <https://ia802808.us.archive.org/19/items/thirtysixdramati00poltuoft/thirtysixdramati00poltuoft.pdf>
- Pomazan I. *Історія зарубіжної літератури XX століття*. Харків: НУА, 2016. 263 с.
- ResearchGate. Ukrainian Cultural Front: The “Cancel Culture” Discourse. URL: <https://www.researchgate.net/publication/383102353>
- Sean Combs Sexual Misconduct Allegations. Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Sean_Combs_sexual_misconduct_allegations

- Spiral of Silence. Wikipedia. URL:
https://en.wikipedia.org/wiki/Spiral_of_silence
- Sprout Social. YouTube Statistics That Matter. URL:
<https://sproutsocial.com/insights/youtube-stats/>
- Statista. YouTube Usage Statistics Worldwide 2024. URL:
<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- That is Unacceptable: The Moral Foundations of Canceling. arXiv. URL:
<https://arxiv.org/abs/2503.05720>
- The Atlantic. Cancel Culture Is Not Real. URL:
<https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2020/07/america-cancel-culture/614086/>
- The Political Psychology of Cancel Culture: Value Framing or Group Identity?. *SAGE Journals*. URL:
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/10659129241261374>
- TIFF 2024: Protesters Blast 'Russia at War,' Director Defends It as 'Antiwar Film'. *Reuters*. URL:
<https://www.reuters.com/world/tiff-2024-protesters-blast-russia-war-director-defends-it-antiwar-film-2024-09-10/>
- Ukrainians Are Defending Their History, Thought, Art, and Culture, Too. *Time*. URL:
<https://time.com/6244839/ukrainians-defending-their-history-thought-art-culture/>
- Verevis C. *Film Novelization // Adaptation in Visual Culture: Images, Texts, and Their Multiple Worlds*. London: Palmgrave McMillan, 2017. Pp. 3–19.
- Yahoo Entertainment. Balenciaga Scandal – Brand Issues Statement, Drops Lawsuit as Backlash Continues. URL:
<https://www.yahoo.com/entertainment/balenciaga-scandal-latest-creative-director-181234263.html>

- Yahoo Entertainment. Diddy Says He's A Victim Of "Cancel Culture" In Attempt To Dismiss. URL:
<https://www.yahoo.com/entertainment/diddy-says-victim-cancel-culture-182144082.html>
- "Cancel Russian Culture" as a Means of Survival. *Krytyka*. URL:
<https://krytyka.com/en/articles/cancel-russian-culture-as-a-means-of-survival>
- Маша Єфросиніна висловилася про мовний скандал на початку війни. РБК-Україна. URL:
<https://www.rbc.ua/rus/stylar/efrosinina-raptom-prigadala-movniy-skandal-1721850742.html>