**Тетяна Бондаренко, Тетяна Чупилко**

**(Черкаси, Україна)**

**ФОРМАТ «YOU TUBE SHORTS»**

**ДЛЯ ПРОМОЦІЇ МОВНОГО КОНТЕНТУ**

Для ери цифрової трансформації характерне інтенсивне збільшення обсягів контенту, створюваного відповідно до запитів, потреб та інтересів аудиторії. Сучасний користувач демонструє вибагливу медійну поведінку, прагне отримати якомога більше корисної інформації за менший період часу. Запитаний аудиторією контент має бути не тільки швидким, коротким і доступним, а ще й візуалізованим. Ідеальним форматом для поширення інформації про українську мову, її лексико-фразеологічні, граматичні ресурси, сучасні новації стали короткі відео.

Формат коротких відео набув особливої актуальності протягом останніх років [2; 3; 5]. Автори окремих праць стверджують, що короткі відео перевершують за охопленням навіть тривалі відео [6]. Провідними платформами для поширення коротких відео стали «TikTok», «YouTube» («Shorts»), «Instagram» («Reels») та «Facebook» («Reels»). Перевагою формату є те, що він набирає більше поширень і вподобань, ніж тривалі відео, легкий у використанні, дає змогу свайпати матеріали. Водночас швидкість споживання відео позначається на кількості коментарів, через динамічність зміни в стрічці аудиторія меншою мірою коментує контент [6].

У 2016 році розробники презентували нову платформу для поширення коротких відео – «TikTok». Застосунок стрімко набирає популярності та комерційного успіху. Згідно зі статистикою 2023 р., тікток сягнув позначки 3 мільярди завантажень, 1 мільярд активних місячних користувачів [4]. Незабаром платформи «YouTube», «Instagram» і «Facebook» запропонували свою альтернативу для поширення коротких форматів – «Reels».

18 березня 2021 року в США розробники «YouTube» представили в бетаверсії власний формат коротких відео – «Shorts». До їх появи ключовим форматом на «YouTube» вважали, зокрема, великий за обсягом відеоконтент [3]. Монетизація такого продукту мала більший прибуток, оскільки розміщену в ньому рекламу можливо було транслювати кілька разів протягом довшого періоду. Натомість розмістити рекламне оголошення під час перегляду «Shorts» можна лише між роликами. Користувач витрачає більше часу, проведеного на платформі, проте компанія та автор отримують меншийдохід. Розробники розв’язали проблему через періодичність показу реклами. У разі перегляду десяти коротких відео чотири з них будуть рекламними оголошеннями, замість одного чи двох. Така статистика спонукає до висновку, що модифікація формату змінює споживчі звички користувачів. Зменшення кількості інформації приваблює цифрову аудиторію, проте перед автором постають дві проблеми: перша – фінансова стійкість, а друга – потреба вирізнятися в інформаційному просторі.

Варто зазначити, що короткі відео може створювати будь-який користувач мережі, для цього не потрібні спеціальні фахові знання. Водночас короткі відео, відзняті з дотриманням професійних стандартів, мають більші охоплення в ютубі, потрапляють до рекомендацій та активовані алгоритмами соцмереж. Для виготовлення коротких відео потрібні лише ідея і телефон. Щоб забезпечити якість звуку, послуговуються спеціальними мікрофонами, що синхронізовані з гаджетами. Короткі відео відкривають для користувача широкі творчі можливості, дають змогу транслювати й утверджувати власну унікальність. Сучасні програмні засоби використовують для наповнення коротких відео титрами, анімованими елементами, музичним супроводом, додатковими зображеннями та ін.

Композиція відеоматеріалів є вкрай важливою для ефективної трансляції інформації та утримання уваги глядачів. Формат «Shorts» обмежений 60 секундами, тому його структура повинна бути продуманою та оптимізованою. Правильна структура дає змогу збалансовувати інтригу, інформативний контент і фінальну частини, допомагає максимально ефективно використовувати обмежений час у коротких відео, тримаючи увагу глядачів від початку й до кінця. Це створює передумови для успішного засвоєння мови в цікавому та динамічному форматі.

Додатковим елементом композиційного поділу частин відео слугує зміна планів знімання. «План» у монтуванні є основним складником матеріалу. Це відстань між об’єктом знімання та камерою. Зміну планів використовують для контролю композиції, фокусу уваги глядача та передавання привабливої картинки. Використання одноманітних кадрів однакового типу може швидко стомити глядача [1]. Зміна перспективи й кутів знімання зберігає інтерес до відео. Чергування коротких та довгих кадрів, статичних і динамічних створює певний ритм та напруження.

Отже, для епохи цифрової трансформації характерне безперервне зростання обсягів контенту, генерованого відповідно до запитів та інтересів цільової аудиторії. Сучасний користувач демонструє вибагливу медіаповедінку, прагнучи отримати максимум корисної інформації за мінімальний проміжок часу. Формат «Shorts» набув особливої актуальності протягом останніх років і за охопленнями переважає навіть тривалі відео. Перевагами формату є зручність використання та можливість швидкого переходу від одного контенту до іншого. Водночас швидкість споживання відео негативно позначається на кількості коментарів через динамічну зміну контенту в стрічці. Композиція відеоматеріалів для YouTube «Shorts», що допомагають вивчати українську мову, має бути чіткою, структурованою, щоб максимізувати зацікавленість глядачів та полегшити засвоєння матеріалу. Важливу роль у композиційному вимірі відіграє зміна локацій і планів, що запобігають утомлюваності, одноманітності викладу, актуалізують роботу зорових аналізаторів.

**Література:**

1. Олійник К. С. Загальна характеристика та значення соціальних мереж у житті сучасної молоді. Хмельницький: Хмельницький національний університет, 2018. 340 с.
2. Brian D. TikTok User Statistics. URL: <https://backlinko.com/tiktok-users> (дата звернення: 23.09.2024).
3. Rajendran P. T., Creusy K., Garnes V. URL: <https://arxiv.org/pdf/2402.18208> (дата звернення: 23.10.2024).
4. Sherman T. Bringing YouTube Shorts tothe U.S. URL: <https://blog.youtube/news-and-events/youtube-shorts-united-states/> (дата звернення: 23.10.2024).
5. Southern M. G. YouTube Shorts Hits 30 Billion Views Per Day. URL: <https://www.searchenginejournal.com/youtube-shorts-hits-30-billionviews-per-day/447785/> (дата звернення: 23.10.2024).
6. Violot С., Elmas Т., Bilogrevik І., Humbert M. Shortsvs. RegularVideosonYouTube: A ComparativeAnalysisof User Engagementand Content CreationTrends. URL: <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/3614419.3644023> (дата звернення: 23.10.2024).