

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Кафедра мультимедійних технологій і дизайну

Кваліфікаційна робота

На здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти на тему

**«Розробка стратегії інформаційно-розважального Telegram-каналу «Вартові
контенту | Мобільний монтаж і авторське право»»**

Терміни реалізації проєкту:

початок: жовтень 2021 р.

закінчення: червень 2022 р.

Виконала

студентка магістратури

денної форми навчання

спеціальності 061– журналістика

Освітньо-професійної програми

«Правова журналістика»,

Анастасія ОСТАПЕНКО

Керівник:

д-р. н. із соц. ком. Катерина ГОРСЬКА

Київ – 2021

ЗМІСТ

I. ОПИС ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЄКТУ

1. Загальні відомості.....	4
2. Характеристики проєкту.....	5
2.1. Ключові слова	5
2.2. Реферат проєкту.....	5
2.3. Масштаб проєкту.....	10
2.4. Спрямованість проєкту.....	10
2.5. Ступінь новизни.....	12
3. Організаційний план розробки проєкту та організації виробництва	13
3.1. Стан виконання робіт за проєктом до моменту його схвалення.....	13
3.2. Календарний план виконання робіт за проєктом.....	13
3.3. Організація заходів.....	14
4. Очікувана ефективність проєкту.....	15
4.1. Економічна ефективність проєкту.....	17
4.2. Соціальна ефективність проєкту.....	17
4.3 Інші види ефектів.....	18
5. Аналіз потенційних ризиків проєкту	19
5.1. Основні фактори ризику проєкту.....	19
5.2. Управління ризиками.....	20
6. Загальні висновки	21
7. Джерела, на основі яких сформовано проєкт	23

II. ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЄКТ

Додаток А. Конкурентний аудит «Вартові контенту Мобільний монтаж і авторське право»	27
Додаток Б. Логотип «Вартові контенту Мобільний монтаж і авторське право»	47
Додаток В. Фірмовий стиль «Вартові контенту Мобільний монтаж і авторське право».....	48
Додаток Г. Контент-план «Вартові контенту Мобільний монтаж і авторське право»	58
Додаток Д. Приклад онлайн-анкетування «Вартові контенту Мобільний монтаж і авторське право»	60
Додаток Е. Підтвердження запитів аудиторії.....	63
Додаток Ж. Сценарій для відео «Чи можна брати фото з Pinterest?».....	64
Додаток Л. Приклади ілюстрацій «Вартові контенту Мобільний монтаж і авторське право»	65
Додаток М. Приклади текстів «Вартові контенту Мобільний монтаж і авторське право».....	66
Додаток Н. Приклади tutorial-відео «Вартові контенту Мобільний монтаж і авторське право».....	67
Додаток О. Відео «Вартові контенту Мобільний монтаж і авторське право».....	68

I. ОПИС ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЄКТУ

1. Загальні відомості

Проєкт «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право» покликаний покращити, полегшити та модернізувати комунікацію між користувачами соціальних мереж в Інтернеті за допомогою використання нових технологій, технік, дослідження та вивчення інформаційної етики та стилю спілкування в Мережі за допомогою розробки власного фото- та відеоконтенту. У рамках проєкту планується розробка стратегії для інформаційно-розважального каналу в «Telegram», де публікуватимуться пости навчального характеру в текстовому та відеоформатах на тему мобільного монтажу та захисту прав інтелектуальної власності, зокрема ідеї щодо цікавого оформлення власних публікацій у соціальних мережах, креативної розробки постів та монтажу відео на телефоні, а також особливості використання та публікації творчих доробків.

За допомогою проведеного аналізу ринку та дослідження конкурентів (Див. Додаток А), визначення портретів цільової аудиторії, можна дійти висновку, що на сьогодні існує достатня кількість безкоштовних проєктів у різних соціальних мережах, зокрема в популярному месенджері «Telegram», однак головною відмінністю проєкту «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право» серед схожих онлайн-каналів є додаткове безкоштовне надання знань у галузі авторського права. Проєкт базується на запитах сучасних онлайн-споживачів (Див. Додаток Е). Сьогодні українські користувачі все частіше отримують скарги та страйки щодо публікацій неякісного, часом шкідливого контенту, який порушує права соціальних мереж та/або інших людей. Проєкт «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право» покликаний покращити комунікаційну ситуацію між

користувачами, навчити їх створювати актуальний контент, а також уміти його захищати.

2. Характеристики проєкту

2.1. Ключові слова:

Контент, монтаж, право, авторське право, соціальні мережі, Інтернет, відео, права, Телеграм, канал, Інстаграм, ТікТок.

2.2. Реферат проєкту:

• **Назва проєкту:**
«Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право» – стисло та чітко поєднує та розкриває в собі два головних напрямки проєкту: авторське право та мобільний монтаж.

• Стислий опис проєкту;

Це безкоштовний інформативно-розважальний канал, де автор/автори розміщуватимуть пости навчального характеру в текстовому та відеоформатах на тему мобільного монтажу, зокрема ідеї щодо цікавого оформлення публікацій у соціальних мережах, креативної розробки постів та монтажу відео на телефоні, а також інформацію щодо права та захисту інтелектуальної власності в Інтернеті згідно з розробленим контент-планом (Див. Додаток Г). Основною площадкою для спілкування з аудиторією є відкритий канал в популярному месенджері «Telegram».

Унікальність: типова проблема сучасного користувача полягає в тому, що в медіапросторі існує незлічена кількість доступного безкоштовного контенту, який незаконно копіюється та розповсюджується, порушуючи авторські права інших людей. Однією

з причин використання чужого матеріалу у своїх цілях є невміння та неможливість відтворити контент самостійно.

Унікальність проєкту полягає в тому, аби надати людям безкоштовну можливість підвищити навички мобільного монтажу, який, у свою чергу, допоможе користувачам самостійно відтворювати контент, що подобається, а також допоможе ознайомитись із основами захисту авторського права для подальшого уникнення правопорушень. Адже незнання законів, у певний момент, не звільнить особу від юридичної відповідальності.

Для зручності та полегшеного сприйняття інформація подаватиметься у різних форматах, зокрема, спеціально розроблених авторських відео, текстах та ілюстраціях, які допоможуть підвищити рівень навичок монтажу на телефоні, а також зрозуміти особливості захисту прав інтелектуальної власності, знайти відповіді на актуальні питання: «Чому мій контент заблокували?», «Як уникнути щоразового отримання скарг?», «Як можна оскаржити правопорушення?». Канал навчить створювати трендовий контент без потреби копіювання та використання чужого матеріалу у своїх цілях.

Унікальність проєкту обумовлена високим рівнем запитів сучасних онлайн-споживачів, які висловлюють своє незадоволення через регулярне отримання скарг, пов'язаних із правопорушеннями в соціальних мережах (див.Додаток).

Метою проєкту є підвищення рівня обізнаності сучасного онлайн-споживача в галузі Інтернет-етики, що у майбутньому вплине на зменшення кількості порушень авторського права в соціальних мережах.

Головне завдання проєкту – навчити користувачів Мережі створювати актуальний трендовий контент без потреби копіювання та використання чужого матеріалу у своїх цілях, навчити його захищати, а також ознайомити з правилами етики в інтернет-мережі.

- **Вирішення проблем загальнодержавного, регіонального або галузевого рівня:**

Цей проєкт має змогу частково вирішити проблеми загальнодержавного, регіонального та галузевого рівня, адже пов'язаний із глобальною мережею, яка має вплив не лише в межах загальнодержавного масштабу, а й світового. Закони всіх цивілізованих країн, зокрема й України, захищають авторські права суб'єктів інтелектуальної діяльності та діють майже в однаковому порядку.

- **Основні техніко-економічні показники проєкту:**

Вище зазначений комунікаційний проєкт передбачає створення єдиного Telegram-каналу з відкритим доступом для комунікації між користувачами різних соціальних мереж. Він розрахований на усі операційні системи, які доступні на смартфонах. Наповнення каналу здійснюватиметься шляхом попередньої підготовки (Див. Додаток В), розробки контент-плану (Див. Додаток Г) та публікації власником каналу.

Впровадження інноваційних технологій для онлайн-платформи здійснюватиметься поступово.

Фінансові витрати на момент підготовки та запуску каналу попередньо не заплановані, однак можуть здійснюватися відповідно до підготовленого плану робіт. Активізація проєкту на ранньому етапі свого розвитку створюватиметься за допомогою єдиного автора – власника каналу.

- **Зміцнення зв'язків між наукою й виробництвом, створення умов для збереження, розвитку і використання вітчизняного науково-технічного потенціалу:**

Проект допоможе накопичувати та відтворювати актуальні знання про сучасні комунікації в онлайн-середовищі. Це чудова можливість для подальшого залучення інвесторів та партнерів для розширення масштабів у майбутньому. Привертаючи увагу до актуальної проблеми, пов'язаної з правопорушеннями і Інтернеті, інформаційно-розважальний Telegram-канал «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право» надалі може сприяти демонстрації потенціалу країни у сфері Інтернет-безпеки та залученню до співпраці інших країн.

- **Організаційні рішення** виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і соціальної сфери:

Термін реалізації проекту:

6 місяців – оптимальний термін для проведення даного проекту

Витрати на реалізацію проекту: попередньо не передбачені

Строк окупності: не встановлено

У разі додаткового залучення кадрів та професійної виробничої сили можливі витрати на реалізацію проекту в мінімальному розмірі 9200 грн

- **Джерела й умови фінансування проекту:**

Реалізація проекту можлива у двох випадках: абсолютний запуск, реалізація без залучення коштів або часткове покриття можливих фінансових витрат із залученням спонсорської підтримки, інвесторів, благодійників чи членських внесків (оплата за доступ до каналу).

Таблиця 1. Стислий перелік робіт та необхідні обсяги фінансування.

п/п	Найменування робіт	Необхідні обсяги фінансування, грн
-----	--------------------	------------------------------------

1	Створення логотипу	2000
2	Розробка фірмового стилю	3000
3	Постачання якісного інтернет-зв'язку	2000
4	Аналіз ринку	
5	Підготовка контент-плану	
6	Розробка сценаріїв для відеороликів	200/ шт
7	Монтаж роликів	600/ шт
8	Написання текстів	200/ шт
9	Створення ілюстрацій для публікацій	2000
10	Створення та підтримка каналу в «Telegram»	1000
	Разом	9200

Економічний ефект: Майбутній проєкт на першому етапі розвитку (6 місяців) не спрямований на досягнення фінансової вигоди. Використання ресурсів із можливих внесків буде спрямоване на покриття витрат та покращення роботи каналу. Повне фінансове покриття можливе в разі зміни формату каналу з відкритим доступом у закритий, із умовами підписки або внаслідок створення додаткового платного онлайн-курсу на тему створення відеоконтенту та захисту права інтелектуальної власності в Інтернеті.

Соціальний ефект: Зазначений проєкт матиме широке соціальне значення для активних користувачів соціальних мереж, особливо для тих, хто не знає, як знімати й працювати з відео, ніколи не займався монтажем, а також тих, хто вже вміє монтувати, але не має ідей і/або знань, інструментів для створення креативних професійних відео.

Окрім того, Telegram-канал допоможе читачам не лише створювати цікавий контент, але й безкоштовно отримувати базові знання щодо захисту та правил публікування у Всесвітній мережі в одному місці, що позитивно вплине на розвиток українців у сфері діджитал-етики.

2.3. Масштаб проєкту:

Описаний проєкт націлений на внутрішню українську аудиторію з перспективою на міжнародну. Проєкт має реальну можливість частково вирішити проблеми на всіх рівнях: загальнодержавному, регіональному та галузевому, адже пов'язаний із глобальною мережею, яка має вплив не лише в межах загальнодержавного масштабу, а й світового. Проєкт слугуватиме загальнодержавним та загальносвітовим потребам, які є суміжними та актуальними не лише на території України, а й поза її межами.

2.4. Спрямованість проєкту:

Цей проєкт розробляється з метою підвищення рівня обізнаності сучасного онлайн-споживача в галузі Інтернет-етики, що у майбутньому призведе до зменшення кількості порушень авторського права в соціальних мережах.

Головне завдання проєкту полягає в тому, аби навчити користувачів Мережі створювати актуальний трендовий контент без потреби копіювання та використання чужого матеріалу у своїх цілях, а також навчити його захищати, ознайомити з правилами етики в інтернет-мережі.

«Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право» – інформативно-розважальний канал в «Telegram», де основними напрямки публікацій є:

- Монтаж на телефоні (підбірки, додатки, tutorial-відео, лайфхаки)
- Особливості роботи соціальних мереж («Instagram» та «TikTok»): правила, особливості, оновлення, тренди.
- Авторське право в Інтернеті: розуміння та особливості захисту права інтелектуальної власності в Інтернеті (публікації навчального характеру в галузі авторського права).

Цільовою аудиторією проєкту є дівчата та хлопці 13-25 років, переважно користувачі таких соціальних мереж, як «Instagram» та «TikTok». Очікувана аудиторія може містити в собі три портрети:

- ті, хто ніколи не займався монтажем. Не знає, як знімати й працювати з відеоконтентом;
- ті, хто вміє монтувати, але не має ідей і/або знань, інструментів для створення креативних популярних відео;
- ті, хто створює власний контент та часто отримує скарги за правопорушення з боку соціальних мереж і не розуміє специфіку блокувань.

Проблеми аудиторії:

- Використання чужого контенту у своїх цілях і порушення його авторського права через відсутність навичок редагування та неможливість відтворення відеоконтенту, який подобається;
- Отримання скарг за порушення правил спільнот через незнання та нерозуміння особливостей роботи зі своїм та чужим контентом.

Очікування аудиторії:

- Уміння монтувати та робити цікаві актуальні ролики;

лише між користувачами, а й, безпосередньо, соціальними мережами. Важливо не просто розуміти, як створити актуальний трендовий контент, який будуть дивитись та розповсюджувати. Не менш вагомими є отримання знань та уміння захистити власний матеріал без отримання скарг від правовласників та модераторів соціальних мереж, адже «Ignorantia juris non excusat або ignorantia legis neminem excusat»: що з латинської перекладається «незнання закону не є виправданням (ні для кого)», однак є першочерговою базою для Конституції України.

3. Організаційний план розробки проєкту та організації виробництва

3.1. Стан виконання робіт за проєктом до моменту його схвалення:

- досліджено та обґрунтовано технічні аспекти 90%
- проведено теоретичні та експериментальні дослідження 50%
- розроблено технологію і технічний проєкт 70%
- розроблено робочу документацію, створено дослідні зразки 90%
- розроблено зразки для соціальних досліджень 95%
- наявність матеріально-технічної бази 100%
- наявність необхідного персоналу 90%
- визначено та узгоджено фінансування проєкту 100%
- визначено та узгоджено місце виконання проєкту 100%
- інші види робіт 10%

3.2. Календарний план виконання робіт за проєктом:

Таблиця 2. План виконання робіт за проєктом.

п / п	Найменування робіт	Виконавець	Термін	Необхідні обсяги фінансування (орієнтовані витрати), грн

1	Розробка логотипу	Остапенко Анастасія / пошук фахівця за потреби	жовтень – листопад	2000
2	Розробка фірмового стилю	Остапенко Анастасія / пошук фахівця за потреби	жовтень – листопад	3000
3	Постачання якісного інтернет-зв'язку	Остапенко Анастасія / пошук фахівця за потреби	6 грудня – 1 червня 2022 р.	2000
4	Аналіз ринку	Остапенко Анастасія / пошук фахівця за потреби	10 листопада – 25 листопада	
5	Підготовка контент-плану	Остапенко Анастасія / пошук фахівця за потреби	8 листопада	
6	Розробка сценаріїв для відеороликів	Остапенко Анастасія / пошук фахівця за потреби	15 листопада – 1 грудня	200 грн/шт
7	Створення та підтримка каналу в «Telegram».	Остапенко Анастасія / пошук фахівця за потреби	6 грудня – 1 червня 2022 р.	1000
8	Монтаж роликів	Остапенко Анастасія / пошук фахівця за потреби	20 листопада – 1 червня 2022 р.	600 грн/шт
9	Написання текстів	Остапенко Анастасія / пошук фахівця за потреби	20 листопада – 1 червня 2022 р.	200 грн/шт
10	Створення ілюстрацій для публікацій	Остапенко Анастасія / пошук фахівця за потреби	20 листопада – 1 червня 2022 р.	2000
	Разом			9200

3.3. Організація заходів:

Стислий перелік аналітичних процесів:

- Дослідження ринку, проведення комунікаційного аудиту;
- Визначення УТП проєкту;
- Визначення цільової аудиторії;
- Визначення загроз та можливостей проєкту.

Стислий перелік технологічних процесів:

- Розробка логотипу;
- Розробка фірмового стилю;
- Аналіз ринку;
- Постачання якісного інтернет-зв'язку;
- Підготовка контент-плану;
- Розробка сценаріїв для відеороликів;
- Монтаж роликів;
- Підготовка, написання та публікація текстів;
- Створення ілюстрацій для публікацій;
- Створення та підтримка каналу в «Telegram».

*Можливе додаткове залучення кадрів та професійної виробничої сили.

4. Очікувана ефективність проєкту

Заплановане попереднє оцінювання проєкту перед запуском буде проведене за формулою SMART (Specific (конкретні цілі), Measurable (вимірювані цілі), Achievable (досяжні цілі), Relevant (важливі, відповідні цілі), Time-bound (цілі визначені в часі), а також за допомогою онлайн-анкети під час та після реалізації проєкту можна дізнатись його ефективність.

Онлайн-опитування повинні містити в собі ключові питання про стать, вік, демографічні особливості, рід зайнятості, досвід монтажу, розуміння поняття авторського права, якою операційною системою користуються, популярні соціальні мережі, як часто читають канал «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право», чи подобається формат подачі інформації, які матеріали на каналі подобаються більше (монтаж, тема захисту авторського права, особливості використання соціальних мереж), чи потрібно змінювати формат подачі інформації, чого не вистачає на каналі та загалом проєкту, що подобається, а також обов'язково додати інформацію про те, як споживач дізнався про проєкт, отримати дані електронної пошти. (Див. Додаток В)

Формула SMART

Specific (конкретні)

Who? – інформаційно-розважальний Telegram-канал «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право»»;

What? – розміщення контенту повчального характеру на тему мобільного монтажу та захисту прав інтелектуальної власності і Інтернеті;

Where? – месенджер «Telegram»;

When? – грудень – червень;

Which? – новий, актуальний для завоювання ніші на ринку;

Why? – для підвищення рівня обізнаності сучасного онлайн-споживача в галузі Інтернет-етики, що у майбутньому призведе до зменшення кількості порушень авторського права в соціальних мережах.

Measurable (вимірювані)

Кількість – близько 30–36 публікацій на місяць, серед яких розміщення текстового контенту, відеоконтенту та ілюстрацій;

Якість – приблизне співвідношення текстового, відеоконтенту та ілюстрацій у межах одного місяця – 10:10:10;

Час – 6 місяців;

Фінанси – за розрахунком обсягів фінансування згідно з календарним планом виконання робіт;

Achievable (досяжні) + 100 підписників за перший місяць роботи Telegram-каналу

Relevant (важливі, відповідні)

Головне завдання – навчити користувачів Мережі створювати актуальний трендовий контент та вміти його захищати, ознайомити із правилами етики в інтернет-мережі. Це дозволить підвищити рівень обізнаності сучасного онлайн-споживача в галузі Інтернет-етики, що у майбутньому може призвести до зменшення кількості порушень авторського права в соціальних ах.

Time-bound (визначені в часі)

Публікації на каналі визначені граничними часовими межами згідно з попередньо затвердженим контент-планом.

4.1. Економічна ефективність проєкту:

Згідно з розписаними попередньо комерційними правилами та фінансовими показниками запуск проєкту на Telegram-платформі спирається та виконує усі підраховані норми, а також непередбачувані ситуації щодо додаткових витрат та їх окупності. Поступова реалізація проєкту на першому етапі розвитку відбуватиметься без залучення додаткових коштів, однак надалі розглядається можливість доречного матеріального забезпечення, враховуючи ситуацію на ринку, необхідні економні закупівлі, надійний прибуток та залучення кадрів. Під час реалізації можливі інвестиційні та членські внески, які допоможуть проєкту реалізуватися у потрібні строки з відповідною якістю.

4.2. Соціальна ефективність проєкту:

Соціальна ефективність досліджена в пункті 2. *Характеристики проєкту*. Цей проєкт розробляється з метою підвищення рівня обізнаності сучасного онлайн-споживача в галузі Інтернет-етики, що у майбутньому призведе до зменшення кількості порушень авторського права в соціальних мережах.

Головне завдання проєкту полягає в тому, аби навчити користувачів Мережі створювати актуальний трендовий контент без потреби копіювання та використання чужого матеріалу у своїх цілях, навчити його захищати, а також ознайомити з правилами етики в інтернет-мережі.

Описаний проєкт націлений на внутрішню українську аудиторію з перспективою на міжнародну. Даний проєкт має реальну можливість частково вирішити проблеми на всіх рівнях: загальнодержавному,

регіональному та галузевому, адже пов'язаний із Всесвітньою мережею, яка має вплив не лише в межах загальнодержавного масштабу, а й світового. Комунікаційний проєкт слугуватиме загальнодержавним та загальносвітовим потребам, які є суміжними та актуальними не лише на території України, а й поза її межами.

4.3 Інші види ефектів:

• Науково-технічний ефект:

Розвиток Інтернету й швидкісного доступу до Мережі зробили можливим легке та швидке завантаження відео високої якості і їх перегляд на будь-якому пристрої, в будь-якому місці й навіть на ходу. Сучасні камери на смартфонах мають настільки високу якість, що за допомогою них можна цілком знімати вихідний відеоматеріал практично професійної якості. Велика кількість додатків роблять процес монтажу, обробки зображень та накладання ефектів дуже зрозумілим і простим для будь-якого користувача.

Обсяг інформації, який надходить до людей настільки великий, що змушує думати про більш просте надання для її сприйняття та обробки. Відео не вимагає особливих зусиль для зчитування інформації, воно максимально спрощує передачу, а також має істотний емоційний заряд, що є важливим для здійснення маркетингових задач, саме тому проєкт покликаний, у першу чергу, навчити створювати відеоматеріал. Проєкт є підтримкою сучасних напрямків розвитку комунікацій та виступає на межі отримання науково-технічного ефекту з культурно-розважальним.

• Культурно-розважальний ефект:

Культурно-розважальний ефект комунікаційного проєкту нерозривно пов'язаний з попереднім пунктом – новітніми технологіями

та розробками. Саме завдяки їм буде створюватися контент-наповнення на платформі. Відео – найлегший для сприйняття формат контенту, що може містити в собі особливості навчального подання інформації та привертати увагу аудиторії. Проєкт містить у собі повчальний характер, в основі якого розважальний стиль, адже за допомогою легкої та доступної подачі можна не лише надати читачеві користь, але й зробити цей процес цікавим та актуальним.

5. Аналіз потенційних ризиків проєкту

5.1. Основні фактори ризику проєкту:

Через оновлення трендів та мінливість аудиторії, охоплення перший час може не відповідати бажаним результатам. Серед можливих ризиків можна визначити наступні:

Маркетингові ризики:

- Невідповідність запитів та потреб потенційної аудиторії з основною метою та завданнями проєкту;
- Вибір хибної стратегії через помилковий аналіз цільової аудиторії;
- Отримання неточних, неправдивих даних результатів проведених досліджень;

Ризики в менеджменті:

- Відсутність компетентних фахівців у разі їх потреби;
- Незаплановані великі фінансові затрати;

Комунікаційні ризики:

- Недостатня кількість контенту;

захищати авторів цифрових медіа, книг, статей, творів мистецтва та музики від крадіжки або неналежного використання їх контенту. Проблеми порушення прав інтелектуальної власності в Інтернеті є одними з найгостріших та актуальних, а типова проблема сучасного користувача полягає в тому, що в медіапросторі існує незлічена кількість доступного безкоштовного контенту, який незаконно копіюється та розповсюджується, порушуючи авторські права інших людей. Сутність цих порушень така ж, як і поза сферою Мережі. Основна відмінність полягає в тому, що простота копіювання й нематеріальна сутність об'єктів авторського права в Інтернеті не дозволяють так само просто вирішувати проблему доказів порушення авторських прав. Однією з причин використання чужого матеріалу у своїх цілях є невміння та неможливість відтворити контент самостійно. Саме тому **головним завданням проєкту** було визначено навчити користувачів створювати актуальний трендовий контент без потреби копіювання та використання чужого матеріалу у своїх цілях, уміти його захищати, а також ознайомити з правилами етики в інтернет-мережі.

Проєкт «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право» покликаний покращити, полегшити та модернізувати комунікацію між користувачами соціальних мереж в Інтернеті за допомогою використання нових технологій, технік, дослідження та вивчення інформаційної етики та стилю спілкування в Мережі за допомогою розробки власного фото- та відеоконтенту. Коли ми розробляємо авторський контент, ми повинні вміти його захистити. Telegram-канал допоможе користувачам не лише створювати актуальний контент для соціальних мереж, але й безкоштовно отримувати базові знання щодо захисту та правил його публікування у світовій мережі.

Проєкт розрахований на внутрішню українську аудиторію, публікації для якої розміщуватимуться державною мовою.

Універсальність контенту проєкту впливає на перспективу його розвитку й дозволяє у майбутньому залучати міжнародну аудиторію та розширювати масштаби проєкту, публікуючи контент іншими мовами, зокрема російською. З допомогою інструментів месенджеру «Telegram», а саме, чат-ботів, комунікаційний процес можна пришвидшити та зробити простішим.

Майбутній проєкт можна вважати потенційно ефективним та таким, що може сприяти досягненню поставленої мети та цілей в зазначений термін, а покрокове дотримання плану комунікації сприятиме ще більш оперативним результатам та допоможе досягнути бажаного ефекту.

7. Джерела, на основі яких сформовано проєкт

1. Аналітика та рейтинг Telegram-каналів «Telemetr» // Електронний ресурс. URL: <https://telemetr.me/> (дата звернення 10.11.2021)
2. Аналітика та рейтинг Telegram-каналів «Tgstat» // Електронний ресурс. URL: <https://tgstat.com/ru> (дата звернення 10.11.2021)
3. Бутнік-Сіверський О.Б. Право інтелектуальної власності. – К.: Ін Юре, 2002.
4. Германова О. Г. Регулювання відносин у сфері авторського права і суміжних прав інформаційним законодавством України: Магістерум. Випуск 22, 2006. с. 51–56.
5. Гонцова В. В, Орлик О.В. Сучасні мультимедійні технології. Інформатика та інформаційні технології: студ. наук. конф (матеріал). Одеса: ОНЕУ. с. 76-79.
6. Гумінський Р.В. Методи і засоби виявлення інформаційних загроз віртуальних спільнот в інтернет середовищі соціальних мереж: автореф. Київ: М-во освіти і науки України, Нац. авіац. ун-т, 2016. с 20
7. Дмитришин В. С. Розпорядження майновими правами інтелектуальної власності в Україні: навч. посіб. Київ: Ін-т інтел. власн. і права, 2008. с 248.
8. Жалдак М.І., Шут М.І., Жук Ю.О., Дементієвська Н.П., Пінчук О.П., Соколюк О.М., Соколов П.К.. Мультимедійні системи як

засоби інтерактивного навчання: посібник. Київ: Педагогічна думка, 2012 с.112

9. Закон України «Про авторське право і суміжні права»: Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1994. с. 64.
10. Закон України «Про інформацію»: Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1992. с. 650
11. Кремнёв Д. Продвижение в социальных сетях: СПб: Сеть, 2011. с 160.
12. Кузнєцов Ю. М., Косенюк Г. В., Данильченко М. Г. Інтелектуальна власність: Економічна думка, 2006. с. 420.
13. Мельниченко В.В., Калиниченко Н.В. Самоучитель современного пользователя ПК: підручник. Київ: НТІ, 2005. с 422 .
14. Молочков В.П. Pinnacle Studio Plus Основы монтажа на примерах. СПб: БХВ-Петербург, 2007. с 336.
15. Н. І. Логінова, Р. Р. Дробожур. Правовий захист інформації: навчальний посібник. Одеса: Фенік, 2015 с 264.
16. Назар М.М. Інтернет-спілкування як чинник особистісних змін у юнацькому віці : автореф. Київ, 2010. с 18
17. О.А. Підпригори, О.Д. Святоцького. Право інтелектуальної власності: Академічний курс / Під ред. О.А. Підпригори, О.Д. Святоцького. – К.: Ін Юре, 2004. – 672 с.

18. П. Воробйов та ін. — К.: Слово, 2006. — 1104 с.
19. П. Т. Бубенко, В. В. Величко, С. М. Глухарев. Інтелектуальна власність: Навч. посіб. Харків: ХНАМГ, 2011. с. 215 .
20. Право інтелектуальної власності Європейського Союзу та законодавство України / За ред. Ю. М. Капіци; Кол. авт.: Ю. М. Капіца, С. К. Ступак, В.
21. Підпригора О.А., Підпригора О.О. Право інтелектуальної власності: Підручник. – К.: Ін Юре, 1998.
22. Снігур А.В. Основи роботи в Internet: навч. посіб. Вінниця: ВНТУ, 2016. с. 104.
23. Сошников В. Искусство мультимедиа. Мультимедиа и техника: СПб.: СПбГУП, 2010. с 204.
24. Цивільне право України Підручник: У 2 кн. / За ред. О.В. Дзери, Н.С. Кузнєцової – К.: Юрінком Інтер, 2005. – 1376 с. 26
25. Чепмен, Найджел. Digital Multimedia. Найджел Чепмен, Дженни Чепмен; пер. И. Дорошенко, А. Назаренко: Москва: Вильямс, 2006. с 624.
26. Шишка Р.Б. Охорона права інтелектуальної власності: авторсько-правовий аспект. – Харків, 2002.

II. ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЄКТ

Додаток А. Конкурентний аудит «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право»

Прямі конкуренти			
Конкурент	Сильні сторони	Слабкі сторони	Оцінка сили конкурента й ризику для проекту
Telegram-канали з уроками на тему відеомонтажу			
«VideoMaker» Авторский курс Анастасии Полонской https://t.me/joinchat/Ss2bfFeOrttJcWrY	<ul style="list-style-type: none"> - Рік на ринку - Мова ведення - російська (підвищує охоплення) - Надання безкоштовного матеріалу 	<ul style="list-style-type: none"> - Невдалий неймінг (дуже розповсюджений на українському ринку) - Відсутність концепції та єдиного стилю - Надання знань лише у напрямку монтажу - Недотримання регулярності публікування контенту 	Середня конкурентоспроможність.
Королевский монтаж	<ul style="list-style-type: none"> - Курс відомої блогерки Влади Гармаш - Репутація в Медіапросторі - Згадування авторки курсу в ЗМІ - Успішна реалізація подібних курсів та майстер-класів авторки - Єдина концепція та упізнаваний стиль - Вдалий неймінг - Мова ведення - російська (підвищує охоплення) - Власний сайт 	<ul style="list-style-type: none"> - Надання знань лише у напрямку монтажу - Висока вартість навчання 	Сильна конкурентоспроможність Один із найсильніших Конкурентів на українському ринку.


Прямі конкуренти

Конкурент	Сильні сторони	Слабкі сторони	Оцінка сили конкурента й ризику для проєкту
<p><i>Видеосток</i> https://t.me/video_stock</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 12 тис читачів на телеграм-каналі - Упізнаваний стиль оформлення роликів - Мова ведення - російська (підвищує охоплення) - Надання безкоштовного матеріалу 	<ul style="list-style-type: none"> - Невисока активність на каналі - Відсутність контент-плану - Відсутня регулярність публікування контенту - Невдалий неймінг (дуже розповсюджений на українському ринку) - Надання знань лише у напрямку монтажу 	<p>Сильна конкуренто-спроможність Один із найсильніших Конкурентів на українському ринку.</p>
<p><i>Курс з монтажу та режесури Каті Войни</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Курс відомої російської блогерки Каті Войни - Репутація в Медіапросторі - Успішна реалізація курсів та майстер-класів - Єдина концепція та упізнаваний стиль - Власний сайт - Лояльні ціни - Багато позитивних відгуків - Співпраця з партнерами 	<ul style="list-style-type: none"> - Пряма комунікація тільки на сторінці блогерки - Відсутність надання безкоштовного матеріалу 	<p>Середня конкуренто-спроможність Один із кращих курсів з режесури та монтажу, однак основний напрямок діяльності - створення атмосферних відео у форматі кінострічки.</p>
<p>Telegram-канали на тему авторського права</p>			

Прямі конкуренти

Конкурент	Сильні сторони	Слабкі сторони	Оцінка сили конкурента й ризику для проекту
<p><i>Авторское право</i> https://t.me/AuthorLaw</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Зайняте місце у вільній ніші 	<ul style="list-style-type: none"> - Один формат публікацій (розміщення тільки текстового матеріалу) - Відсутність ілюстрацій - Розміщення невідповідної реклами на каналі - Невдалий неймінг (відсутня унікальність) - Відсутність концепції та єдиного стилю - Недотримання регулярності публікування контенту 	Слабка конкурентоспроможність
<p><i>Авторское право</i> https://t.me/avtorLaw</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Зайняте місце у вільній ніші - Поєднання різних форматів публікацій 	<ul style="list-style-type: none"> - Невдалий неймінг (відсутня унікальність) - Відсутність концепції та єдиного стилю - Недотримання регулярності публікування контенту 	Слабка конкурентоспроможність

Чат-бот на тему захисту прав інтелектуальної власності
https://t.me/Intellectual_PropertyBot

- Зручний інтерфейс
- Лаконічність подачі інформації
- Єдиний чат-бот на тему захисту прав інтелектуальної власності 

Потенційні конкуренти

Конкурент	Сильні сторони	Слабкі сторони	Оцінка сили конкурента й ризику для проекту
<p>✧ <i>Stories Combo</i> ✧ https://t.me/agile_stories</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Канал з безкоштовними шаблонами для соціальних мереж - Легко запам'ятовується назва каналу 	<ul style="list-style-type: none"> - Частота розміщення реклами - Неунікальний контент 	<p>Слабка конкурентоспроможність.</p>
<p><i>Игры для сторис</i> https://t.me/regivalsmm</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Різні формати контенту - Наявність рубрикації - Невелика частота реклами на каналі 	<ul style="list-style-type: none"> - Невдалий неймінг (відсутня унікальність) - Невдала аватарка 	<p>Слабка конкурентоспроможність.</p>
<p><i>ИГРЫ ДЛЯ СТОРИС / STORIES</i> https://t.me/GREENWAYIDEA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Невелика частота реклами на каналі - Канал з безкоштовними шаблонами для соціальних мереж 	<ul style="list-style-type: none"> - Невдалий неймінг (відсутня унікальність) 	<p>Слабка конкурентоспроможність.</p>
<p><i>Для твоего инстаграма</i> https://t.me/dlyainstag</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Відсутність єдиної концепції - Безкоштовний канал для натхнення у стилі Pinterest (сток) 	<ul style="list-style-type: none"> - Наявний тільки один формат публікацій - Невдалий неймінг (відсутня унікальність) 	<p>Слабка конкурентоспроможність.</p>

Потенційні конкуренти

Конкурент	Сильні сторони	Слабкі сторони	Оцінка сили конкурента й ризику для проекту
<p><i>БАНК ІДЕЙ СТОРИС</i> https://t.me/bankideastories</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 33 к підписників - Один із найпопулярніших каналів на тему ведення соціальних мереж - Високий рівень залученості аудиторії - Проведення голосових чатів із залученням експертів 	<ul style="list-style-type: none"> - Відсутність УТП - Невдалий неймінг (відсутня унікальність) - Неунікальний контент 	Середня конкурентоспроможність.
<p><i>Банк ідей — Stories</i> https://t.me/idea4stories</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Канал з безкоштовними шаблонами та ідеями для соціальних мереж 	<ul style="list-style-type: none"> - Невдалий неймінг (відсутня унікальність) - Відсутність УТП - Відсутня залученість 	Слабка конкурентоспроможність.
<p><i>Тutorials STORIES</i> https://t.me/tutorialstories</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Канал з безкоштовними шаблонами та ідеями для соціальних мереж 	<ul style="list-style-type: none"> - Відсутність авторського контенту - Невдалий неймінг (відсутня унікальність) 	Слабка конкурентоспроможність.
Юридичні канали в Telegram *укр			

Потенційні конкуренти

Конкурент	Сильні сторони	Слабкі сторони	Оцінка сили конкурента й ризику для проекту
<p><i>Адвокат Права</i> https://t.me/advocatprav a</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Найпопулярніший український канал на юридичну тему (202 к підписників) - Проста подача інформації - Висока частота публікацій - Контент розрахований на широку аудиторію - Розміщення актуального контенту (згідно з останніми подіями) - Високий коефіцієнт залучення (20 %) 	<ul style="list-style-type: none"> - Типовий інформаційний канал з новинами, їх аналізом та публікаціями на юридичну тему 	<p>Середня конкуренто-спроможність.</p>
<p><i>Тарас Юрист Адвокат Одесса</i> https://t.me/TarasOdessa</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Російськомовний контент - Різний формат публікацій - Наявність авторського контенту (відео) - Простий неймінг 	<ul style="list-style-type: none"> - Відсутня єдина концепція ведення сторінки - Відсутність УТП 	<p>Слабка конкуренто-спроможність.</p>
<p><i>Закон і право</i> https://t.me/ukr_lawyer</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Наявність можливості залишити зворотний зв'язок - Перший юридичний Telegram в Україні 	<ul style="list-style-type: none"> - Типовий інформаційний канал на юридичну тему - Неунікальна аватарка - Публікація переважно політичного контенту 	<p>Слабка конкуренто-спроможність.</p>

Потенційні конкуренти

Конкурент	Сильні сторони	Слабкі сторони	Оцінка сили конкурента й ризику для проекту
<p><i>Блог юриста</i> https://t.me/joinchat/AAAAFNxWbGnDOd8mjSqcg</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Наявність чат-бота для зворотного зв'язку - ERR-22.5% 	<ul style="list-style-type: none"> - Неунікальна аватарка - Типовий інформаційний канал на юридичну тему - Відсутність УТП - Один формат публікацій 	Слабка конкурентоспроможність.
<p><i>ЮРИСТ ONLINE</i> https://t.me/jur_online</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Можливість надати зворотний зв'язок - Розважальний формат 	<ul style="list-style-type: none"> - Відсутність логічного поєднання специфіки каналу та контенту 	Слабка конкурентоспроможність
<p><i>Юридична практика</i> https://t.me/jurpraktika</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Наявність авторського логотипу 	<ul style="list-style-type: none"> - Типовий інформаційний канал на юридичну тему - Відсутність УТП - Один формат публікацій 	Слабка конкурентоспроможність
<p><i>Багнет нації</i> https://t.me/bagnetnacji</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ERR-53.8% - Наявність різних форматів контенту - Упізнавана аватарка 	<ul style="list-style-type: none"> - Типовий інформаційний канал на юридичну тему 	Слабка конкурентоспроможність

Потенційні конкуренти

Конкурент	Сильні сторони	Слабкі сторони	Оцінка сили конкурента й ризику для проекту
<p><i>Под Мантисей</i> https://t.me/PodMantiyei</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ERR-49.8% - Висока частота публікацій на день 	<ul style="list-style-type: none"> - Відсутність УТП - Типовий інформаційний канал на юридичну тему 	<p>Слабка конкурентоспроможність</p>
<p><i>Лоїер</i> https://t.me/lover_ua</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Про право простою мовою і з гумором - Наявність різних форматів контенту - Упізнавана аватарка 	<ul style="list-style-type: none"> - Типовий інформаційний канал на юридичну тему - Відсутність УТП - Невдалиий неймінг 	<p>Слабка конкурентоспроможність</p>
<p><i>Безоплатна правова допомога</i> https://t.me/ualegalaid</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Аналіз українського законодавства - Наявність ілюстрацій - Цікавий неймінг 	<ul style="list-style-type: none"> - Типовий інформаційний канал на юридичну тему 	<p>Слабка конкурентоспроможність</p>

Потенційні конкуренти

Конкурент	Сильні сторони	Слабкі сторони	Оцінка сили конкурента й ризику для проекту
<p><i>KVADRA PRAVO</i> https://t.me/kvadra_pravo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Офіційний канал Адвокатського об'єднання "KVADRA PRAVO» - огляд актуальних правових новин та змін у законодавстві. - Наявність логотипу - Різні формати контенту - Наявність авторських ілюстрацій - Висока частота публікацій контенту 	<ul style="list-style-type: none"> - Відсутність зворотного зв'язку 	<p>Середня конкурентоспроможність</p>
<p><i>Центр правової допомоги</i> https://t.me/urist24kiev</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Безкоштовна консультація юриста - Різні формати контенту 	<ul style="list-style-type: none"> - Відсутність єдиної концепції - Типовий інформаційний канал на юридичну тему 	<p>Слабка конкурентоспроможність</p>
<p><i>Право України</i> https://t.me/law_ukraine</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Наявність логотипу - Наявність авторських ілюстрацій 	<ul style="list-style-type: none"> - Один формат публікацій - Відсутність зворотного зв'язку - Типовий інформаційний канал з новинами, їх аналізом та публікаціями на юридичну тему 	<p>Слабка конкурентоспроможність</p>

Потенційні конкуренти

Конкурент	Сильні сторони	Слабкі сторони	Оцінка сили конкурента й ризику для проекту
<p><i>#якзахиститися: закон і право</i> https://t.me/zaxist</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Наявність авторського логотипу 	<ul style="list-style-type: none"> - Типовий інформаційний канал з новинами, їх аналізом та публікаціями на юридичну тему - Відсутність зворотного зв'язку - Один формат публікацій 	<p>Слабка конкурентоспроможність</p>
<p><i>Правовий Контроль</i> https://t.me/smartinform</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Наявність логотипу 	<ul style="list-style-type: none"> - Відсутність концепції та єдиного стилю - На каналі більше переважає контент у форматі новин 	<p>Слабка конкурентоспроможність</p>
<p><i>Правова журналістика</i> https://t.me/legal_journalism_degree</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Наявність авторського логотипу - Різні формати контенту - Наявність авторських ілюстрацій - Єдина концепція та стиль ведення сторінки - Можливість надання зворотного зв'язку - Можливість безкоштовно взяти участь у заходах, пов'язаних із правовою тематикою 	<ul style="list-style-type: none"> - Відсутність авторського відеоматеріалу - Частота публікації контенту - Перевага рекламної функції над пізнавальною 	<p>Середня конкурентоспроможність</p>

Непрямі конкуренти

До непрямих конкурентів можна віднести чати активності, чати з пропозицією роботи в соціальних мережах, чат-боти з безкоштовними ресурсами для навчання, курси копірайтингу, таргетингу, SMM тощо.

Подібні канали матимуть слабку конкурентоспроможність, адже їх аудиторія схожа за інтересами, проте не є прямими споживачами послуг, які надає канал «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право»

Конкурент	Сильні сторони	Слабкі сторони	Оцінка сили конкурента й ризику для проекту
Telegram-чати активності, закриті клуби та канали з рекламою			
<p><i>ЧАТ АКТИВНОСТИ/SMM/ПІАР</i> https://t.me/Instagram_Aktivnost_1</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Високий рівень активності на каналі 	<ul style="list-style-type: none"> - Відсутність можливості фільтрувати контент 	Слабка конкурентоспроможність
<p><i>ПІАР БЛОГОВ РЕКЛАМА</i> https://t.me/topbloggers_p1</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Високий рівень залученості аудиторії (62%) - Наявність логотипу - База блогерів України та Росії 	<ul style="list-style-type: none"> - Вузькоспеціалізований канал 	Слабка конкурентоспроможність
<p>♡ <i>ЧАТ АКТИВНОСТИ ИНСТАГРАМ</i> https://t.me/chat_likee</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Високий рівень активності на каналі 	<ul style="list-style-type: none"> - Відсутність можливості фільтрувати контент 	Слабка конкурентоспроможність
<p><i>Закритий клуб по ТикТок / VGMF</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Автори каналу - українські блогери мільйонники, відомі успішними кейсами ведення сторінок в ТікТок - Авторський контент 	<ul style="list-style-type: none"> - Вузькоспеціалізований канал 	Слабка конкурентоспроможність

Непрямі конкуренти

До непрямих конкурентів можна віднести чати активності, чати з пропозицією роботи в соціальних мережах, чат-боти з безкоштовними ресурсами для навчання, курси копірайтингу, таргетингу, SMM тощо.


Подібні канали матимуть слабку конкурентоспроможність, адже їх аудиторія схожа за інтересами, проте не є прямими споживачами послуг, які надає канал «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право»

Конкурент	Сильні сторони	Слабкі сторони	Оцінка сили конкурента й ризику для проекту
<p><i>Работа в Instagram</i> https://t.me/work_insta_u</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Високий рівень залученості аудиторії (62%) 	<ul style="list-style-type: none"> - Один формат публікацій (реklamний) 	Слабка конкурентоспроможність
<p><i>OPENSSOURCE HIDE BOT</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Безкоштовний сток з ресурсами для навчання на різі теми - Авторський логотип - УТП 	<ul style="list-style-type: none"> Відсутність зворотного зв'язку 	Слабка конкурентоспроможність
<p>Telegram-канали з надихаючим контентом для соціальних мереж</p>			
<p><i>Все для твоих сторис</i> https://t.me/persefoone</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Канал для натхнення у стилі Pinterest (сток) - 130 к підписників 	<ul style="list-style-type: none"> - Невдалий неймінг (відсутня унікальність) - Наявний тільки один формат публікацій - Відсутність можливості надати зворотний зв'язок 	Слабка конкурентоспроможність

Непрямі конкуренти

До непрямих конкурентів можна віднести чати активності, чати з пропозицією роботи в соціальних мережах, чат-боти з безкоштовними ресурсами для навчання, курси копірайтингу, таргетингу, SMM тощо.

Подібні канали матимуть слабку конкурентоспроможність, адже їх аудиторія схожа за інтересами, проте не є прямими споживачами послуг, які надає канал «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право»

Конкурент	Сильні сторони	Слабкі сторони	Оцінка сили конкурента й ризику для проекту
<p><i>Stories insta</i>   https://t.me/stories_for_insta</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Канал для натхнення у стилі Pinterest (сток) - 112 к підписників 	<ul style="list-style-type: none"> - Наявний тільки один формат публікацій - Невдалий неймінг (відсутня унікальність) - Відсутність можливості надати зворотний зв'язок - Наявність реклами - Відсутня унікальність каналу 	<p>Слабка конкурентоспроможність</p>
<p><i>инста сторис</i>  https://t.me/insta_storyes</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Канал для натхнення у стилі Pinterest (сток) - 93 к підписників 	<ul style="list-style-type: none"> - Неунікальний контент - Невдалий неймінг (відсутня унікальність) - Наявний тільки один формат публікацій - Відсутність можливості надати зворотний зв'язок - Наявність реклами - Відсутність УТП 	<p>Слабка конкурентоспроможність</p>
<p><i>Обложки для сторис / Highlights</i> https://t.me/Oblozki_free</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Чат для аналізу зворотного зв'язку - Канал з безкоштовними шаблонами для соціальних мереж 	<ul style="list-style-type: none"> - Невдалий неймінг (відсутня унікальність) - Наявний тільки один формат публікацій - Дуже вузькоспеціалізований контент 	<p>Слабка конкурентоспроможність</p>

Непрямі конкуренти

До непрямих конкурентів можна віднести чати активності, чати з пропозицією роботи в соціальних мережах, чат-боти з безкоштовними ресурсами для навчання, курси копірайтингу, таргетингу, SMM тощо.


Подібні канали матимуть слабку конкурентоспроможність, адже їх аудиторія схожа за інтересами, проте не є прямими споживачами послуг, які надає канал «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право»

Конкурент	Сильні сторони	Слабкі сторони	Оцінка сили конкурента й ризику для проекту
<p><i>Красивые видео для сторис</i> https://t.me/vidstor</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Безкоштовний відеосток для натхнення у стилі Pinterest (сток) - 79 к підписників - Можливість надати зворотний зв'язок - Публікування матеріалу без порушення авторського права 	<ul style="list-style-type: none"> - Наявний тільки один формат публікацій - Невдалий неймінг (відсутня унікальність) - Відсутність УТП 	Слабка конкурентоспроможність
<p><i>.JPG</i> https://t.me/pub_jpg</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Можливість надати зворотний зв'язок - Канал для натхнення у стилі Pinterest (сток) 	<ul style="list-style-type: none"> - Частота розміщення реклами - Наявний тільки один формат публікацій 	Слабка конкурентоспроможність
<p><i>Все для твоїх сторіс</i> 😊 👑 https://t.me/ievleva</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Канал для натхнення у стилі Pinterest 	<ul style="list-style-type: none"> - Невдалий неймінг (відсутня унікальність) - Наявний тільки один формат публікацій 	Слабка конкурентоспроможність

Непрямі конкуренти

До непрямих конкурентів можна віднести чати активності, чати з пропозицією роботи в соціальних мережах, чат-боти з безкоштовними ресурсами для навчання, курси копірайтингу, таргетингу, SMM тощо.

Подібні канали матимуть слабку конкурентоспроможність, адже їх аудиторія схожа за інтересами, проте не є прямими споживачами послуг, які надає канал «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право»

Конкурент	Сильні сторони	Слабкі сторони	Оцінка сили конкурента й ризику для проекту
<p><i>ГОТОВЫЕ СТОРИС</i>  <i>ТЕСТОВЫЙ КАНАЛ</i> https://t.me/storiesbrow</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Канал з безкоштовними шаблонами для соціальних мереж 	<ul style="list-style-type: none"> - Частота розміщення реклами - Неунікальний контент - Невдалий неймінг (відсутня унікальність) 	<p>Слабка конкурентоспроможність</p>
<p>Курси/інтенсиви, канали для розвитку сторінок в ТікТок та Instagram</p>			
<p><i>Авторський курс Влади Гармаш «Королевский ТикТок»</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Курс відомої блогерки Влади Гармаш - Репутація в Медіапросторі - Згадування авторки курсу в ЗМІ - Успішна реалізація подібних курсів та майстер-класів авторки - Єдина концепція та упізнаваний стиль - Вдалий неймінг - Мова ведення - російська (підвищує охоплення) - Власний сайт 	<ul style="list-style-type: none"> - Висока вартість навчання 	<p>Слабка конкурентоспроможність</p>

Непрямі конкуренти

До непрямих конкурентів можна віднести чати активності, чати з пропозицією роботи в соціальних мережах, чат-боти з безкоштовними ресурсами для навчання, курси копірайтингу, таргетингу, SMM тощо.

Подібні канали матимуть слабку конкурентоспроможність, адже їх аудиторія схожа за інтересами, проте не є прямими споживачами послуг, які надає канал «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право»

Конкурент	Сильні сторони	Слабкі сторони	Оцінка сили конкурента й ризику для проекту
<i>Orange_blogger_camp</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Репутація в Медіапросторі - Надання знань у різних галузях, зокрема частково у монтажі та авторському праві - Курс відомої блогерки Аніти Соловей - Згадування авторки курсу в ЗМІ - Велика кількість позитивних відгуків - Єдина концепція та упізнаваний стиль - Вдалий неймінг - Мова ведення - російська (підвищує охоплення) - Власний сайт - Розширена партнерська програма 	<ul style="list-style-type: none"> - Висока вартість навчання 	Середня конкурентоспроможність
<i>InstaSheff</i> <i>Smm</i> <i>Инстаграм</i> <i>Фриланс</i> https://tnttt.me/joinchat/AAAAEpRCf-nUPxGP_jJWA	<ul style="list-style-type: none"> - 29 к підписників - Висока частота публікацій (~8 постів / день) - Охоплення - 14% - Коефіцієнт залучення ERR - 8,5% - Авторський контент - Наявність фірмового стилю 	<ul style="list-style-type: none"> - Невідповідність логотипу - Хаотичність публікації контенту 	Слабка конкурентоспроможність

Непрямі конкуренти

До непрямих конкурентів можна віднести чати активності, чати з пропозицією роботи в соціальних мережах, чат-боти з безкоштовними ресурсами для навчання, курси копірайтингу, таргетингу, SMM тощо.

Подібні канали матимуть слабку конкурентоспроможність, адже їх аудиторія схожа за інтересами, проте не є прямими споживачами послуг, які надає канал «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право»

Конкурент	Сильні сторони	Слабкі сторони	Оцінка сили конкурента й ризику для проекту
<i>SMM-курс Даші Квіткової та Микити Добриніна</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Репутація в Медіапросторі - Надання знань у різних галузях - Єдина концепція та упізнаваний стиль 	- Вартість навчання	Слабка конкурентоспроможність
<i>Мама, я SMMщик</i> https://t.me/nwdsmm	<ul style="list-style-type: none"> - Яскрава та упізнавана аватарка - Наявність різних форматів публікацій - Зворотний зв'язок 	- Велика кількість реклами на каналі	Слабка конкурентоспроможність
<i>Таргет и рок-н-ролл</i> https://t.me/vkobilinskaya	- Різні формати контенту (наявність авторського відеоконтенту на Youtube)	- Вузькоспеціалізований канал - Відсутність зворотного зв'язку	Слабка конкурентоспроможність

Додаток Б. Логотип «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право»

**ОСНОВНА ВЕРСІЯ
ЛОГОТИПУ**

ВАРТОВІ КОНТЕНТУ

**ВАРТОВІ
КОНТЕНТУ**

МОДЕРНІЗАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ КОРИСТУВАЧІВ
СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

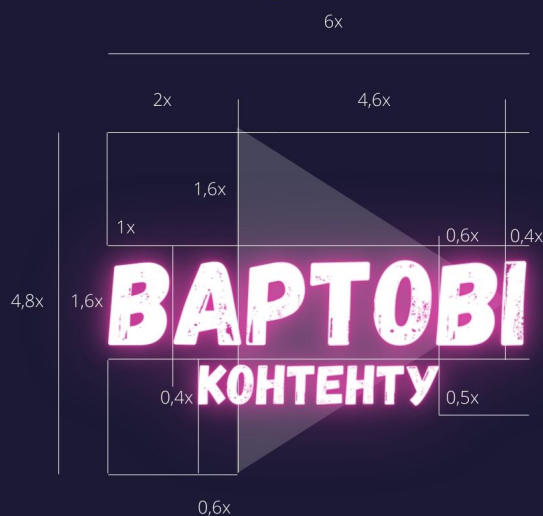


Додаток В.

Фірмовий стиль

«Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право»

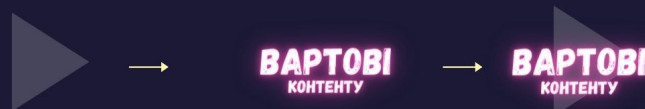
ПРОПОРЦІЇ ЛОГОТИПУ



X - невизначена величина - орієнтир на ширину першої літери логотипу.
Розмір логотипу залежить від носія.
Пропорції зберігаються

МОДЕРНІЗАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ КОРИСТУВАЧІВ
СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

ЕЛЕМЕНТИ ЛОГОТИПУ



ДОДАТКОВІ ЕЛЕМЕНТИ



МОДЕРНІЗАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ КОРИСТУВАЧІВ
СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

**Додаток В. Фірмовий стиль «Вартові контенту | Мобільний
монтаж і авторське право»**

ВЕРСІЇ ЛОГОТИПУ

ВАРТОВІ КОНТЕНТУ



МОДЕРНІЗАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ КОРИСТУВАЧІВ
СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

ВЕРСІЇ ЛОГОТИПУ

КОЛІР ТА Ч/Б



Додаток В. Фірмовий стиль «Вартові контенту | Мобільний
монтаж і авторське право»

ВЕРСІЇ ЛОГОТИПУ

КОЛІР ТА Ч/Б (2 ВАРІАНТ)



ВЕРСІЇ ЛОГОТИПУ

КОЛІР ТА Ч/Б (3 ВАРІАНТ)



**Додаток В. Фірмовий стиль «Вартові контенту | Мобільний
монтаж і авторське право»**

ВЕРСІЇ ЛОГОТИПУ

МОНОХРОМНИЙ ВАРІАНТ

У випадках, коли відтворення кольору неможливе, використовується монохромний варіант логотипу та його інверсна версія. Монохромне зображення фірмового блоку застосовують в тих випадках, коли з технічних причин його неможливо відтворити у фірмовому кольорі (наприклад, тиснення, гравірування).



ВЕРСІЇ ЛОГОТИПУ

ІНВЕРСНИЙ ВАРІАНТ

Інверсне зображення двох варіантів може використовуватись як альтернатива стандартному логотипу або бути застосованим, коли з технічних причин логотип неможливо відтворити на синьому тлі. В інверсному варіанті фірмовий блок зображують рожевому (##FF66C4) та білому (##FFFFFF) фонах. Застосування виворотного зображення на інших однорідних колірних фонах не допускається.





монтаж і авторське право»

ГОЛОВНИЙ ШРИФТ

ДЛЯ ЗАГОЛОВКІВ ТА НАЗВ

AA

GAGALIN

AA	ББ	ВВ	ДД	ЕЕ	ФФ
ГГ	ХХ	ИИ	ИИ	КК	ЛЛ
ММ	НН	ОО	ПП	ЧЧ	РР
СС	ТТ	УУ	ВВ	ШШ	ХХ
ЬЫ	ЗЗ	ОО	ОІ	О2	О3
04	//05	06	07	//08	//09

ВАРТОВІ
КОНТЕНТУ

ДОДАТКОВИЙ ШРИФТ

ДЛЯ СУБТИТРІВ ТА АБЗАЦІВ

Aa

MONTERCHI

Аа	Бб	Вв	Дд	Ее	Фф
Гг	Хх	Ии	Ии	Кк	Лл
Мм	Нн	Оо	Пп	Чч	Рр
Сс	Тт	Уу	Вв	Шш	Хх
Ьь	Зз	оо	оі	о2	о3
о4	о5	о6	о7	о8	о9

ВАРТОВІ
КОНТЕНТУ

монтаж і авторське право»

ПОЄДНАННЯ ШРИФТІВ

ВАРТОВІ КОНТЕНТУ

ЦЕ БЕЗКОШТОВНИЙ ІНФОРМАТИВНО-РОЗВАЖАЛЬНИЙ КАНАЛ, ДЕ ПУБЛІКУВАТИМУТЬСЯ ПОСТИ НАВЧАЛЬНОГО ХАРАКТЕРУ В ТЕКСТОВОМУ ТА ВІДЕОФОРМАТАХ НА ТЕМУ МОБІЛЬНОГО МОНТАЖУ, ЗОКРЕМА ІДЕЇ ЩОДО ЦІКАВОГО ОФОРМЛЕННЯ ПУБЛІКАЦІЙ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ, КРЕАТИВНОЇ РОЗРОБКИ ПОСТІВ ТА МОНТАЖУ ВІДЕО НА ТЕЛЕФОНІ, А ТАКОЖ ІНФОРМАЦІЯ ЩОДО ПРАВА ТА ЗАХИСТУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В ІНТЕРНЕТІ.

ВАРТОВІ КОНТЕНТУ

ЦЕ БЕЗКОШТОВНИЙ ІНФОРМАТИВНО-РОЗВАЖАЛЬНИЙ КАНАЛ, ДЕ ПУБЛІКУВАТИМУТЬСЯ ПОСТИ НАВЧАЛЬНОГО ХАРАКТЕРУ В ТЕКСТОВОМУ ТА ВІДЕОФОРМАТАХ НА ТЕМУ МОБІЛЬНОГО МОНТАЖУ, ЗОКРЕМА ІДЕЇ ЩОДО ЦІКАВОГО ОФОРМЛЕННЯ ПУБЛІКАЦІЙ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ, КРЕАТИВНОЇ РОЗРОБКИ ПОСТІВ ТА МОНТАЖУ ВІДЕО НА ТЕЛЕФОНІ, А ТАКОЖ ІНФОРМАЦІЯ ЩОДО ПРАВА ТА ЗАХИСТУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В ІНТЕРНЕТІ.

вартові контенту

ЦЕ БЕЗКОШТОВНИЙ ІНФОРМАТИВНО-РОЗВАЖАЛЬНИЙ КАНАЛ, ДЕ ПУБЛІКУВАТИМУТЬСЯ ПОСТИ НАВЧАЛЬНОГО ХАРАКТЕРУ В ТЕКСТОВОМУ ТА ВІДЕОФОРМАТАХ НА ТЕМУ МОБІЛЬНОГО МОНТАЖУ, ЗОКРЕМА ІДЕЇ ЩОДО ЦІКАВОГО ОФОРМЛЕННЯ ПУБЛІКАЦІЙ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ, КРЕАТИВНОЇ РОЗРОБКИ ПОСТІВ ТА МОНТАЖУ ВІДЕО НА ТЕЛЕФОНІ, А ТАКОЖ ІНФОРМАЦІЯ ЩОДО ПРАВА ТА ЗАХИСТУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В ІНТЕРНЕТІ.

ВАРТОВІ
КОНТЕНТУ

Додаток В. Фірмовий стиль «Вартові контенту | Мобільний
монтаж і авторське право»

ФІРМОВІ КОЛЬОРИ



ДОПОМІЖНІ КОЛЬОРИ

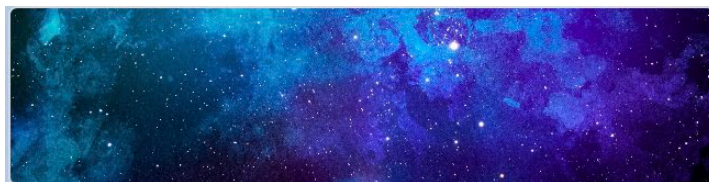


Додаток Г. Контент-план «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право»

Цілі на місяць		Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Нд
Соціальні мережі (ТікТок + Інстаграм)	Формати контенту:	06.12.2021	07.12.2021	08.12.2021	09.12.2021	10.12.2021	11.12.2021	12.12.2021
<ul style="list-style-type: none"> - Правила - Музика - Фішки - Оновлення - Тренди 	Пости (текст)		2 пости Ознайомчий пост. + поняття інтелектуальної власності			Як працює авторське право в інтернеті?		
	Відео			Відео-tutorial (Ефект клонування)				
	Інфографіка				Інфо: Теми-табу. Чому твоє відео в ТікТок заблокували?		Інфо:Топ-3 цікавих додатки для монтажу	
Авторське право	Формати контенту:	13.12.2021	14.12.2021	15.12.2021	16.12.2021	17.12.2021	18.12.2021	19.12.2021
Особливості захисту права інтелектуальної власності в Інтернеті	Пости (текст)	Ресурси для пошуку фото				Ресурси: де шукати музику для соцмереж		
	Відео		Відео: Чи можна брати фото з Pinterest	Відео-tutorial (Переміщення стікерів)			Відео-tutorial (як заблюрити лице на відео)	
	Інфографіка				Способи монетизації в ТікТок			
Монтаж	Формати контенту:	20.12.2021	21.12.2021	22.12.2021	23.12.2021	24.12.2021	25.12.2021	26.12.2021
<ul style="list-style-type: none"> - Фішки - Додатки - Відео формату tutorial 	Пости (текст)	Тренди в соц мережах 2022			Як підключити Рілс в Україні			
	Відео			Відео-tutorial (Як додати фото з прозорим фоном на відео)				

	Інфографіка		Ліцензії для захисту авторського права			Співавторство	Інфо: Топ-3 додатки для видалення фону	
	Формати контенту:	27.12.2021	28.12.2021	29.12.2021	30.12.2021	31.12.2021	01.01.2022	02.01.2022
	Пости (текст)	Нові фішки в Інстаграм			Підбірка аутальних новорічних стікерів для сторіз	Привітання з наступаючим Новим роком!		
	Відео			Відео-tutorial (Колаж з відео)				
	Інфографіка		Що захищає авторське право? Форма вираження твору					



Додаток Д. Приклад онлайн-анкетування «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право»



Якість роботи Telegram-каналу «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право»

Друзе, привіт! Ми хочемо покращити роботу нашого каналу та зробити його ще більш зручним та класним особисто для тебе. Пройди, будь ласка, онлайн-анкетування нижче. Нам важливо почути саме твою думку!

У кінці анкетування залиш свою пошту, ми віддячимо тобі сюрпризом!

 nastyhaostapenko703@gmail.com 
(без совместного доступа) [Сменить аккаунт](#)

*** Обязательно**

Стать *

- Чол
- Жін

Твій вік *

- до 13 років
- 13 – 17 років
- 18 – 24 роки
- 25 – 34 роки
- 30 +

У якому місті проживаєш? *

Мой ответ _____

Чим займаєшся? *

- Навчаюсь
- Навчаюсь та працюю
- Працюю на фрілансі
- Офіціно працевлаштований/а
- Не працюю

Який у тебе досвід монтажу на телефоні? *

- Не вмію монтувати, але хочу навчитись
- Маю базові навички монтажу на телефоні
- Вмію професійно монтувати
- Мене більш цікавить тема захисту авторського права

Наскільки добре ти розумієш тему захисту прав інтелектуальної власності? *

- Нічого не знаю
- Маю базові знання, які хочу покращити
- Дуже добре орієнтуюсь у цій темі
- Мене більш цікавить тема мобільного монтажу

Яка операційна система на твоєму телефоні? *

- IOS
- ANDROID

Яким соціальним мережам надаєш перевагу? *

- Instagram
- TikTok
- YouTube
- Facebook
- Вконтакте (я з Росії, але розумію українську ;))

Додаток Д. Приклад онлайн-анкетування «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право»

Як часто відвідуєш канал «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право»? *

- Декілька разів на день
- Раз на день
- Раз у декілька днів
- Раз на тиждень
- Раз на місяць
- Не відвідую взагалі.

Чи подобається формат подачі інформації? *

- Так
- Ні

Які матеріали на каналі «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право» переглядаєш найчастіше? *

- Tutorial-відео на тему мобільного монтажу
- Тема захисту авторського права
- Особливості ведення сторінок в "Instagram" та "TikTok": правила, фішки та лайфхаки

Чи варто змінювати платформу для проєкту? *

- Ні, подобається Telegram-канал
- Так, краще в Instagram
- Другое: _____

Якою мовою краще вести Telegram-канал «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право»? *

- Українською
- Російською
- Мені без різниці
- Другое: _____

Чого, на твою думку, не вистачає на каналі «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право»? *

Мой ответ _____

Який контент на каналі подобається найбільше? *

- Правила соцмереж / оновлення
- Фішки/лайфхаки
- Тренди
- Особливості захисту прав інтелектуальної власності в Інтернеті
- Підбірки додатків для монтажу та редагування
- Відео формату tutorial (прикладі відеомонтажу на телефоні)

Чи потрібно змінювати формат подачі інформації? (Залишити тільки відеоформат, робити більше інформаційних постів, більше картинок та інфографіки?) *

Мой ответ _____

Як ти дізнався (лась) про канал «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право»? *

- З пошукової системи (Google Yahoo Яндекс Bing та ін)
- Із соціальної мережі (Instagram Vk Facebook Twitter TikTok Google+)
- Від друзів чи знайомих

Залиш у цьому полі своє ІМ'Я ♥ *

Мой ответ _____

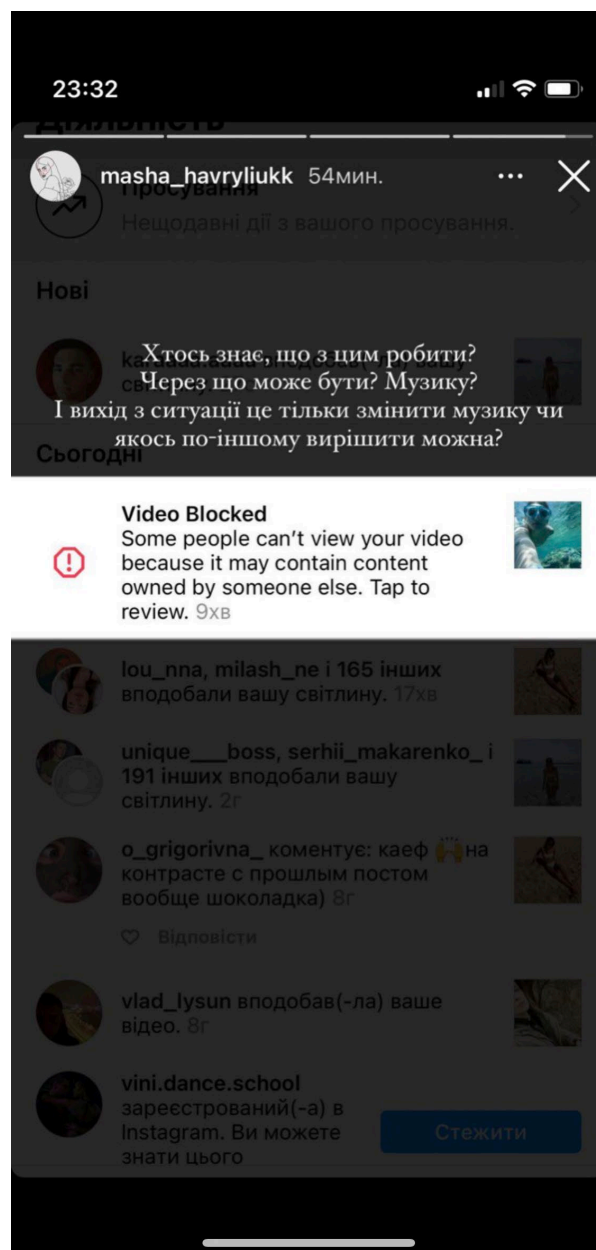
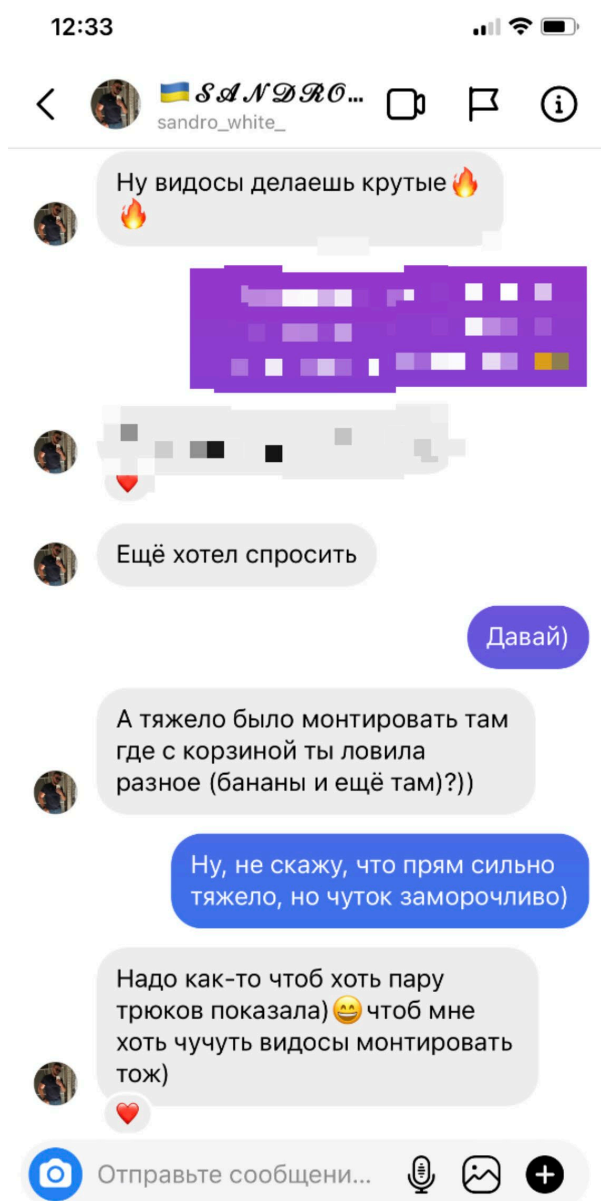
А тут ЕЛЕКТРОННУ ПОШТУ. Зовсім скоро ми надішлемо тобі обіцяний сюрприз! ♥ *

Мой ответ _____

Отправить

Очистить форму

Додаток Е. Підтвердження запитів аудиторії



Додаток Ж. Сценарій для відео «Чи можна брати фото з Pinterest?»

Мета: розкрити тему правил використання чужих фотографій у соціальних мережах

Ідея: коротке інформативно-розважальне відео на обрану тему

Місце: людина в кадрі (фон однотонний або на задньому плані мудборд із типовими фото з соцмереж, біле крісло)

Технічні засоби: ядомашня студія: телефон/камера, кільцева лампа, навушники з мікрофоном, мудборд з Pinterest-фото)

Стиль зйомки: швидка зміна кадрів, простота та легкість у подачі інформації. Не офіційний!
Злегка жартіливий формат.

Формат: вертикальний, 16x9

Хронометраж: до 1 хв.

Додаток Ж. Сценарій для відео «Чи можна брати фото з Pinterest?»

ТЕКСТ У КАДРІ	ТЕКСТ У ТИТРАХ
<p>Pinterest - джерело атмосферних фото. Три точки, один клік і картинка у вас. Але використання чужих матеріалів — це відповідальність перед законом.</p> <p>То як не порушити чужі права?</p> <p>Перше: Знайдіть автора фото та спробуйте отримати дозвіл на публікацію.</p> <p>Друге: Якщо не вдалося - публікуйте, але зазначте автора. Головне не робіть вигляд, що ця фотка просто ваша.</p> <p>Якщо ж автор незадоволений — пост доведеться видалити.</p> <p>Третє — найважливіше. Якщо картинка сподобалася — беріть за референс та робіть свою.</p> <p>Просто, ефективно і без наслідків. Бо створювати власний контент куди крутіше та безпечніше, ніж використовувати чужий.</p>	<p>ЧИ МОЖНА БРАТИ ФОТО З PINTEREST? АНАСТАСІЯ ОСТАПЕНКО (ЗАСТАВКА)</p> <p>Pinterest - джерело атмосферних фото</p> <p>використання чужих матеріалів — порушення авторського права</p> <p>Як не порушувати чужі права в соц мережах?</p> <p>Порада №1: Отримайте дозвіл на публікацію / укладіть договір</p> <p>Порада №2: Вкажіть авторство.</p> <p>Порада №3: Беріть за референс та робіть своє фото</p> <p>Створювати власний контент куди крутіше та безпечніше, ніж використовувати чужий!</p>

ЗАБОРОНЕНИЙ КОНТЕНТ У ТІКТОК

ЯКЩО ТВОЮ ВІДЕО ЗАБЛОКУВАЛИ, МОЖЛИВО,
ТИ ПОРУШИВ ПРАВИЛА СПІЛЬНОТИ ТІКТОК. ПЕРЕВІР СЕБЕ

- Сцени жорстокості / насильства
- Кров
- Зображення символіки заборонених угрупувань
- Реклама казино, алкоголю та тютюну
- Зброя та вибухівка
- Небезпечні дії, сцени суїциду
- Дискримінація та погрози.
- Голі тіла, ролики 18+
- Жорстке поводження з дітьми
- Залучення дітей до куріння, вживання алкоголю / наркотиків.
- Порухення авторських прав, дезінформація
- Особисті дані будь-яких користувачів

ВАРТОВІ
КОНТЕНТУ



**Додаток М. Приклади текстів «Вартові контенту | Мобільний
монтаж і авторське право»**

**Додаток Н. Приклади tutorial-відео «Вартові контенту |
Мобільний монтаж і авторське право»**

Додаток О. Відео «Вартові контенту | Мобільний монтаж і авторське право»