

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА
ГРІНЧЕНКА

ФАКУЛЬТЕТ УКРАЇНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ, КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВА

КАФЕДРА ІНФОРМАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

_____ О.А. Політова

«_____» _____ 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(творчий авторський проєкт)

на тему:

МАНІПУЛЯЦІЙНІ ПРАКТИКИ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ УСПІХУ В МЕДІА

випускниці першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Виконала:

студентка IV курсу,

групи ВТПб-1=21=4.0д

Шевцова Аріна Ярославівна

Науковий керівник: заслужений

артист України, доцент кафедри

Факультету української

філології, культури і мистецтва

Новикова Руслана Артемівна

Київ-2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
-------------------	----------

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ УСПІХУ В МЕДІА.

1.1. Поняття «успіх» в контексті масової культури та медіа.....	8
1.2. Успіх як результат випадковості.....	11
1.3. Маніпуляція успіхом в медіа: аналіз реальних випадків.....	13
1.4. Опитування щодо сприйняття успіху в медіа.....	17
Висновки до І розділу.....	24

РОЗДІЛ ІІ. АВТОРСЬКИЙ ТВОРЧИЙ ПРОЄКТ «УСПІШНИЙ УСПІХ. ІНСТРУКЦІЯ З ОБМАНУ».

2.1. Написання творчої заявки проєкту «Успішний успіх. Інструкція з обману».....	26
2.2. Підготовка сценарію аудіовізуального твору.....	33
2.3. Значення проєкту для аудиторії та його вплив на користувачів соцмереж... 40	
2.4. Стратегії просування проєкту та залучення глядачів.....	41
Висновки до ІІ розділу.....	42
Загальні висновки.....	44

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	46
--	-----------

ВСТУП

Актуальність теми дослідження

Порівняння себе з іншими давно стало невід’ємною частиною нашого повсякдення. Безліч людей не відокремлюють реальне життя від медіапростору. Роботу, навчання, стосунки – усе можна побудувати онлайн. Нескінченний скролінг стрічки переплітається з задачами на день, повідомленнями від близьких та світлинами на пам’ять. І навіть, коли наміру порівнювати себе з кимось немає – це все одно відбувається на підсвідомому рівні: хтось прокинувся раніше, приготував собі корисний дієтичний сніданок, зранку забіг в спортзал і виконав усі робочі завдання. Ось так непомітно в голові формується ідеалізована картинка «успіху».

Медіа усіляко підтримують та тиражують подібні тези, бо зазвичай контент про «ідеальне життя» збирає набагато більше охоплень. Вилізани, глянцеви, зрежисовані фото та відео є нічим іншим, як елементом ретельно продуманих маркетингових стратегій, у яких просто намагаються продати черговий інфопродукт. Для того, щоб це спрацювало – зірки, інфлюенсери, блогери поглиблено вивчають психологію своєї цільової аудиторії, їх болі та їх очікування. Все, аби втримати увагу і змусити вас почати довіряти людині з екрану.

У такому контексті поняття «успіху» стає об’єктом маніпуляції. Воно транслюється, як уніфікований набір дій, дотримання яких нібито гарантовано веде до бажаного соціального образу «успішної людини». Але при цьому всьому, ігноруються індивідуальні потреби, обставини, ресурси та бажання конкретної особистості. А демонстрація «ідеального життя» перетворюється на комерційний хід, який водночас надихає, пригнучіє і продає.

Тож, тема маніпуляційних практик репрезентації успіху в медіа є надзвичайно актуальною. Проаналізувавши її, ми зможемо критично осмислити природу подібного контенту. Зрозуміти, звідки він береться і чому користується таким попитом. У час, коли концепція ідеального життя стає частиною інформаційного

простору, важливо усвідомлювати, як саме формується цей образ та кому це вигідно.

Стан розробки проблеми

Проблематика маніпулятивного впливу медіа на створення уявлень про успіх досліджується у багатьох наукових сферах, зокрема в журналістиці, психології, культурології та соціології. Науковці з усього світу поглиблено вивчають стратегії, прийоми і практики, що використовуються в ЗМІ задля транслявання та просування феномену «успіху». Райан Голідей [4], Деніел Кенеман [5], Насім Талеб [9] та Малкольм Гладуел [3] аналізували різноманітні аспекти цієї теми. Особливу увагу дослідники приділяли створенню стереотипних образів, медіатехнологіям впливу та маніпулятивним прийомам при створенні контенту.

Мета дослідження

Метою дослідження є аналіз практик, які використовують медіа для репрезентації концепції «успіху», а також вивчення їх впливу на уявлення аудиторії про самоцінність, особисті досягнення, потреби та власне життя. Окрім цього, кінцевою метою є створення індивідуального творчого проєкту за темою «Маніпулятивні практики репрезентації успіху в медіа».

Завдання дослідження

- Проаналізувати теоретичні підходи до розуміння поняття «успіх» у контексті масової культури та медіа.
- Дослідити механізми формування уявлень про «успішну особистість» у соціальних мережах.
- Виявити маніпулятивні практики, що використовуються в медіа для трансляції образу «успіху».
- Оцінити вплив цих практик на психологічний стан та самооцінку аудиторії.
- Провести онлайн опитування, що стосуватиметься теми проєкту
- Розробити концепцію, створити сценарій та презентувати власний авторський проєкт на тему «Маніпуляційні практики репрезентації успіху в медіа».

Об'єкт дослідження

Об'єктом дослідження є медіаконтент, що репрезентує образ «успіху».

Предмет дослідження

Предметом дослідження стали маніпулятивні прийоми і стратегії в медіа.

Методи реалізації творчого проєкту

У процесі дослідження та створення власного творчого проєкту використовувались такі методи:

- *Аналіз та синтез* наукових джерел, інтернет-ресурсів, статей і відео, формування висновків, узагальнення отриманих результатів.
- *Контент-аналіз* використовувався при дослідженні сторінок відомих блогерів, інфлюенсерів та зірок. А також при моніторингу акаунтів популярних медіа в соціальних мережах.
- *Описовий метод* допоміг при виявленні мовних і візуальних засобів, що притаманні формуванню образу «успішної людини».
- *Порівняльний аналіз* використовувався при співставленні декількох медіаплатформ і блогерів для виявлення спільних та відмінних рис у репрезентації феномену успіху.
- *Спостереження* допомогло при вивченні реакції аудиторії на медіаконтент, що пропагує стандартизовані уявлення про ідеальне життя.

Інформаційною базою для проведення дослідження кваліфікаційної (бакалаврської) роботи на тему «Маніпулятивні практики репрезентації успіху в медіа» стали:

- 1) Нормативно-правові акти України: закони, постанови Верховної Ради та Кабінету Міністрів, що регулюють інформаційну політику, медіа та рекламу.
- 2) Наукові праці, підручники, монографії українських та зарубіжних дослідників, що дотичні до теми «Маніпулятивні практики репрезентації успіху в медіа».
- 3) Електронні ресурси, статті, відео, аналітичні матеріали та інтерв'ю, що

висвітлюють феномен «успіху» (Було проаналізовано роботи Райана Голідея [4], Малкольма Гладуелля [3], Деніела Канемана [5] та інших науковців. Також аналізувались відео на YouTube [14,17,32] і статті в інтернеті [21,35])

Наукова новизна отриманих результатів

У межах реалізації творчого проєкту та наукового дослідження було здійснено аналіз маніпулятивних практик в медіа, вивчено реакцію аудиторії на репрезентацію феномену «успішного ідеального життя», запропоновано підходи до критичного осмислення та глибокого фільтрування медіаконтенту, що у висновку сприятиме формуванню здорового ставлення до особистих досягнень та унікальності потреб кожної людини.

Практичне значення дослідження

Результати даного дослідження можуть допомогти людям усвідомити проблему ідеалізації життя в соціальних мережах, почати ширше розуміти принцип роботи маніпуляцій в медіа та ретельніше аналізувати контент, який вони споживають. Після ознайомлення з цією науковою роботою читачі будуть знати, як формуються маніпулятивні практики, яким чином їх можна розпізнати та уникнути.

Окрім цього, дані напрацювання можуть бути застосовані в посібниках по медіаграмотності, для підняття рівня обізнаності в інформаційному просторі серед усіх верств населення, а також для курсів чи тренінгів про психологічну безпеку і стійкість у цифровому середовищі.

Зібрана та структурована інформація може стати корисною для SMM-спеціалістів, блогерів, інфлюенсерів, маркетологів та інших професій, що працюють з медіа і соціальними мережами. Розуміння психології споживача, механік впливу та етичних меж при створенні контенту допоможуть їм у формуванні довірливих відносин зі своєю аудиторією, які базуватимуться не на кліках і продажах, а на щирості та взаємоповазі.

Особистий внесок автора

Автором самостійно проведено аналіз наукових джерел, структурування та виклад зібраної інформації, розробку концепції та сценарного плану особистого творчого проєкту, організацію та проведення зйомок, монтаж фінального продукту.

Апробація результатів дослідження, публікації

Результати дослідження були апробовані в межах X Всеукраїнської науково-практичної онлайн-конференції студентів, аспірантів, докторантів і молодих учених «Бібліотека, книга та медіа у сучасній культурі», а також у межах Всеукраїнській науково-практичній конференції з міжнародною участю «Культура, інформація, комунікація: Міждисциплінарний діалог».

Структура кваліфікаційної роботи

Структура кваліфікаційної роботи зумовлена логікою та визначена послідовністю вирішення основних завдань дослідження. Текстова частина кваліфікаційної роботи складається з реферату, вступу, двох розділів, висновків, а також списку використаної літератури, яка включає 35 найменувань видань. Загальний обсяг тексту становить 48 сторінок. Основний зміст викладено на 37 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ УСПІХУ В МЕДІА.

1.1 Поняття «успіх» в контексті масової культури та медіа.

За останні десятиліття поняття «успіх» зазнало значних змін. Це відбулось через появу великої кількості нових соціальних мереж та стрімкий розвиток медіа. Саме вони впливають на формування цінностей та диктують «норми» у сучасному суспільстві. Ідеальне життя транслують в рекламах, особистих блогах та навіть новинах.

Починаючи з 2010-х років, у середовищі соціальних мереж і медіа активно закріплюється іронічне словосполучення *«успішний успіх»*. Воно використовується для позначення гіперболізованого образу досягнень - зовні привабливого та нібито бездоганного, однак часто позбавленого реального змісту. На мою думку, саме це визначення найбільш точно відповідає сучасній репрезентації успіху в медійному просторі та публіцистиці, де його часто використовують для аналізу поверхневих моделей самореалізації. Унаслідок цього формується шаблон «ідеального життя», який активно підтримується як самими медіа, так і користувачами соцмереж. Такий образ не лише спрощує складну реальність, а й створює ілюзію досяжності успіху за універсальним сценарієм.

«Я міг зробити будь-кого “успішним” у медіа = достатньо лише кількох підставних блогів, трохи піару, і все виглядає реальним.» [4,с. 93] – так Райан Голідей писав у своїй книзі Trust Me, I’m Lying: Confessions of a Media Manipulator. І справді, переглядаючи будь-який медіаконтент потрібно пам’ятати, що інтернет та телебачення – це не реальність. Зазвичай ми бачимо лише найкращі моменти, водночас усі труднощі та поразки залишаються поза кадром. Чи наближає це нас до справжнього щастя? Навряд. Але точно створює ефект «присутності» у щасливому житті. Голідей підкреслює, що за допомогою декількох вдаливих ходів,

можна побудувати ілюзійну картинку, яка насправді не має нічого спільного з дійсністю.

У своїй книзі Раян Голідей також зазначає: *«У світі образів і розваг, у світі миттєвого емоційного задоволення, ми не шукаємо, не хочемо чесності та реальності. Реальність складна. Реальність нудна. Ми не здатні, а може просто не бажаємо справлятися з її плутаниною.»* [4,с. 185] Ця цитата дуже чітко відображає інформаційне середовище сьогодення.

Щоденно ми занурюємося в потік інформації, значна частина якої виявляється надлишковою або не несе реальної цінності для нашого життя. Короткі відео в тіток, сенсаційні новини про зірок, купа беззмістовних сторіс та дописів у стрічці. Спроби шукати натхнення в нескінченному потоці контенту не рідко закінчуються емоційним вигоранням.

У світі, де реальність сприймається, як щось складне, нудне і заплутане, нам властиво шукати емоційно близькі та легкі образи. У висновку ми обираємо те, що не потребує глибокого осмислення. Так і створюється попит на феномен «успішності» та ідеалізацію життя. Бо споживати контент, у якому людина чесно показує свій тернистий життєвий шлях куди важче, ніж спостерігати за легкою, короткою і доступною стежкою до визнання. Люди намагаються мотивувати себе досягненнями інших. І на жаль, це далеко не завжди грає їм на користь.

«Найнадійніший спосіб змусити людей повірити в неправду - це часте повторення, оскільки знайомість важко відрізнити від істини.» - Деніел Канеман, *Thinking, Fast and Slow* [5,с. 62]. Якщо ми щоденно бачитимемо ідеалізовану картинку чийогось життя – з часом, і самі сприйматимемо це, як норму.

Успіх не має єдиного універсального визначення – його межі кожна людина окреслює самотійно, орієнтуючись на власні потреби, пріоритети та внутрішні відчуття. Усвідомлений підхід до цього поняття передбачає регулярне саморефлексивне осмислення: *«Чи відповідає це моїм справжнім бажанням?»*, *«Що саме приносить мені відчуття задоволення та гармонії?»*. Лише через такий

діалог із собою можна поступово сформувати індивідуальну, нефрагментарну «формулу успіху», що не буде нав'язана зовнішніми шаблонами.

Сучасний інформаційний простір значно ускладнює здатність критично сприймати контент в соціальних мережах. Постійно доводиться стикатись з ідеальними картинками життя інших людей, де всі усміхнені, успішні й постійно в русі. Згідно з дослідженням, опублікованим у *Frontiers in Psychology*, це не проходить безслідно: часте користування соцмережами може знижувати самооцінку та підвищувати рівень тривожності.

Постійне порівняння себе з медійними образами формує викривлене уявлення про реальність - при цьому показуються лише окремі, часто постановочні фрагменти життя. Платформи, які колись створювались, як простір для натхнення, все більше нагадують арену змагань - за вподобайки, підписників, визнання. Замість підтримки нерідко з'являється тиск: створюється ілюзія, що всі навколо досягають успіху. Таке порівняння відбувається не завжди свідомо - воно просто вшивається в щоденний досвід користувача.

Звісно ж, переглядаючи подібний контент ми абсолютно забуваємо, що в усіх випадках він вирваний із контексту. Блогери демонструють переважно вибіркові, найпривабливіші фрагменти свого повсякдення, які часто піддаються додатковій візуальній або змістовій обробці, а подеколи й повністю інсценізуються. Усі складні моменти - емоційні спади, втома, побутові чи особисті труднощі зазвичай залишаються за кадром. На поверхні ж лишається ретельно відібрана картинка, де людина з інтернету постійно розвивається, правильно харчується, тренується і завжди сповнена енергії. Коли наша реальність не збігається з цим образом, виникає відчуття внутрішньої невідповідності й запитання: «Що зі мною не так?».

Надивившись такої ідеальності в медіа, ми просто впевнені, що у людей, які транслують її – реальне життя таке ж, як їх профіль в соціальних мережах. Але ми не бачимо зворотню сторону монети, нам її не показують. Ми впевнені, що «решки» зі зворотньої сторони немає, перед нами лише «орел».

Ось, що про це писав Деніел Канеман у книзі *Thinking, Fast and Slow*: «Упевненість - це почуття, яке відображає узгодженість інформації та когнітивну легкість її обробки. Варто серйозно сприймати зізнання в невпевненості, але заяви про високу впевненість здебільшого свідчать про те, що людина побудувала узгоджену історію у своїй свідомості, а необов'язково про те, що ця історія є правдою.» [5,с. 212]

«Загадкове обмеження нашого розуму: наша надмірна впевненість у тому, в що ми віримо, що знаємо, і наша очевидна нездатність визнати повну широту нашого невігластва та невизначеності світу, в якому ми живемо.» [5,с. 201]

1.2. Успіх як результат випадковості

Людина, що може назвати себе успішною, на питання «Як тобі це вдалось?» наврядчи відповість, що її успіх - це результат випадковості. Замість цього вона пригадає, скільки сил довелося вкласти, скільки безсонних ночей і виснаження пережити заради мети. Це те, що найглибше врізається в пам'ять, бо супроводжує щодня. А от щасливі збіги обставин, неочікувана підтримка чи просто вдалий момент трапляються рідше, тож із часом стираються з пам'яті. У результаті виникає впевненість: усе - винятково моя заслуга.

Більшість людей прагне знаходити логіку в подіях, що з ними трапляються, -це допомагає створити ілюзію впорядкованості та контролю над життям. Саме тому в розповідях відомих особистостей часто звучить ідея, що їхній успіх - закономірний результат певних дій або рішень. Такий підхід дає відчуття стабільності, однак водночас може спотворювати уявлення про реальність, применшуючи роль випадковості, зовнішніх обставин або привілеїв.

Тут дуже доречно «Теорія чорного лебедя» Насіма Талеба [9]. Вона про те, як ми намагаємось знайти просте пояснення навіть найбільш абсурдним або випадковим речам. Нам легше змиритись із чимось, коли є бодай якась причина. Це частково пояснює і віру в теорії змов, коли щось незрозуміле з'являється в

інформаційному полі, ми одразу приписуємо цьому якийсь сенс. Бо якщо світ хаотичний, то ми в ньому беззахисні. А якщо все має причину - ми хоч трохи, але наче контролюємо процес.

Але випадковість завжди буде випадковістю. Навіть якщо виникає думка, що саме вам мало так пощастити - це все одно могло статись просто так. Визнання ролі випадковості у власних успіхах - це розрив з ідеєю «успішного життя» як виключно закономірного результату.

Усвідомлення ролі випадковості змінює багато - навіть те, як людина ставиться до грошей. Наприклад, до податків чи благодійності. Якщо хтось переконаний, що всього досягнув сам, без підтримки, без везіння, без збігу обставин - він і справді сприйматиме відрахування зі своєї зарплати як щось несправедливе. Мовляв, я все зробив сам, доклав купу зусиль - а тепер у мене ще й забирають. Така людина ніколи не припустить, що його успіх - це також результат сприятливих обставин, допомоги інших та гарних стартових умов у вигляді народження в благополучній родині.

А ще є інша категорія - ті, кому взагалі нічого не довелось робити, щоб отримати стартові привілеї. Вони просто народились у потрібному місці й у потрібний час. Але й вони рідко визнають цей фактор, бо визнати - це ніби віддати частину свого «успіху» випадковості. А це страшно. Бо тоді все стає менш контрольованим.

А ще страшніше - прийняти, що успіх іншої людини міг з'явитися не через щоденну боротьбу, а просто завдяки вдалому збігу обставин. Бо тоді наче зникає підстава для заздрощів і обурення, але разом із тим розвалюється звична картинка світу. Зручніше жити в історії, де все логічно: спочатку важко, а потім - перемога. А якщо в цю картину додати ще й випадковість, то стає вже не так просто. Бо тоді доведеться визнати, що часом важка праця не приносить результату, а комусь може просто пощастити і він одразу отримує все. Це звучить несправедливо. І суперечить тому, у що ми хочемо вірити.

Саме тому медіа так охоче повторюють історії про «успішний успіх» - бо вони прості, зрозумілі, мотивуючі. Їх легко проковтнути: подивився інтерв'ю, послухав історію та повірив, що достатньо сильно захотіти, попрацювати і все буде. У таких розповідях рідко згадують про стартові умови, випадок, правильне оточення чи системні переваги.

У підсумку ми отримуємо суспільство, яке щиро вірить у міф про успіх - і водночас не дуже готове визнавати, що шлях до нього буває складний. І, що важливіше - не завжди справедливий.

На цьому тлі дуже влучно звучить думка *Малкольма Гладуелла* з книги *“Outliers: The Story of Success”* «Здатність досягти успіху - це не лише питання особистих якостей, а й результат сприятливих обставин, деяких заслужених, деяких - просто вдалих.» [3, с. 115]

І в цьому вся суть. Так, наші зусилля і характер мають значення. Але цього не завжди достатньо. Дуже багато залежить від контексту. Місце, дата народження, коло спілкування – все це має сенс. Частина цього ми справді можемо заслужити - своїм вибором, ризиками, рішучістю. Але частину ми просто отримуємо, навіть не усвідомлюючи.

Це - виклик для усього наративу про успіх, який медіа так охоче транслують. Ніби все залежить лише від людини. Насправді все складніше. І ця складність важлива, бо вона дає розуміння як чужих історій, так і власної.

1.3. Маніпуляція успіхом в медіа: аналіз реальних випадків.

Аналіз кейсу Спартака Суботи [15,28,34]

Спартак Субота - український психолог, який став відомим не лише завдяки своїй професійній діяльності, а й активній присутності в медіа. Особливої популярності він набув після запуску спільного ютуб-проєкту з коміком Євгеном Яновичем -«Подкаст-терапія». У форматі дружніх розмов і жартів вони обговорювали

психологічні теми, відповідали на запитання глядачів і швидко отримали широку аудиторію. Субота позиціонував себе як фахівець у сфері психотерапії, активно вів соціальні мережі, знімав відео, проводив лекції та консультації, а згодом навіть почав співпрацювати із Міністерством охорони здоров'я.

Однак у квітні 2023 року ситуація різко змінилася. Психолог Ілля Полудьонний оприлюднив розслідування, у якому поставив під сумнів не лише кваліфікацію Спартака, а й його доброчесність. У матеріалі йшлося про те, що Субота не має наукового ступеня, хоча публічно заявляв, ніби є кандидатом психологічних наук. Також з'ясувалося, що наукові публікації, на які він посилався, були надруковані у виданнях, що не входять до жодної авторитетної міжнародної бази.

Особливо гостро суспільство відреагувало на звинувачення у порушенні етичних норм. Зокрема, на інформацію про можливі інтимні зв'язки Спартака Суботи з деякими клієнтками. Після розголосу він визнав, що справді перебільшував у публічних висловлюваннях, а також заявив, що не закінчував медичний університет імені Богомольця, хоча раніше він стверджував протилежне.

Наслідки були миттєвими: зіпсована репутація, критика з боку колег, розчарування аудиторії. Його співведучий Євген Янович заявив про вихід із проєкту, а сам проєкт було зупинено. У ситуацію також втрутилися державні інституції - Міністерство освіти та науки звернулося до поліції з проханням перевірити можливе використання підроблених документів і згодом на Спартака було відкрито кримінальне провадження.

Цей кейс яскраво демонструє, як в умовах популярності в медіа можна створити образ успішної, авторитетної людини, який не обов'язково відповідає дійсності. За фасадом "успіху" часто можуть ховатися маніпуляції, фальсифікації й навіть порушення закону.

Аналіз кейсу Олександри Тарнавської та Ігоря Пустовіта [16, 23]

У 2021 році багато хто здивувався, коли стало відомо про розлучення популярної блогерської пари - Саші Бо (Олександри Тарнавської) та Ігоря Пустовіта. В соцмережах вони виглядали щасливо: усміхнені фото, діти, подорожі, бізнес. Їх вважали ідеальною парою з інстаграму.

Популярність до них прийшла через спільний контент. Вони показували своє сімейне життя, розповідали про батьківство, будні, романтику. Це створювало враження гармонії й близькості, а також допомагало збирати підписників і розвивати бізнес.

Новина про їхнє розлучення стала несподіванкою й одразу ж спричинила активне обговорення в соцмережах. Через деякий час Саша дала відверте інтерв'ю Марії Єфросиніній, де поділилася своїм досвідом: вона розповіла про особисті переживання у шлюбі, психологічне насильство, шантаж та приниження зі сторони свого колишнього чоловіка. Цікаво, що спершу вони записали інше інтерв'ю - де Саша розповідала про щасливе та гармонійне життя. Але після розмови з Марією поза кадром, Олександра зізналася, що насправді все було не так, і вони вирішили записати нову версію - чеснішу і глибшу.

У відповідь на інтерв'ю Ігор Пустовіт заперечив усі звинувачення. Він заявив, що слова Олександри були вирвані з контексту і звинуватив її у спробі використати особисте життя для формування вигідного публічного образу.

Після розлучення Олександра продовжила розвивати свій блог, вийшла заміж за Платона Тарнавського і народила доньку. Наразі у неї є два успішних бізнеси - салон краси та клініка естетики. У своєму блозі вона почала частіше говорити не тільки про досягнення, а й про особисті труднощі.

Ігор Пустовіт після розлучення певний час зустрічався з іншою відомою блогеркою, однак їхні стосунки тривали недовго.

Ця історія добре ілюструє, що навіть ті, хто здаються “парою з картинки”, можуть мати серйозні проблеми у стосунках, про які ми не дізнаємось, поки не впаде завіса публічного образу.

Аналіз кейсу Олександра Волошина [22,35]

Олександр Волошин - український блогер і тітокер, який здобув популярність завдяки відео з благодійними акціями та щедрими подарунками. Одне з його відео, опубліковане в червні 2021 року, викликало неабиякий резонанс. У ньому він нібито дарує iPhone 11 маленькій дівчинці просто на вулиці в центрі Києва. На перший погляд зворушливий жест, який мав би викликати захоплення. Проте щойно зйомка завершилась, блогер почав вимагати повернути телефон, заявивши, що це був лише реквізит.

За словами матері дитини, Волошин спочатку запропонував 2000 грн в обмін на мовчання, а коли вона відмовилася, силоміць забрав телефон у дитини просто з рук. Сам блогер пізніше прокоментував інцидент, стверджуючи, що все було постановкою, а мама з донькою - акторки, які погодились на зйомку заздалегідь. Мовляв, у коробці лежав його особистий телефон з важливою інформацією, тому він і наполягав на його поверненні.

Однак мати дівчинки публічно спростувала цю версію. Вона зазначила, що ні вона, ні її дитина не знали, що відео є постановкою. Більше того, дівчинка справді зраділа подарунку, оскільки була фанаткою Волошина, і ця ситуація стала для неї глибоким розчаруванням.

Після розголосу інциденту акаунти блогера в TikTok та Instagram були заблоковані, а його колишня партнерка Анна Трінчер повідомила, що він перестав виходити на зв'язок. У мережі з'явилися численні засуджуючі дописи, а деякі - навіть з погрозами.

Ця історія яскраво демонструє, як гонитва за вірусним контентом, переглядами й прибутком може звести нанівець не лише репутацію блогера, а й порушити базові етичні принципи, викликати маніпуляцію довірою аудиторії й завдати психологічної шкоди іншим. За яскравою картинкою «успішності» нерідко ховається цинізм і байдужість до наслідків.

1.4. Опитування щодо сприйняття успіху в медіа.

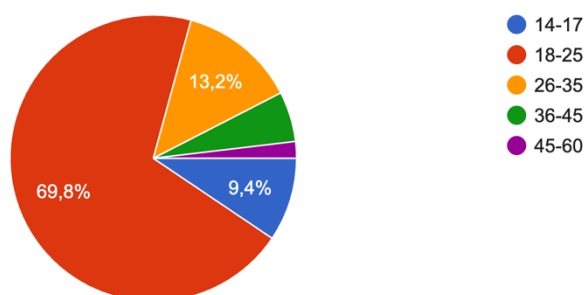
Для того, щоб краще зрозуміти реакцію аудиторії на споживання так званого «успішного та ідеалізованого» контенту було створено і проведено анонімне онлайн опитування. В ньому взяли участь 53 респонденти – різні за віком, статтю та видом діяльності. Опитування було розміщено на платформі Google Forms за цим посиланням:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfh1nRPPJ9mCbbVCOm91wF0nMipI4CF0vn7J0dSFUymu7-7nA/viewform>

Перші два запитання були вступними та стосувалися віку та статі. Це сприяло визначенню загального портрету аудиторії і дало змогу забезпечити базу для майбутнього аналізу відповідей респондентів.

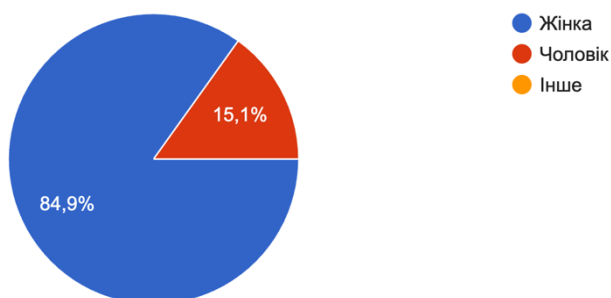
Тож, виходячи з першого запитання можна зрозуміти, що дане опитування в основному проходила молодь 18-25 років, яка активно користується інтернетом та соціальними мережами. Також відповіді надавали підлітки 14-17 років і люди 26-35 років. Незначна кількість респондентів також складалась з людей 36-45 та 45-60 років.

Скільки Вам років?
53 відповіді



З відповідей на запитання про стать можна зробити наступні висновки: переважна частина опитаних – це жінки. З усієї кількості учасників дослідження чоловіків становило лише 15,1%.

Яка у Вас стать?
53 відповіді

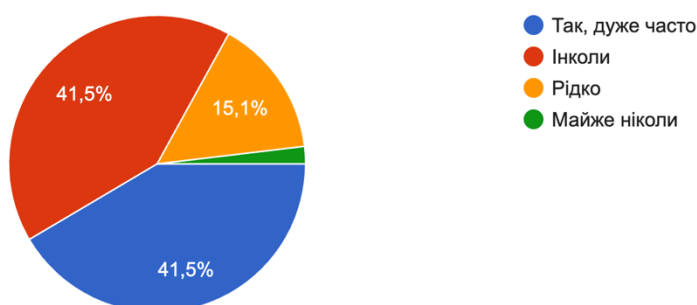


Наступні запитання безпосередньо стосувались теми та були направлені на аналіз поведінки споживачів контенту, вивчення їх реакцій на феномен «успіху», а також впливу такого контенту на емоційний стан аудиторії. Запитання були сформовані максимально природньо, без зайвої науковості та відстороненості, все задля того, щоб учасники відповідали щиро, без відчуття, що їх оцінюють.

Першим запитанням стало:

Чи часто Ви бачите в соціальних мережах контент, пов'язаний із "успішним успіхом" (розкішне життя, дорогі покупки, мотиваційні цитати тощо)?

53 відповіді



З відповідей на нього ми можемо зробити висновок, що більшість людей бачать подібний контент постійно (41,5% - дуже часто і ті ж самі 41,5% - інколи).

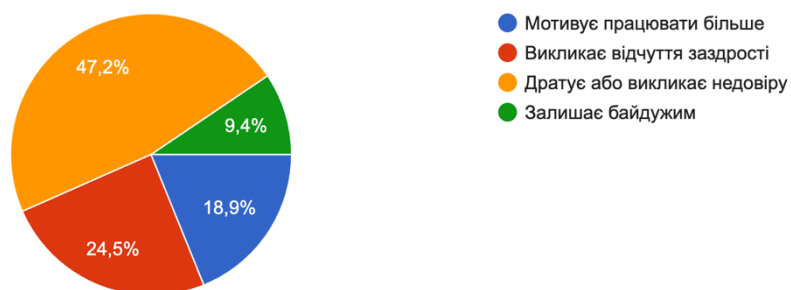
Сумарно – 83% респондентів натрапляє на медіаконтент пов'язаний з ідеалізацією життя бодай з певною регулярністю. Це свідчить про масовість явища «успішного успіху». Його не просто деколи можна зустріти в інформаційному середовищі, це явище стало його невід'ємною частиною.

Лише 17% стикаються з таким контентом не часто (15,1% - рідко та 1,9% - майже ніколи). Скоріш за все, такі користувачі користуються соціальними мережами вибірково, лише інколи споживають інформацію в різноманітних ЗМІ і вкрай ретельно підбирають свої підписки.

З відповідей на це запитання можна зрозуміти, що явище «успішного успіху» є дуже розповсюдженим і наразі користується високим попитом в медіа.

Далі було логічним поставити запитання про те, яку реакцію такий контент викликає у респондентів.

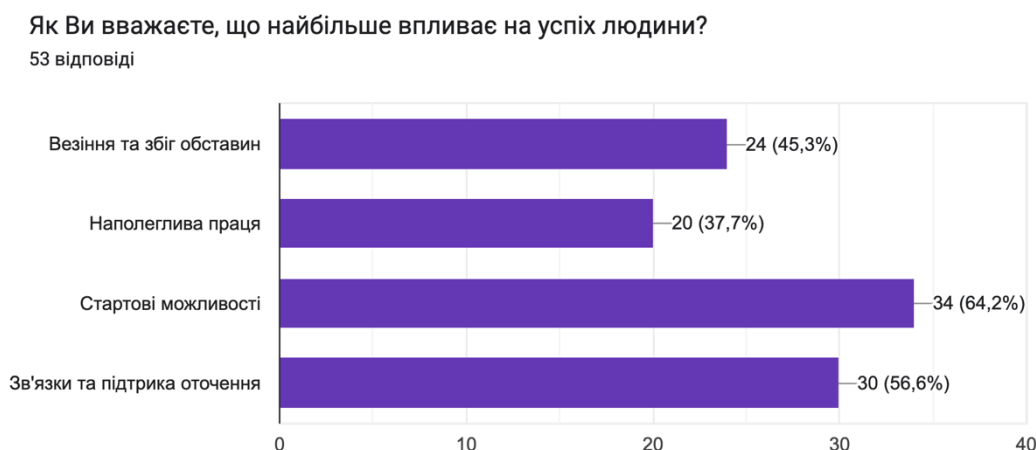
Як Ви зазвичай реагуєте на подібний контент?
53 відповіді



У результаті, майже половина (47,2%) серед усіх опитуваних відповіли, що переглядаючи контент про ідеалізацію життя вони дратуються та відчувають недовіру до конкретного інфлюенсера, зірки чи блогера. У чверті (24,5%) учасників анкетування виникає відчуття заздрості, лише 18,9% подібний контент мотивує працювати більше і 9,4% залишає байдужим.

Виходячи з цього, можемо зробити висновок, що переважна кількість аудиторії емоційно залучена. Частіше за все вони відчують негативні емоції, а саме роздратування та заздрість.

Наступним запитанням стало:



Воно є вкрай важливим, бо транслює особисті переконання та упередження учасників опитування щодо природи успіху.

Серед відповідей домінує варіант «Стартові можливості» (64,2%). А це означає, що люди усвідомлюють важливість соціального походження, фінансового достатку, доступу до освіти тощо. Також це ставить під сумнів ідею «успіху, як результату лише власних зусиль».

На другому місці – «Зв'язки та підтримка оточення». 56,6% респондентів зазначають, що соціальні зв'язки дуже допомагають людині протягом всього її шляху становлення, як особистості.

На третьому – «Везіння та збіг обставин». Досить велика частка опитуваних (а саме 45,3%) погоджуються з думкою, що деколи дві людини можуть виконувати абсолютно ідентичні дії протягом певного відрізка часу, але комусь з них пощастить і він стане успішним, а хтось – залишиться в тій самій початковій точці «А» лише через брак везіння.

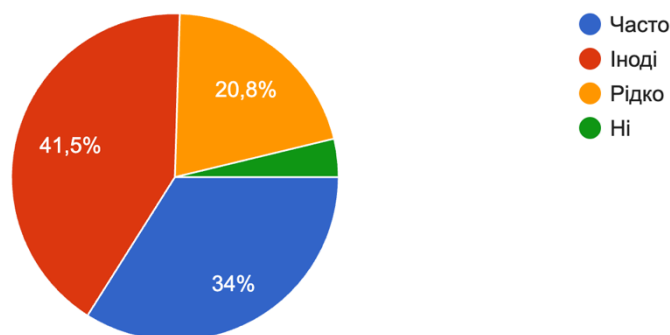
І, як не дивно, останнє четверте місце посідає «Наполеглива праця», лише 37,7% респондентів обрали цей варіант. Колись популярна теза «Важка робота =

успіх» втратила свою актуальність. З появою соціальних мереж та інтернету, де нікому невідома людина різко стає популярною за один день завдяки вірусному відео – ця думка спростувалась. Більше не потрібно працювати роками, щоб досягти бажаного. Достатньо лише опинитися в потрібний час і в потрібному місці.

Наступне запитання було про порівняння себе з іншими:

Чи порівнюєте Ви себе з людьми, яких вважаєте успішними?

53 відповіді

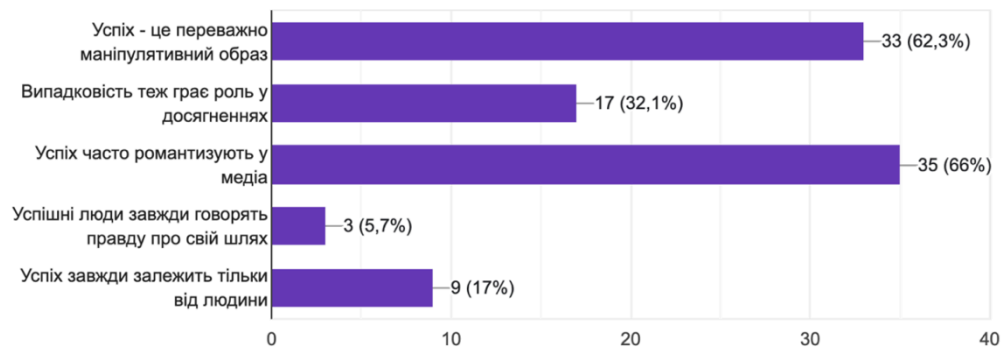


41,5% відповіли, що іноді порівнюють себе з людьми, яких вважають успішними. 20,8% респондентів роблять це рідко, а 34% - часто. Всі ці відповіді свідчать про те, що соціальне порівняння стало майже неминучим у сучасному інформаційному середовищі. Користувачі постійно знаходяться в своєрідних «медіа=перегонах», де цінність власних досягнень ніби залежить від успіхів інших.

Аби перевірити, наскільки критично учасники опитування ставляться до поняття успіху – далі було запропоновано обрати правдиві, на їхню думку твердження:

Які з цих тверджень, на Вашу думку, є правдивими?

53 відповіді



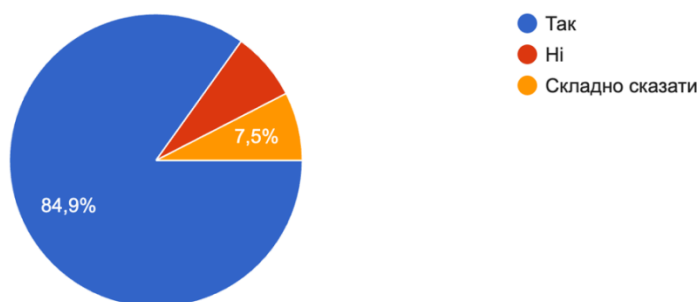
Найпопулярнішими відповідями стали «Успіх часто романтизують у медіа» (66%) та «Успіх – це переважно маніпулятивний образ» (62,3%). Це демонструє, що більшість респондентів критично ставляться до споживання контенту і чітко простежують маніпуляції в свій бік.

32,1% опитуваних обрали «Випадковість теж грає роль у досягненнях». Таким чином, учасники дослідження визнають роль везіння та розуміють, що не все можна контролювати і не завжди невдача є твоя провина.

17% обрали варіант «Успіх завжди залежить тільки від людини» і лише 5,7% обрали твердження «Успішні люди завжди говорять правду про свій шлях». І це не дивно, бо ми часто стаємо свідками розкриття реальних подробиць «ідеального життя» зірок та інфлюенсерів. Аудиторія помічає відредаговану правду або навіть фальсифікацію.

З огляду на попередні відповіді стало зрозуміло, що значна частина респондентів критично ставиться до висвітлення «успішного успіху» в медіа, тому наступним стало запитання:

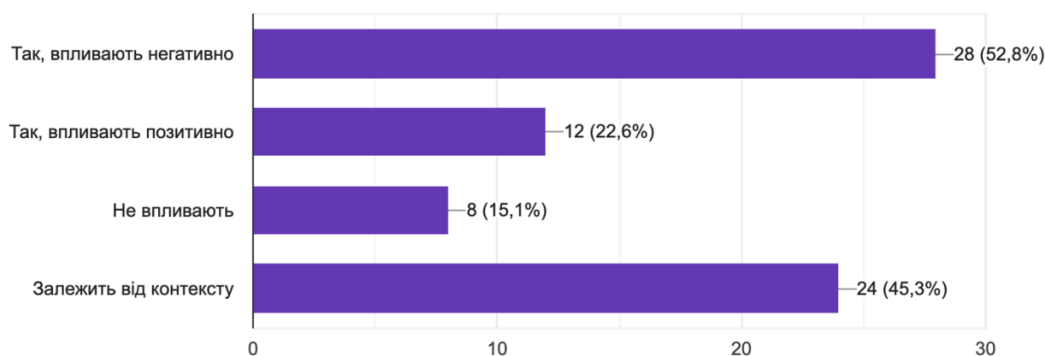
Як Ви вважаєте, чи варто в медіа більше розповідати про невдачі, а не лише про перемоги?
53 відповіді



Майже одноголосно учасники опитування обрали варіант «Так» (84,9%). І лише 7,5% та 7,6% натиснули «Ні» і «Складно сказати». Такі результати транслюють прагнення аудиторії до щирості та чесності. Люди втомились від ідеального життя в медіа. Вони хочуть бачити як взлети, так і падіння, проблеми й труднощі.

Фінальним запитанням дослідження стало:

Чи впливають історії успіху в соцмережах на Ваш емоційний стан?
53 відповіді



Найбільше респондентів обрали відповідь «Так, впливають негативно» (52,8%). Такі результати демонструють тиск на людину зі сторони ЗМІ. Переглядаючи «досягаторський» контент у користувачів часто виникає відчуття провини та постійна нав'язлива думка: «Я роблю недостньо».

Проте для когось (22,6%) такий медіаконтент все ж має позитивний вплив. Можливо, саме ці респонденти вміють перетворювати чужий успіх на власну мотивацію.

Ще 15,1% обрали варіант «Не впливають», а 45,3% - «Залежить від контексту». Це свідчить про те, що певний контент сприймається користувачами як натхнення до роботи над собою, а інший – як руйнівний і деструктивний, що може викликати тривожність, занижену самооцінку та емоційне вигорання. Така амбівалентність у відповідях вказує на те, що вплив медіа не однозначний, він залежить не тільки від самого контенту, а від внутрішнього стану людини, її самооцінки, впевненості у собі та вмінні критично мислити.

Висновки до I розділу.

Під час дослідження було проаналізовано теоретичні засади ретрансляції «успіху» в медіа, обгрунтовано, звідки взялось словосполучення «успішний успіх» в масовій культурі та інфопросторі, доведено, що уявлення про успіх штучно сконструйовано й уніфіковано через пропаганду «ідеального життя» в соціальних мережах. У рамках дослідження також аналізувались механізми формування уялень про «успішну особистість», крім цього, були виявлені маніпулятивні практики, якими послуговуються медіа при створенні контенту.

Окрім теоретичних засад, було проведено анонімне онлайн опитування на платформі Google Forms. Виходячи з його результатів, можна стверджувати, що молодь прагне щирості від інфлюенсерів, за якими слідкує. Вони хочуть бачити розповіді не лише про їх перемоги, але і про складні моменти, поразки, болі та переживання. Після результатів опитування також можна припустити, що більшість користувачів перестали вірити в тезу «Багато працюєш = багато маєш». Люди все більше розуміють важливість стартових умов, підтримки оточення та навіть банальної ролі випадковості. Величезний відсоток респондентів зізнаються,

що «досягаторський, успішний, ідеальний» контент негативно впливає на їх емоційний стан.

Певні висновки також можна зробити після аналізу реальних кейсів Спартака Суботи, Олександри Тарнавської, Ігоря Пустовіта та Олександра Волошина. Кожен з них чітко демонструє, що картинка в інтернеті може бути зрежисована, вирвана з контексту і навіть – вигадана. Тому перш, ніж рівнятись на конкретну особистість з соціальних мереж варто усвідомити – більша половина її життя залишається поза кадром. В мережу потрапляє не її реальність, а вирвані з контексту моменти, які вона хоче опублікувати тут і зараз.

Отже, перший розділ показав, що сьогодні успіх - це не просто результат зусиль. Це ще й культурний конструкт, який формується під впливом зовнішніх умов і часто має маніпулятивну природу. А ще впливає на емоційний стан, світогляд і здатність людини тверезо оцінювати себе. Тому важливо вчитися бачити глибше, відділяти зміст від форми і не втрачати зв'язок із власною реальністю, навіть коли навколо - суцільна демонстрація досягнень та успіху.

РОЗДІЛ II. АВТОРСЬКИЙ ТВОРЧИЙ ПРОЄКТ «УСПІШНИЙ УСПІХ. ІНСТРУКЦІЯ З ОБМАНУ».

2.1. Написання творчої заявки проєкту «Успішний успіх. Інструкція з обману»

У сучасному інформаційному світі поняття успіху втратило свою унікальність і все частіше зводиться до набору стандартних картинок і ритуалів. Замість особистих сенсів - красиві історії, які добре продаються. Ідея цього проєкту виникла як внутрішній спротив шаблонності, що заповонила медіапростір. Найголовніше - це дослідити, як саме медіа створюють, нав'язують і тиражують уніфіковану модель «успішного життя», яка, по суті, є набором соціальних кліше, прикритих «мотиваційною» обгорткою.

Мій проєкт має назву «Успішний успіх. Інструкція з обману» - і вона цілком відповідає змісту. Це спроба показати, як працюють маніпулятивні моделі, які транслиують глянець, але приховують реальність. Як ідеалізовані образи впливають на психіку людей, що не вписуються в цей «успіх за формулою», і як це породжує тиск, тривожність та постійне порівняння себе з іншими.

Проєкт буде представлений у формі відеоесе, в якому через монтаж, візуальні символи, текстову та голосову частину буде поєднано емоційне з раціональним. Спочатку красива картинка «ідеального життя», далі - її розпад, критичний аналіз і, зрештою, особиста рефлексія. Цей формат дозволить не просто озвучити проблеми, а й створити діалог із глядачем.

Творча заявка проєкту:

Назва:

Успішний успіх. Інструкція з обману

Вид:

Відеонарис

Жанр:

Авторський відеонарис з елементами публіцистики

Тематика:

Медіаманіпуляції в соціальних мережах, репрезентація «успіху» в інфопросторі, комерціалізація мотивації, вплив на психологічний стан аудиторії.

Мета:

Розібратись, як і чому в сучасному медіасередовищі образ «успішного успіху» транслюється як єдина модель досягнень, та чим це небезпечно. Поставити під сумнів універсальні рецепти щастя, які нам щодня нав'язують з екранів, сформуванати у глядача запит на щось справжнє - на власну, персональну формулу задоволення від життя.

Ідея:

Цей проєкт - спроба подивитись на успіх без глянцю, без фільтрів, без марафонів від зіркових коучів. Це чесна розмова про те, чому ми щиро віримо в «інструкції», які нібито ведуть до ідеального життя. І чому так боляче, коли реальність не співпадає з тією картинкою з інстаграму. Це не спроба дати відповідь, як жити. Це - спроба сказати, що щастя та успіх не можуть бути однаковими для всіх.

Хронометраж:

8-10 хвилин

Структура:

1. Нарізка відео «ідеального життя» ведучої під спокійну музику. ~ 00:00-01:00
2. Розрив ілюзій. Показ реального життя. ~ 01:00-02:00
3. Швидка перебивка нарізок «успішного успіху» з соціальних мереж та медіа. ~ 02:00-02:30
4. Ведуча у кадрі. Історія поняття «успіх». ~ 02.30-03:30
5. Маніпуляція як стратегія. Як створюється «успішний» образ. ~ 03:30-05:00
6. Роль везіння та удачі. ~ 05:00-06:00

7. Завіса публічного образу відомих інфлюенсерів. ~ 06:00-08:00
8. Історії з реального життя. ~ 08:00-09:00
9. Психологічний стан аудиторії та фільтрування медіаконтенту. ~ 09:00-10:00
10. Кінцева заставка. ~10:00-10:20

Технічне оснащення:

– Камера

універсальна камера для зйомки всіх ключових епізодів. Як статичних (ведуча, експертна частина), так і динамічних (перебивки, постановочні сцени, фрагменти з прикладами «успішного життя»). Завдяки зміні планів і ракурсів під час монтажу буде створено відчуття темпу й ритму, характерного для соціальних мереж.

– Петличний мікрофон

забезпечує якісний, чистий звук під час запису голосу. Особливо важливо зберегти емоційне забарвлення інтонацій, адже саме через голос передається іронія, сарказм або критичне ставлення до теми.

– Освітлення

базове студійне світло - для рівномірного м'якого освітлення обличчя, рук, загального простору. Додаткові джерела для створення глибини кадру, підкреслення деталей та зниження тіней на фоні.

– Програма для монтажу

Sony Vegas Pro - інструмент, у якому буде зведено відео, звук, титри й візуальні елементи. У монтажі ключовими стануть контрасти: між ідеалізованим образом і реальною картинкою світу, між глянцем і щирістю.

– Смартфон

для запису симульованих рілсів, сторіз, скролінгу та іншого типового контенту з соцмереж, який буде інтерпретовано впродовж усього відео.

Реквізит:

- 1) смартфон - для показу скролінгу стрічки й «успішних» сторіз
- 2) ідеальний сніданок - тост з авокадо, матча

- 3) килим для йоги - символ ранкових ритуалів
- 4) ноутбук - спершу як «робота мрії», а потім як нескінченна прокрастинація
- 5) книжки з саморозвитку - типові інфопродукти
- 6) неідеальна їжа - локшина, фастфуд, шоколадка
- 7) фон - охайна кімната з декором у «глянцевих» сценах і звичайний безлад у реальних моментах
- 8) одяг - зручне худі, капці, домашній лук для «неуспішного» кадру

Аудиторія:

Основна цільова аудиторія - молоді люди віком 18–30 років, які активно користуються соціальними мережами та перебувають у постійному контакті з контентом про «успішний успіх». Це глядачі, які вже втомилися від ідеальних картинок у стрічці, але все ще підсвідомо міряють себе чужими досягненнями. Їх цікавлять теми емоційного вигорання, критичне мислення, медіаграмотність, а також бажання зрозуміти, чому постійно виникає думка «Я роблю щось не так». Це аудиторія, яка прагне чесності, самоіронії й пояснень без моралізаторства.

Локація для зйомок:

Кімната - спершу чиста, охайна, ідеально прибрана для зйомок «ідеального життя», далі – повний безлад для зйомки «неідеальності».

Кухня - спочатку корисний сніданок (авокадо, матча), далі - щось типу локшини швидкого приготування, батончик, кава.

Парк / вулиця - ранкова пробіжка на світанку, потім – контрастний втомлений вигляд, реальний ранок.

Фон для експертної частини - студія або звичайна кімната з простим інтер'єром, полицями чи нейтральною стіною.

Обґрунтування засобів художньої виразності творчого проєкту:

У цьому проєкті свідомо використовується контраст як головний художній прийом. Саме через різке чергування кадрів - від естетично «ідеального» життя до максимально буденного й справжнього – буде показано, наскільки великим буває

розрив між тим, що ми бачимо в медіа, і тим, як усе виглядає насправді. Це допомагає не просто розповісти про маніпулятивність образів успіху, а відчуті її на емоційному рівні переглядаючи відео.

Також важливим засобом виразності є ритм відео. На початку повільний, плавний, як у всіх «мотиваційних» відео. Далі – різка зміна темпу, динамічні вставки, шум, розфокус. Цей прийом додає ефект несподіванки, підсилюючи контраст між вигаданим «глянцем» і реальністю, що створює особливу атмосферу для глядача.

Важливою складовою також є кольорова корекція. Теплі, м'які тони використовуються для відтворення сцени «успішного успіху», що підкреслює його ідеалізацію. Водночас, холодні, приглушені кольори застосовуються для відображення реального життя, що не тільки візуально розмежовує ці два світи, але й створює ефект відчуження та контрасту між штучністю «успіху» і природністю повсякденності. Не менш важливою є роль звукового супроводу. Початкова частина відео супроводжується спокійною музикою, що передає відчуття гармонії та стабільності. Однак у момент переходу до реальності з'являються звуки міського шуму, будильників, кроків та фонових розмов, що посилює ефект присутності і робить відео більш реалістичним і динамічним.

Застосування таких технічних прийомів не лише робить відео естетично привабливим, але й підсилює головний меседж: часто той успіх, який нам продають медіа, не має нічого спільного з реальністю, а є лише фасадом, вигаданим для привернення уваги.

Підготовка до першого випуску творчого проєкту

Концепція випуску:

У першому випуску ми звернемо увагу на те, як медіа та соціальні мережі формують ідеалізовані образи успіху і чому ці образи мають настільки сильний вплив на наше сприйняття реальності. Через контраст між «ідеальним життям», яке показують екрани, та реальними ситуаціями, з якими стикаємось щодня, ми прагнемо допомогти глядачам усвідомити, що успіх, висвітлений у соцмережах, часто є результатом маніпуляцій, а не реальних досягнень.

Основні завдання випуску:

1. Допомогти глядачам побачити, як створюються «успішні образи» в медіа та чому ми схильні вірити в їх реальність.
2. Показати, як медіа та соціальні мережі маніпулюють нашим уявленням про успіх, створюючи образи, які насправді далекі від правди.
3. Проаналізувати питання: що є справжнім успіхом, а що є лише фасадом, у якому ми часто бачимо себе.

Основні елементи випуску:

1) Ідеальний образ

Випуск почнеться з монтажу, в якому будуть показані кадри «ідеального життя». Ведуча буде зображена як людина, яка досягла всіх бажаних цілей, демонструючи успіх у найкращих його проявах. Це стане своєрідним вступом, що дозволить глядачеві спочатку поринути в світ «ідеалів», перш ніж розкривати реальну картину.

2) Розрив ілюзій

Згодом ми покажемо реальні моменти, з якими кожен може стикнутися в житті, і які часто замовчуються в ідеалізованих образах.

3) Психологія успіху

Розглянемо, як медіа впливає на нашу самооцінку і чи дійсно «успіх» є кінцевою метою.

Підготовка матеріалу

= Збір контенту

Пошук кадрів, що відображають ідеалізоване життя, зокрема через соціальні мережі, як Instagram та TikTok.

= Зйомки реального життя

Зйомка моментів з реального життя ведучої, її рутини поза кадром.

= Монтаж

Основна ідея - створити чітке, майже відчутне зіткнення двох реальностей: глянцевої й справжньої. Перехід між ними не просто технічний - він має викликати

емоцію, показати, як легко можна змінити сприйняття, просто трохи “підкрутивши” картинку. Саме на контрастах тримається весь настрій: одне життя - як реклама, інше - як воно є.

Технічна частина:

Зйомка будується на простих, але ефективних рішеннях. Камера для зйомки усіх запланованих сцен. Освітлення: м’яке світло для сцени з ідеальним образом - і більш природне, навіть трохи жорстке, - для звичайних побутових сцен. Голос записується через петличку - це дає чистий, чіткий звук без зайвого фону, щоб нічого не відволікало від головного.

Зміст випуску:

Частина 1. Все починається з показу ідеального життя ведучої, далі – різкий злам і показ контрастної реальності.

Частина 2. Швидка нарізка контенту з медіа та соціальних мереж, де формується уявлення про успіх і «ідеальне життя».

Частина 3. Частина ведучої в кадрі. Проаналізуємо усі теоретичні аспекти феномену «успішного успіху». Розглянемо реальні кейси з життя відомих людей. Представимо результати анонімного опитування. Дамо ряд рекомендацій щодо критичного аналізу контенту, який ми споживаємо.

Частина 4. Завершуємо підсумками: що ж таке успіх насправді? Як ми можемо відмовитися від ідеалів і знайти своє власне визначення успіху?

Планування розкладу

Зйомки: 2 дні.

Монтаж: 4-5 днів для відбору матеріалу та підготовки фінальної версії.

Корекція та фінальні правки: 1-2 дні.

Очікуваний результат

Перший випуск стане важливою частиною проєкту, оскільки він розкриє маніпулятивні методи, якими медіа формують наше бачення успіху. Це дасть глядачам поштовх для роздумів і запитань, які ми будемо досліджувати в наступних випусках.

2.2. Підготовка сценарію аудіовізуального твору.

(Текст ведучої – приблизний)

[0:00 – 1:00]

М'яка, спокійна музика. Яскраве сонячне світло, усміхнена ведуча прокидається в білосніжному ліжку, ідеальний сніданок (авокадо-тост, смузі), пробіжка, тренування на йога-килимку, матча-лате, ноутбук, на якому відкрито безліч робочих проєктів.

Голос за кадром (закадрово або субтитри):

«Ідеальне життя виглядає саме так, правда? А може, це просто добре зрежисований ролик?»

[1:00 – 2:00]

Раптовий контраст. Камера показує ту саму ведучу, але без макіяжу, розпатлану, з телефоном у руці. Її сніданок – кава 3 в 1 й щось на швидку руку. В кадрі -безладуватий інтер'єр, закриті обличчя подушкою. Гумористично, чесно. Вибух музики. *І вже інший текст на екрані.*

«Це - не невдача. Це - норма. Просто її не показують.»

[2:00 – 2:30]

Монтаж відео з соцмереж: дорогі авто, яхти, відео з TikTok, де всі “роблять себе”. Швидко, нарізками. Естетика «успішного успіху».

[2:30 – 3:30]

Камера повертається на ведучу - тепер вона в кадрі, спокійно, без пафосу, але з твердою інтонацією:

«Слово “успіх” звучить красиво. Але що воно взагалі означає? І звідки взявся цей культ ідеального життя? Давайте розберемось. Бо здається, нас трохи надурили.»

[2:30–3:30] – Ведуча у кадрі. Історія поняття “успіх”

Камера статична або з легким рухом. Інтер'єр - простий, світлий. Можливо, студія або затишна кімната з живими елементами.

Текст ведучої:

«Слово “успіх” сьогодні, здається, звучить з кожного кутка. Але якщо трохи копнути глибше, то що за ним стоїть? Раніше успіх асоціювався з досягненням певної мети, часто через тривалий шлях, досвід, помилки. Це могло бути завершення навчання, наукове відкриття, написана книга - щось довге, процесне. Зараз же поняття успіху дуже часто зведене до картинки: яскравої, блискучої, глянцевої. Успішним стає не той, хто довго до чогось йшов, а той, опинився в потрібний час, в потрібному місці. Той, хто викликає заздрість або захоплення. Особливо у соцмережах.

І тут починається найцікавіше. Бо замість реального змісту все частіше маємо красиву обгортку. Не важливо, що всередині - головне, щоб зовні було ефектно. Успіх тепер - це більше про сприйняття, ніж про сам результат.

І саме ця зміна в підході - фундамент для маніпуляції. Бо коли значення розмите, з ним легше гратися. Тож далі говоримо саме про це.»

[3:30–5:00] – Маніпуляція як стратегія. Як створюється “успішний” образ

Камера змінює план, ближчий до ведучої. Кадр більш динамічний, іноді можуть з’являтися вставки: нарізки з Instagram, TikTok, YouTube, кадри глянцевих обкладинок.

Текст ведучої:

«Образ “успішної людини” сьогодні це продукт. Його створюють, як рекламну кампанію. Тут усе має значення: стиль, місце зйомки, кут камери, навіть погляд в об’єктив. Це не випадковість - це стратегія.

Успішна блогерка? Знімає з дорогої кав’ярні, каже, що “працює з ноутбука на Балі”. Підприємець? На фоні - авто, логотип бренду, коротке відео про “шлях від нуля”. Здається, що це просто мотивація. Але що ми бачимо насправді? Професійно зрежисовану картинку. Часто ще й проплачену.

Усе це частина маркетингу. А під ним комерційна вигода: курси, вебінари, книжки, наставництво. Суть у тому, що образ “успішної людини” продається. І купується дуже охоче.

Це не завжди погано, якщо є усвідомлення. Але, коли немає критичного фільтру, картинка починає тиснути. Бо виходить, що “успішним” є тільки той, хто це демонструє. А всі інші - ніби не досягають. І саме на цьому побудована головна маніпуляція.»

[5:00–6:00] – Роль везіння та удачі

Кадр стає дещо спокійнішим. Ведуча сидить, можливо, змінюється локація.

Текст ведучої:

«Ще один цікавий момент - роль везіння. Про нього чомусь не прийнято говорити. У медіа домінує наратив: “успіх - це тільки праця”. Але правда в тому, що час, обставини, знайомства, випадковість - теж впливають. І часто дуже сильно. Хтось вистрілює, бо вчасно зняв відео, яке стало вірусним. Комуś написав потрібний знайомий. Комуś просто пощастило народитись у правильній родині та країні.

[9:00–10:00] – Психологічний стан аудиторії та фільтрування контенту

Текст ведучої:

«В гонитві за успіхом легко загубити себе. Бо коли з кожного екрана кричать “ти повинен бути кращим”, “ти недостатньо стараєшся”, то дуже складно не почати вірити, що з тобою щось не так. Ця постійна вистава ідеального життя - дуже тисне.

Багато хто втомлюється, впадає в апатію, порівнює себе з інтернет-образами й починає відчувати провину за те, що живе “не так яскраво”. Але важливо пам’ятати: ми не зобов’язані бути “успішними” за чужими стандартами. Ми не зобов’язані весь час щось доводити.

Контент, який ми споживаємо, формує наше мислення. І якщо щодня бачити лише відфотошоплені обличчя, розкішні життя й гучні перемоги - реальність починає здаватися надто сірою та нудною.

Фільтрувати - не означає закривати очі. Це спосіб зберегти себе. Не всім інфлюенсерам варто довіряти, не всі експерти розповідають правду, не всі поради варті уваги. Обирай, що дивився. І кому дозволяєш впливати на себе.

[10:00–10:20] – Кінцева заставка

Затишає музика, кадр затемнюється, на екрані з'являється титри проєкту «Успішний успіх. Інструкція з обману».

Текст на екрані:

«Дякуємо, що були з нами. Не бійтеся зупинити потокову віртуальну реальність і запитати себе: «А що для мене дійсно важливо?»

М'яка, спокійна музика на фоні. Текст плавно розчиняється в темряві.

Робоча назва аудіовізуального твору: Успішний успіх. Інструкція з обману

Оператор: Шевцова Аріна Ярославівна

Дата: 20.06.2025

РЕЖИСЕРСЬКИЙ СЦЕНАРІЙ

№ кад ру	Хар акте р	Розкадровка	Час	Size	Action	Audio	Props	Коментар
1	Вед уча	«Ідеальне життя»: ранок, пробіжка, йога, здоровий сніданок	0:00–1:00	Загальний	Ведуча прокидається, займається спортом, готується до дня	Спокійна музика, звуки природи	Килимок, форма, фрукти, зелений смузі	Початок дня як «картинка з інстаграму». Надихаюче, але дещо штучно
2	Вед уча	Контраст: справжній ранок -поспіх, стрес	1:00–2:00	Середній	Ведуча метушиться, запізнюється, п'є каву на ходу	Шум, тривожні уривки музики	Чашка кави, телефон, розкиданий одяг	Показати реальність, яка рідко з'являється у соцмережах
3	Нарізка	Відео з соцмереж: «успішне життя», статусні кадри	2:00–2:30	Крупний	Кадри розкішного життя: відпустки, авто, бренди	Модна музика, «дзенькіт» повідомлень	Машини, шопінг, пляжі, ресторани	Показати шаблонність образу «успіху»
4	Вед уча	Стендап — ведуча розмірковує	2:30–3:30	Середній	Ведуча сидить, говорить	Легка музика, розмірений ритм	Стілець, світло, мікрофон	Створити ефект щирої розмови

		про значення успіху			напряму до глядача			
5	Ведуча	Як створюється образ успішності через маніпуляцію	3:30–5:00	Крупний	Пояснення механізмів медійної гри	Спокійний голос, музика на тлі	Цитати на екрані, фрагменти статей	Пояснення неочевидного. Поглиблення в тему
6	Ведуча	Роль везіння в історіях успіху	5:00–6:00	Середній	Приклади «успішного збігу обставин»	Легка музика	Символи удачі, картки, метафори	Поставити під сумнів уявлення про «повний контроль»
7	Ведуча	Кейси: Субота, Тарнавська, Волошин	6:00–8:00	Загальний	Ведуча на тлі фото і цитат	Напружена музика, ефекти переходу	Фотографії, заголовки, уривки з соцмереж	Показати розрив між публічним образом і реальністю
8	Ведуча	Історії з реального життя	8:00–9:00	Середній	Ведуча ділиться короткими історіями	Легка музика	Документальні кадри, голоси інших людей	Людський вимір. Відійти від блогерського фільтру
9	Ведуча	Психологічний стан, емоційне виснаження, вплив соцмереж	9:00–10:00	Крупний	Ведуча підсумовує, говорить про важливість фільтрування	Уповільнення ритму	Слайди, ключові слова	Спонукає до саморефлексії.

10	Заве рше ння	Кінцева заставка	10:00 –10:20	Загальн ий	Статичний кадр з логотипом, посиланням чи меседжем	М'яка музика, fade-out	-	Закріпити враження. Залишити післясмак.
----	--------------------	---------------------	-----------------	---------------	--	---------------------------	---	---

2.3. Значення проєкту для аудиторії та його вплив на користувачів соцмереж.

Цей проєкт - про те, що успіх буває різний. Іноді він тихий, без камер і лайків. Це може бути внутрішній спокій, прийняття себе, відмова від гонки за чужими стандартами. Те, що не влізе у сторіз, але змінює життя по-справжньому.

Порівнювати себе з кимось це як грати в гру, де правила вигадали інші. І ця гра виснажує. Після таких «прогулянок» соцмережами залишається не мотивація, а відчуття, що з тобою щось не так. Цей проєкт – спроба не просто сказати “перестаньте себе порівнювати”, а показати, звідки це береться і як знайти в собі силу йти своїм шляхом, навіть якщо він не схожий на чужий.

Ми щодня стикаємося з контентом, який змушує нас сумніватися у своїх досягненнях. Але чи завжди ми розуміємо, як працюють ці візуальні маніпуляції? Завдяки проєкту «Успішний успіх. Інструкція з обману» можна покращити медіаграмотність: навчитися розрізняти фейк від реального, не вестися на красиву обгортку, розуміти, що за лаштунками “успішного успіху” часто стоїть команда маркетологів, монтажерів і ще купа спроб виглядати краще, ніж є насправді.

Це відео може стати ковтком повітря для тих, хто загубився в гонці за ідеалом. Воно не дає інструкцій, як стати успішним, воно розповідає, як не втратити себе, прагнучи стати кимось іншим. Якщо після перегляду хоча б одна людина скаже: “Тепер я дивлюсь на себе і своє життя по-іншому”, - значить, усе було не дарма.

Важливо сказати прямо: цей проєкт не створений для того, щоб засуджувати чи знецінювати чийсь успіх. Він не створений з метою засудити чийсь досягнення, амбіції і загалом людей, які діляться своїми перемогами. Кожен має право пишатися тим, що здобув, і кожен має право показувати це світові.

Але різниця у мотивах. Є ті, хто щиро ділиться досвідом, надихає, підтримує. А є ті, хто транслює «успішність» виключно заради переглядів, курсів, лайків і чергового «марафону з перетворення життя за 21 день». І це вже можна

визначати, як маніпуляцію. Коли створюється ілюзія, що успіх - це просто та швидко. Без згадки про реальні ресурси, обставини чи бекграунд.

Проект «Успішний успіх. Інструкція з обману» не заперечує саме поняття успіху, він радше про те, як важливо бачити його різні грані. Успіх не один на всіх. Він буває тихий, скромний, гучний, складний, публічний чи дуже особистий. І кожна його форма має право на існування, поки вона не тисне на інших і не стає інструментом для продажу ілюзій.

2.4. Стратегії просування проєкту та залучення глядачів.

Просування проєкту «Успішний успіх. Інструкція з обману» - це не просто викласти відео й чекати на перегляди. Це про те, щоб створити довкола проєкту середовище, в якому його помітять, захочуть подивитись і залишитись. Сьогодні, коли медіапростір постійно забитий новими проєктами, важливо не тільки зачепити глядача, а й не дати йому зникнути після першої серії.

Основна платформа - YouTube. Це досить логічно, бо переважно, саме тут зосереджена аудиторія, яка шукає не просто відео на фон, а щось, над чим можна дійсно замислитись. Але обмежуватись лише нею недалекоглядно. У TikTok та Instagram можна ділитись короткими уривками, реакціями, фрагментами зйомок, сторіс. Це працює як реклама, що допомагає «зайти» новим глядачам і нагадує про себе тим, хто вже бачив.

Колаборації теж важлива частина просування. Співпраця з блогерами, культурними ініціативами чи людьми, які говорять на схожі теми, відкриває двері до тієї частини аудиторії, яка ще не знайома з нашим контентом, але в перспективі може зацікавитись і підписатись. Водночас це підсилює репутацію творчого проєкту - коли його рекомендують, то автора починають сприймати серйозніше.

Ще один спосіб - краудфандинг. Це не тільки про гроші. Це про те, щоб зібрати навколо себе людей, яким справді цікаво. Які хочуть, щоб цей проєкт існував. А ще це хороший маркер: якщо люди підтримують, то це означає, що ти

рухаєшся в правильному напрямку. Для кращого охоплення варто також підключити таргетовану рекламу.

Ну і останнє - контакт із глядачами. Відповідати на коментарі, запускати прямі ефіри, питати про їхню думку. Це не тільки тримає інтерес, а й поступово створює спільноту. А саме вона - основа всього, що тримається довше будь-якого хайпу.

Окрему роль відіграє вірусний контент. Емоційні, щирі та неочікувані відео, які глядачі захочуть поширити самостійно. Це можуть бути меми, дотепні уривки, зворушливі моменти тощо. Вони допомагають проєкту швидко набирати популярність та вийти за межі основної аудиторії.

Ще один ключовий інструмент - оптимізація контенту, а саме правильне використання ключових слів, назв, описів. Це покращує видимість відео в пошукових системах і на самій платформі YouTube.

Контент має постійно оновлюватися. Варто експериментувати з форматами, запрошувати нових спікерів, включати інтерактивні елементи. Такий підхід дозволяє не тільки відповідати очікуванням глядачів, а й залишатися актуальним у динамічному інформаційному середовищі.

Висновки до II розділу

У другому розділі було детально описано процес створення авторського творчого проєкту «Успішний успіх. Інструкція з обману». Після глибокого опрацювання теоретичного матеріалу, що стосується маніпулятивних практик репрезентації успіху в медіа, була розроблена творча заявка проєкту. Було чітко визначено цільову аудиторію – переважно молодь, активно залучену до споживання контенту в соціальних мережах.

На основі творчої концепції був написаний детальний режисерський сценарій аудіовізуального твору, що включав розкадровку, хронометраж, опис дій, аудіосупровід та необхідний реквізит. Ретельно продумано локації для зйомок, що

мали на меті візуально підкреслити контраст між ідеалізованим та реальним життям, а також складено план зйомок.

Крім того, було розроблено комплексні стратегії просування готового проєкту, орієнтовані на залучення глядачів через різноманітні платформи, зокрема YouTube, TikTok та Instagram, а також через колаборації та взаємодію з аудиторією.

Завершальним етапом практичної роботи стало безпосереднє проведення зйомок та монтаж авторського творчого проєкту відповідно до розробленого сценарію та концепції. Таким чином, другий розділ охопив усі ключові етапи перетворення теоретичних напрацювань на готовий медіапродукт, спрямований на критичне осмислення феномену «успішного успіху».

ВИСНОВКИ

У даній кваліфікаційній роботі було здійснено комплексне дослідження маніпулятивних практик, що використовуються для репрезентації успіху в сучасному медіапросторі, та, як практичний результат, розроблено авторський творчий проєкт, спрямований на підвищення рівня медіаграмотності аудиторії. Метою роботи було не лише проаналізувати ці практики та їхній вплив на уявлення людей про власне життя та досягнення, але й запропонувати інструмент для критичного осмислення такого контенту.

Перший розділ показав, що сучасні медіа часто транслюють уніфікований та гіперболізований образ «успішного успіху», який представляється як стандартизований набір дій, що нібито гарантовано веде до бажаного результату. Цей образ часто є продуктом ретельно продуманих маркетингових стратегій та маніпуляцій, що спираються на вивчення психології цільової аудиторії. Було виявлено, що постійне повторення ідеалізованих картин, як зазначав Деніел Канеман, може призводити до їх сприйняття як норми. Аналіз реальних кейсів українських медійних особистостей додатково проілюстрував розрив між публічним образом та дійсністю. Результати проведеного онлайн-опитування підтвердили, що значна частина аудиторії часто стикається з таким контентом, який викликає переважно негативні емоції, такі як роздратування, недовіра чи заздрість. Опитані також продемонстрували зміну уявлень про фактори успіху, визнаючи важливість стартових умов, підтримки оточення та навіть випадковості, а не лише наполегливої праці. Було виявлено, що історії успіху в соцмережах негативно впливають на емоційний стан багатьох користувачів, та існує виражений запит на більш чесні розповіді, що включають і невдачі.

У другому розділі було детально описано процес розробки та реалізації авторського творчого проєкту «Успішний успіх. Інструкція з обману» у форматі відеонарису. Цей проєкт створювався для цільової аудиторії молодих людей (18-30 років), які активно користуються соціальними мережами. Робота включала

створення концепції та творчої заявки, написання детального режисерського сценарію, де особлива увага приділялася використанню контрасту для візуального підкреслення розбіжностей між ідеалізованим та реальним життям. Також було продумано план зйомок, локації, технічне оснащення та розроблено стратегії просування готового продукту. Проєкт спрямований на те, щоб допомогти аудиторії, особливо молоді, розпізнавати медіаманіпуляції, розвивати критичне мислення, зменшити рівень самопорівняння та формувати адекватне, більш здорове ставлення до власних досягнень та індивідуального життєвого шляху.

Робота підкреслює важливість усвідомленого споживання медіаконтенту та формування індивідуального розуміння успіху, вільного від нав'язаних стандартів. Результати дослідження та створений проєкт можуть бути використані для розробки освітніх матеріалів з медіаграмотності, тренінгів з психологічної стійкості в цифровому середовищі, а також будуть корисними для спеціалістів, що працюють із медіа та соціальними мережами, для формування більш етичних комунікаційних стратегій. Таким чином, дослідження сприяє більш глибокому розумінню сучасних медіавпливів та надає інструменти для формування більш свідомої та критично налаштованої аудиторії.

Список використаних джерел

1. Бернейс, Едвард. Crystallizing Public Opinion. – 1923. – С. 12–15, 102–111.
<https://eduardolbm.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/10/crystallizing-public-opinion-edward-bernays.pdf>
2. Бернейс, Едвард. Propaganda. – 1928. – С. 20–23, 74–78.
<https://goodtimesweb.org/industrial-policy/2014/PropagandaedwardBernays1928.pdf>
3. Гладуелл, Малкольм. Outliers: The Story of Success. – 2008. – С. 110–115.
https://course-notes.org/sites/www.course-notes.org/files/uploads/archive/other/gladwell_malcolm_outliers_the_story_of_success.pdf
4. Голідей, Райан. Trust Me, I'm Lying: Confessions of a Media Manipulator. – 2012. – С. 89–93, 182–185.
https://www.researchgate.net/publication/322296112_Ryan_Holiday_Trust_Me_I'm_Lying_Confessions_of_a_Media_Manipulator
5. Деніел Канеман. Thinking slow and fast. – 2016. – С. 60–65, 198–205, 210–215.
<https://lascoco.lagosstate.gov.ng/package/thinking-fast-and-slow-pdfdrive-pdf/>
6. Гюстав Ле Бон. The Crowd: A Study of the Popular Mind. – С. 30–35, 87–92.
https://www.files.ethz.ch/isn/125518/1414_LeBon.pdf
7. Ліппман, Волтер. Public Opinion. – С. 45–50, 120–125.
https://monoskop.org/images/b/bf/Lippman_Walter_Public_Opinion.pdf
8. Маршалл Маклюен. Understanding Media: The Extensions of Man. – С. 55–59, 132–139.
<https://designopendata.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/05/understanding-media-mcluhan.pdf>
9. Насім Талеб. Чорний лебідь. Про (не)ймовірне у реальному житті. – 2020. – С. 14–18, 94–101. <https://lexika.com.ua/chorny-lybid>
10. Опитування в Google Forms.
<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfh1nRPPJ9mCbbVCOm91wF0nMipI4CF0vn7J0dSFUymu7-7nA/viewform>

11. Пакард, Ванс. The Hidden Persuaders. – 1957. – С. 44–47, 99–102.
<https://www.ditext.com/packard/persuaders.pdf>
12. Паризер, Елі. The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. – 2011. – С. 45–50, 103–111. https://www.academia.edu/34426834/The_Filter_Bubble_Eli_Pariser
13. Постман, Ніл. Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business. – С. 22–25, 78–82.
<http://ektr.uni-eger.hu/wp-content/uploads/2015/11/neil-postman-amusing-ourselves-to-death-public-discourse-in-the-age-of-show-business.pdf>
14. Полудьонний, Ілля. Розслідування про Спартак Суботу. – 2023.
<https://www.youtube.com/watch?v=n3GuDaoHDvY&list=PLFmlLu6XhsNTHZurcCOkxQV5op8typhTR>
15. Спартак Субота. Хто такий Спартак Субота? Визнаний психолог чи шарлатан?
https://youtu.be/_Df_FK_SMbU?si=0HsDGhv2d9zuYsJA
16. Саша Бо. Інтерв'ю Марії Єфросиніній.
<https://www.youtube.com/watch?v=wmgGVwjnTr0&t=813s>
17. Соцмережі, успіх та самооцінка: чому ми відчуваємося гірше?
<https://www.youtube.com/watch?v=-ATrdEZOZtc>
18. Успіх - результат випадковості? Ютуб канал «Піятко».
<https://www.youtube.com/watch?v=YI9e9zz0qSc&t=23s>
19. Що таке «успішний успіх»? І в чому його шкода - Стаття на сайті
<https://hromadske.ua/lifestyle/234987-shcho-take-uspishnyy-uspikh-i-v-chomu-yoho-shkoda>
20. Шульц, Річард; Годсон, Рой. Dezinformatsia: Active Measures in Soviet Strategy. – 1984. – С. 22–25, 88–91.
<https://archive.org/details/dezinformatsiaac0000shul/page/n6/mode/1up>
21. «Успішний успіх» руйнує нас більше, ніж несе користі. Ось чому так сталося – Стаття на сайті
<https://hmarochos.kiev.ua/2020/12/28/uspishnyj-uspikh-rujnuye-nas-bilshe-nizh-nese-korysti-os-chomu-tak-stalosya/>

22. Блогер Олександр Волошин потрапив у скандал, відібравши у дитини подарований iPhone. <https://youtu.be/B5PiRswqtCM?si=qh1wc24cKFio7asD>
23. Ігор Пустовіт: Подобиці розлучення з Сашою Пустовіт, скандальне інтерв'ю з Єфросиніною. https://youtu.be/N3ECbkJTdX4?si=_QQSA2tkGCO8lpYM
24. Курбан О. В. Сучасні інформаційні війни у мереживому онлайн просторі. – С. 26–30, 57–62. http://pdf.lib.vntu.edu.ua/books/2021/Kurban_2016_286.pdf
25. Як книги про успішній бізнес ЗАВАЖАЮТЬ заробляти Вам і заробляють на Вас. Секрет бізнес-літератури. <https://www.youtube.com/watch?v=1FSM9SYffbU>
26. Третій випуск шоу «Підслухано» – Успішний успіх. YouTube канал «Шоу Підслухано». <https://youtu.be/9IJ4TxtnlWM>
27. Самооцінка та “успішний-успіх” в інстаграм. YouTube канал «Простір твого спокою». <https://youtu.be/JEzdJvUhCqA>
28. Чи варто закінчувати хороші стосунки ?|Подкаст терапія <https://www.youtube.com/watch?v=mRIbJRt5Buw>
29. Чому навчання та книжки про успіх шкодять? Історія культу. YouTube канал «Простір твого спокою». <https://youtu.be/yWxkbFcRdUs>
30. Чому УСПІШНИЙ УСПІХ у всіх окрім тебе? YouTube канал «Olena Naniі». <https://youtu.be/OcFomI2mb6Y>
31. що я думаю про (успішний) успіх | як перестати тригеритись на... YouTube канал «Тома Мельничук». <https://youtu.be/cEA3j4gGUws>
32. Що не так з історіями успіху? Клятий раціоналіст https://youtu.be/0XhZP_6OBdE
33. Платите ви, багатіють вони! Економіка "успішного успіху" - чому люди вірять в легкі гроші? <https://youtu.be/ObFeKfpcPYI>
34. Про маніпуляції | Подкаст терапія #44 <https://www.youtube.com/watch?v=ackwaAU2kaY>
35. З'явилося повне відео, як український блогер Волошин “кинув” дівчинку на iPhone. УНІАН.

<https://www.unian.ua/society/z-yavilosya-povne-video-yak-ukrajinskiy-blogger-voloshin-kinuv-divchinku-na-iphone-novini-kiyeva-11460214.html>