

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра медіапродюсування та видавничої справи

**СТВОРЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ВИДАННЯ ПРО СТРИМІНГОВІ
СЕРВІСИ ДЛЯ ПЕРЕГЛЯДУ КІНО ТА СЕРІАЛІВ**

Кваліфікаційна робота

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої рівня

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри медіапродюсування
та видавничої справи

Фіголь Н. М.

(підпис)

«__» _____ 20__ р.

Оцінка з урахуванням усного захисту

Члени комісії:

«__» _____ 20__ р.

Студента групи ВСРб-1-21-4.0д

денної форми навчання

спеціальність: 061 «Журналістика»

освітня програма: 061.00.03

«Видавнича справа та редагування»

Грабарчука Владислава

Олександровича

Науковий керівник:

Викладач факультету журналістики,

кафедри медіапродюсування та

видавничої справи

Гарачковський Олександр Ігорович

ЗМІСТ

Частина I. ВИДАВНИЧИЙ ПРОЄКТ ТА СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ

Резюме проєкту	3
----------------------	---

Частина II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

ВСТУП.....	4
------------	---

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

1.1. Дослідження ринку та особливості аудиторії проєкту.....	8
--	---

1.2. Аналіз конкурентного середовища.....	11
---	----

РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВИДАВНИЧОГО ПРОДУКТУ

2.1. Загальні характеристики видавничого продукту.....	13
--	----

2.2. Редакційно-видавничий комплекс підготовки проєкту	15
--	----

2.3. Економічні аспекти реалізації проєкту	17
--	----

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	19
----------------------------------	----

ДОДАТКИ	22
---------------	----

Частина I. ВИДАВНИЧИЙ ПРОЄКТ ТА СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ

Резюме проєкту

Цифрова революція: Як стримінгові сервіси змінили світ розваг - Київ: Wrong Point, 2025. 48 с. ISBN 978-617-XXXX-XX-X

Науково-популярне видання. Формат - публіцистична книга з елементами аналізу та дослідження світового медіа-ринку.

Книга розрахована на широке коло читачів, які цікавляться цифровими інноваціями, що глобально впливають на життя та розваги людей. Для читачів, які хочуть дізнатися нове про сучасні медіа, кіноіндустрію та контент.

Видання пояснює мінливий світ розваг крізь призму стримінгових сервісів, таких як Amazon Prime, HBO Max, Disney+, Netflix тощо. У книзі розглядається історія стримінгу, його технологія та економіка, а також поведінка глядачів і виробництво контенту. Аналізуються потокові війни, соціокультурний вплив індустрії та її майбутнє. Містить авторський аналіз, світові тенденції та приклади культових серіалів.

Ілюстрацій немає. Книга має зручну структуру, поділену на 9 розділів та вступ від автора. Формат верстки адаптований до сучасних стандартів цифрового видавництва.

Для широкого кола осіб, які цікавляться сучасними формами споживання контенту: молоді, викладачів, журналістів, аналітиків, працівників медіа та індустрії розваг.

Частина II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

ВСТУП

Обрана тема проєкту є актуальною, адже світ розваг змінився за останні 30 років і продовжує розвиватися з кожним роком. Саме стримінгові сервіси змінюють індустрію кіно та розваг. Необхідність платити за конкретний CDR-фільм відходить у минуле. Сучасні стримінгові платформи зробили революцію в споживанні контенту, надаючи доступ абсолютно до всього — від прямих трансляцій новин до культових фільмів та актуальних прем'єр серіалів [15, с. 116]. Перехід від телебачення до інтернету відбувається постійно, що пов'язано з втратою впливу телебачення на суспільство, тому інтернет-ресурси збільшують свої масштаби та вдосконалюють контент, що приваблює нових користувачів. Серед загальновизнаних соціальних передумов виникнення телебачення — зростаюча потреба сучасної людини в нових видах соціальної взаємодії, підвищений інтерес до світових подій і глобальних культурних явищ, а також необхідність конструювання оновленої світоглядної парадигми [13, с. 33].

Стримінгові сервіси трансформували медіаспоживання, що змінило всю систему перегляду контенту. Вони сформували нову культурну реальність, яка розвиватиметься паралельно з розвитком медіа. Аудіовізуальні дані, або медіа потоки, становлять значну частину інформації, яку споживає людство. З огляду на стрімке зростання щільності подій, обсягу та швидкості оновлення даних, виникає нагальна потреба у забезпеченні максимально швидкого доступу до такої інформації для широкого кола споживачів, що реалізується через трансляцію медіа в режимі реального часу, тобто стримінг [14, с. 53]. Медіапростір постійно змінюється, формуються нові контексти та правила. Інформація, яку продукують медіа, змінюється під впливом інших ресурсів. Якщо розглядати актуальність трансформації медіа, то публікація повністю вписується в контекст питання. Загалом цифрова трансформація призводить до злиття різних медіаформатів і платформ. Так формується єдиний медіапростір, де телебачення, радіо, інтернет та мобільні пристрої не просто співіснують, а

активно взаємодіють та інтегруються [9, с. 326]. У публікації розглядається питання переходу стримінгових сервісів від альтернативи телебаченню до основної платформи для популяризації культурних продуктів у світі.

Серед особливостей проекту — опис сучасних тенденцій популяризації контенту, текст для широкого кола читачів, зручна форма викладу, новизна поданої інформації. Новизна полягає у поясненні розвитку стримінгових платформ, процесу еволюції медіа-ринку та зміни технологій публікації контенту - від дисків до веб-сайтів і додатків. У книзі пояснюється зміна ролі глядача, який за часів домінування телебачення не мав жодного впливу на продукти, які виробляв телеканал. Вплив мали лише рейтинги, але це більше стосувалося успіху чи провалу продукту, що вироблявся. Останніми роками вплив реципієнта на продукцію змінився, оскільки дедалі популярнішими стають обговорення кінопродукції в соціальних мережах.

Видання може бути використане в різних сферах застосування. Книга може бути популярною в масовій культурі, оскільки тема популярна і цікава для читання завдяки формату запропонованого проекту. Основним застосуванням може бути популяризація книги як важливого видавничого продукту, що може надихнути інших авторів на подібні спроби аналізу та дослідження медіа-ринку та цифрового розвитку сфери розваг. Або для читачів, які цікавляться цією темою і шукають цікаві джерела для читання.

Продукт можна буде споживати як в фізичному варіанті, так і в електронному, адже цифровізація стала однією з головних цілей показу для реципієнта. Метою стала спроба показу іншої сторони сфери розваг, а саме перегляду кіно та серіалів. Але для деяких аудиторій традиційні медіа, незважаючи на те, що вони забезпечують однонаправлену комунікацію, все ще залишаються найнадійнішими джерелами інформації [10, с. 343]. Адже це один з головних напрямів відпочинку та дозвілля в світі сьогодні.

Також це важливо для аудиторії, яка досі переглядає продукт, який виробляє Російська Федерація і не хочуть змінювати або спробувати змінити свій світогляд, яким не цікавий контент, який виробляють світові компанії. І роблять це якісніше і краще, тому що ця сфера стрімко розвивається. Медіаконтент покликаний здійснювати емоційний вплив на аудиторію, зокрема молодіжну, за допомогою цікавої та корисної інформації, що сприяє позитивному сприйняттю. Увага споживачів утримується за рахунок психологічних, дизайнерських та режисерських прийомів, пов'язаних з подачею та доставкою інформації [□12, с. 149]. В індустрію вливаються кошти, що робить контент більш цінним, адже за не успіхом продукції стоять економічні ризики та репутаційні. Видання хоче популяризувати питання розвитку медіа, бо аудиторія часом не розуміє який це масштабні процеси, що стоїть за продуктом, який ми бачимо на екранах.

Важливою складовою є пояснення феномену стримінгових сервісів, як вони змогли нав'язати боротьбу телебаченню, а в останні роки навіть перемагають в цій медіа війні. Як казав один із засновник Netflix Тед Сандарос: «Традиційний похід до кінотеатру стає застарілим. Ми вважаємо, що Netflix рятує Голлівуд» [□6]. Сервіси вже мають вплив на глобальну культуру, продукти, які виробляють компанії можуть піднімати важливі для суспільства питання, розкривати проблеми та шукати важливі шляхи для їх вирішення. Спільна взаємодія аудиторії з оповідним простором виводить інтерактивний сторітелінг за межі простої лінійної схеми, формуючи діалог між творцем, технологією та глядачем. Розвиток таких форм комунікації вимагає безперервного оновлення медіа відповідно до суспільних змін, що, у свою чергу, веде до децентралізації абсолютного авторського контролю та демократизації аудіовізуального простору [□16, с. 411]. Ще одною метою видання стало відображення історії розвитку компаній, які зараз змінюють світ за допомогою своїх продуктів культурного користування. Це може надихнути або вмотивувати читача, адже більшість компаній починали з малого і прийшли до того, що їх капіталізація та вплив на суспільство масштабно зросли.

Завдання проєкту були окреслені згідно з типовим планом виготовлення видавничого продукту:

- розробка концепції, структури, теми та аудиторії, яка буде споживати продукт;
- текстове наповнення, аналіз статей, книжок, подкастів, документальних фільмів про стримінгові сервіси, щоб покращити зміст та структуру книжки;
- підготовка макету та створення видавничого продукту згідно стандартів;
- створення цифрового варіанту видання, яка буде популярна для реципієнтів, що споживають книжки тільки в електронному форматі;
- виготовлення обкладинки книжки;
- розробка варіантів промоції, пошук шляхів, якими можна популяризувати продукт серед читачів, яким цікава тема книжки;
- аналіз ризиків книжки, як економічних, так і репутаційних, які можуть мати наслідки для подальших публікацій.

Формування завдань стали важливою складовою виготовлення проєкту, адже від них залежить потенційний успіх роботи. Завдання, які були окреслені мали бути виконані якомога найкраще, бо видавничий продукт потрібно готувати в найкращих умовах, яких потребує книжка.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

1.1. Дослідження ринку та особливості аудиторії проєкту

На українському книжковому ринку присутні лише дві книги, які схожі за темою — «Netflix. Ця ідея ніколи не спрацює» Марка Рендольфа [77] та «Netflix і культура розваг» Ріда Гастінгса і Еріна Маєра [73]. Обидві книжки були написані засновниками компанії, в них розповідається історія становлення бренду, проблеми та труднощі на шляху до успіху. Знайти книжки, які цілком і повністю присвячені аналізу стримінгових сервісів для перегляду кіно та серіалів, їхній історії, бізнес-моделям, впливу на суспільство тощо, є досить складним завданням на сьогоднішній день. Ця тема, хоча й надзвичайно актуальна, є відносно новою для ґрунтовного книжкового вивчення в українській літературі.

Про журналістику, медіа та телекомунікації представлено багато робіт, від різних авторів і на різну більш детальну тематику, але про стримінгові сервіси представлена дуже обмежена як кількісно, так і тематично. Але аудиторія у таких книжок є, висновки щодо цього можна зробити з досліджень, які вивчають кількість українських користувачів, які споживають контент зі стримінгових сервісів. В Україні популярні Megogo, Sweet TV, Netflix та інші. Тому аудиторія, яка переглядає контент на цих платформах потенційно може захотіти і читати про стримінг більш детально, адже вона перебуває у контексті питання. За основу дослідження аудиторії проєкту було використано роботу порталів Gradus Research [18] та AIN.UA [75].

За даними portalу Gradus Research, станом на квітень 2023 року, близько 61% українців надають перевагу онлайн-кінотеатрам для перегляду українських фільмів, цей вибір був популярним серед респондентів віком від 18 до 34 років. Це свідчить про те, що відбувається перехід від перегляду українського кіно з телебачення на онлайн-платформи. Якщо українські фільми, чиї прем'єри раніше переважно асоціювалися з телевізійним ефіром, тепер знаходять більший відгук та очікування саме на стримінгових платформах, це яскраво ілюструє

стратегічний успіх останніх у нав'язуванні конкуренції традиційним медіа. Більше того, кількісні показники свідчать про їхню переконливу перевагу. Але важливо, що на сьогоднішній день в Україні спостерігається відсутність державного контролю за дотриманням технічних стандартів та норм якості аудіовізуальних послуг, що надаються за технологією OTT. Крім того, не встановлені вимоги до рівнів якості відповідних сервісів [□ 20, с. 27].

Українське видання про технології та бізнес AIN.UA дослідило дохід та кількість підписників стримінгових майданчиків, ця аналітика важлива з точки зору кількості платоспроможної аудиторії, яка готова платити за контент. Лідером в Україні є Megogo, за підсумками першого півріччя 2024 року, 703 тисячі користувачів користуються послугами сервісу. На другому місці йде Sweet.TV, які мають 202 тисячі користувачів. Ці цифри важливі з точки зору економіки, адже кожен бізнес буде розраховувати на прибуток зі своєї справи. У сучасних умовах, коли ринки вже не зростають так динамічно, а приплив нових споживачів не є стабільним, компанії змушені зосереджувати зусилля на збереженні кожного клієнта. Існує думка, що утримати наявного клієнта у п'ять разів дешевше, ніж залучити нового [□ 19, с. 75].

Для українського суспільства досі існує проблема оплати контенту, це як прослуховування музики, читання книжок або перегляд кіно та серіалів, тому важливо формувати суспільну думку про те, що варто платити гроші за інтелектуальну творчість.

Саме через ці дослідження можна і сформулювати особливості аудиторії для проєкту. Адже важливо, щоб читачі були в контексті поданої теми, через те, що їм подобається сам формат перегляду контенту. Тому для проєкту була окреслена така градація аудиторії:

- 17-24 роки, молодь та студенти. Це має бути найактивніша група читачів, яка найбільше цікавиться темою та тим, що збігається або схоже на обрану тему, читають схожу літературу, загалом цікавляться сучасною культурою та вивчають нові напрями розваг;

- 24-35, працівники сфери медіа, реклами, маркетингу, які перебувають більш професійно у контексті теми проєкту;
- 35-50, аудиторія, яка цікавиться темою.

1.2. Аналіз конкурентного середовища

Книга «Цифрова революція: як стримінгові сервіси змінили світ розваг» — це науково-популярне видання. Це видання пропонує аналітичний погляд на світ стримінгу: від його історії та економічних засад до технологічних нюансів. Написана зрозумілою мовою, книга відкриває складні теми для кожного читача. Завдяки культурній локалізації, з фокусом на українському контексті, прикладах та сервісах, цей продукт стає незамінним джерелом доступної освітньо-популярної інформації у царині цифрової культури, масових комунікацій і сучасної медіаіндустрії.

Серед конкурентів видання виділяється дві книжки — «Netflix. Ця ідея ніколи не спрацює» Марка Рендольфа та «Netflix і культура розваг» Ріда Гастінгса і Еріна Маєра. Обидві книжки позиціонуються як сильні мотиваційні твори, які показують шлях пройдений компанією. Але наявні продукти не пропонують комплексної україномовної історії стримінгу як глобального феномену, що одночасно охоплював би аспекти глядацької поведінки, технологічного розвитку, бізнес-моделей та соціокультурного впливу в рамках одного видання.

SWOT-аналіз:

- сильні сторони — легка форма подачі матеріалу, актуальність теми;
- слабкі сторони — невеликий обсяг, відсутність ілюстрованого матеріалу;
- можливості — попит через цікаву тему, успішність в цифровізації книжки та переносу контенту в соціальні мережі, презентація книжки на різних заходах присвячених медіа;
- загрози — відсутність успіху через незацікавленість у темі, велика конкуренція серед книжок іншого жанру, але схожою подачею інформації, провал через обмежений маркетинговий потенціал.

Конкурентні переваги проєкту:

- одна з перших україномовних книжок присвячених даній тематиці;
- мова книжки дуже проста і зрозуміла, що буде дуже важливо для читача, який буде обирати що йому почитати;
- великий перелік серіалів, який може допомогти обрати що подивитися або занести у список «на потім»;
- розбір бізнес-моделей різних компаній;
- аналіз розвитку та зросту сервісів.

РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВИДАВНИЧОГО ПРОДУКТУ

2.1. Загальні характеристики видавничого продукту

Назва проєкту: «Цифрова революція: як стримінгові сервіси змінили світ розваг.

Стадія розвитку проєкту: проєкт знаходиться на фінальному етапі макетування, готовий до друку. Готовий PDF-формат для презентації, поки не буде виготовлено фізичного варіанту.

Опис продукту: науково-популярне видання, яке розповідає про те, як стримінгові сервіси повністю змінили наш спосіб споживання контенту. У книзі розглядається еволюція цифрових платформ — від перших експериментів до глобального впливу та інших на культуру, телебачення і кіноіндустрію.

Споживчі властивості:

- формат подачі: легка мова читання, чіткий виклад розділів;
- дизайн: обкладинки, сучасне макетування;
- формати: друкована та електронна версія (PDF, EPUB);
- цільове використання: особисте читання, освітній матеріал, виступи, публічні обговорення;
- мова: українська.

Умови виробництва:

- технічні та програмні засоби: Word, Adobe Photoshop, Adobe InDesign, Google Fonts, Pinterest.

Основні характеристики:

- формат: 145x210 (A5);
- обсяг: 48 сторінок;
- структура: вступ і 9 розділів;
- ілюстрації: відсутні, лише обкладинка.

Видання повністю відповідає встановленим державним вимогам до видавничої продукції. Його верстка виконана з дотриманням стандартів видавничої палітурки, індексації та структурування. Авторські права на текстовий зміст належать автору, а візуальні елементи інтегровані згідно з політикою відкритих платформ.

Обґрунтування вибору формату та обсягу:

- формат А5 обрано як найбільш зручний для читання у дорозі, навчанні, на конференціях або вдома;
- обсяг у видавничих аркушах:
 - 48 сторінок = 2,0 видавничих аркуші (24 сторінки = 1 аркуш)
 - обсяг в умовних друкованих аркушах — близько 2,1 УДА
 - обсяг в авторських аркушах — приблизно 1,7 АА (40 тис. знаків з пробілами $\approx$ 1 АА);
- структура видання:
 - вступ;
 - 9 основних розділів: історія, технології, контент, глядач, конкуренція, український контекст, тренди, культура, майбутнє;

2.2. Редакційно-видавничий комплекс підготовки проєкту

Для створення книги «Цифрова революція: як стримінгові сервіси змінили світ розваг» було сформовано єдиний візуальний стиль, який відображає тематику сучасних медіа, цифрового контенту та стримінгових сервісів (Додаток А). Що може бути цікавим для продажу видання, адже споживачу має сподобатися стиль та дизайн книжки. Важливо боротися за потенційного покупця, починаючи з айдентики видання до текстового наповнення.

Елементи фірмового стилю:

- кольорова палітра: для оформлення розділів були використані пастельні кольори, що надає окремого стилю та балансу до тексту та оформленню.
- шрифти: Roboto Slab, Merriweather;
- заголовки — Merriweather Black, 36 пт;
- основний текст — Roboto Slab Regular, 12 пт;
- обкладинка: обкладинка відсилає до старих паперових чохлів для касет (Додаток Б).

Макетування і верстка:

- чітка сітка макету (двохколонкове вирівнювання на сторінках з графікою);
- вступ, розділи, заголовки, підзаголовки, виноски, інфографіка;
- використання нумерації сторінок, змісту, колонтитулів;
- графічні вставки та ілюстрації розміщено згідно з правилами композиції.

Редагування:

- авторське редагування — перевірка на логічну цілісність, стильову єдність;

- коректура — орфографія, пунктуація, українська редакція (на основі чинного правопису);
- фінальна підготовка до друку — перевірка форматування, стилів, підготовка PDF до верстки.

Художньо-технічні характеристики макету:

- формат сторінки — 145×210 мм (A5);
- обкладинка — м'яка, повноколірна;
- кількість сторінок — 48;
- колір — повнокольоровий друк (CMYK);
- шрифт: Roboto Slab, Merriweather.

Послідовність виготовлення видавничого продукту:

- концептуалізація: розробка тематики, структури та стилю;
- текстове наповнення: написання та редагування матеріалів;
- візуальне оформлення: створення обкладинки та внутрішнього стилю, а також підбір ілюстрацій;
- проектування: верстка макету в InDesign;
- редагування: внутрішня перевірка та коректура;
- підготовка до публікації: формування фінального PDF-файлу для друку;
- дистрибуція: надсилання до друкарні або підготовка для онлайн-розміщення.

2.3. Економічні аспекти реалізації проекту

Роздрібна ціна одного примірника: 200 грн. Очікуваний обсяг реалізації: 400 примірників із 500 (решта — для промо, медіа). Очікуваний виторг: $400 \times 200 = 80\,000$ грн

Економічна ефективність:

- прогнозований прибуток:
 $80\,000$ грн (дохід) – $60\,000$ грн (витрати) = $20\,000$ грн;
- рентабельність проєкту:
 $(20\,000 / 60\,000) \times 100\% \approx 33\%$;
- потреба в інвестиціях:
одноразове вкладення на суму $60\,000$ грн (можливо через грант, власні кошти або підтримку меценатів).;
- термін повернення інвестицій:
орієнтовно 3–4 місяці після запуску продажів (через книжкові магазини, маркетплейси, онлайн-продажі, події).

У разі цифрового видання (eBook):

- витрати суттєво нижчі: не потрібен друк, логістика;
- основні витрати: дизайн, верстка, просування — $\approx 20\,000$ грн;
- продаж електронного варіанту по 100 грн (через авторський сайт, Yakaboo тощо);
- дохід при реалізації 300 примірників: $30\,000$ грн → прибуток: $10\,000$ грн.

Соціальна значущість проєкту:

- освітній ефект: книжку можна включати до програм факультетів журналістики, культурології, медіакомунікацій;
- популяризація української мови та культури медіа;

- підвищення медіаграмотності молоді через легкий формат та локальний контекст;
- унікальний контент на українському ринку, де немає повноцінних україномовних науково-популярних книг про стримінг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Chmielewski, D., & Hayes, D. (2022). Binge Times: Inside Hollywood's Furious Billion-Dollar Battle to Take Down Netflix.
2. Gillette, F., & Koblin, J. (2022). It's Not TV: The Spectacular Rise, Revolution, and Future of HBO. Viking.
3. Hastings, R., & Meyer, E. (2020). No Rules Rules: Netflix and the Culture of Reinvention. Penguin Press.
4. Media Resources Management. Ставлення до кіно й стримінгових платформ: дослідження MRM. Результати соціологічного дослідження про зміну глядацьких настроїв українців під час повномасштабної війни. URL: <https://mediamaker.me/yak-zminylsya-glyadaczki-nastroyi-ukrayincziv-pid-chas-povnomasshtabnoyi-vijny-rezultaty-doslidzhennya-media-resources-management-12975/>
5. MEGOGO, Sweet.TV, Абук та інші. Скільки заробляють українські стримінгові сервіси та застосунки для читання. URL: <https://ain.ua/2024/11/20/streaming-apps-in-ukraine-revenue/>
6. Netflix chief Ted Sarandos says cinemagoing is «outmoded» and the streamer is «saving Hollywood». URL: <https://www.theguardian.com/film/2025/apr/24/netflix-chief-ted-sarandos-says-cinemagoing-is-outmoded-and-the-streamer-is-saving-hollywood>
7. Randolph, M. (2019). That Will Never Work: The Birth of Netflix and the Amazing Life of an Idea. Little, Brown.
8. Ukrainian Cultural Foundation. Дослідження портрету глядача українського кіно в кінотеатрі. Аналітичний звіт про глядацькі вподобання. URL: <https://ucf.in.ua/archive/607987e0b1e19b28c90f8818>
URL: http://www.economy.in.ua/pdf/9_2018/15.pdf
9. Байда І. В. Трансформація споживання медіа в цифровій культурі: крос-культурний аналіз. URL:

https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/46393/Baida_324_328.pdf?sequence=1&isAllowed=y

10. Гудзь О. Є., С. М. Петькун. Формування нової медіа реальності в умовах цифрових трансформацій. URL:
https://journals.kntu.kherson.ua/index.php/visnyk_kntu/article/view/528/504
11. Детектор медіа. Українські ОТТ: як обрати собі телебачення в інтернеті. Огляд українських ОТТ-сервісів, їхні переваги та недоліки. URL:
<https://ms.detector.media/onlain-media/post/28830/2022-01-19-ukrainski-ott-yak-obraty-sobi-telebachennya-v-interneti/>
12. Короткова К. І., Просяник О. П. Фактори створення медіаконтенту для молоді. URL:
https://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/29180/1/%D0%9A%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%82%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%9A%D0%B0%D1%80i%D0%BD%D0%B0.%D0%A2%D0%B5%D0%B7%D0%B8.pdf
13. Літінська Н. В. Телебачення як інструмент трансформації свідомості сучасної людини. URL:
<https://grani.org.ua/index.php/journal/article/view/1400/1379>
14. Ортіков В. В., Коршун Н. В. Базові принципи та основне обладнання для передавання даних за допомогою стрімінгу в Україні. URL:
<https://con.dut.edu.ua/index.php/communication/article/view/1740/166>
15. Суська О. О. Теоретико-методологічне осмислення функціоналу стрімінг-технологій у середовищі сучасних мас-медій. URL:
<http://habitus.od.ua/journals/2018/6-2018/22.pdf>
16. Сучков Д. Г., Красненко О. Л., Лішафай О. О. Як Netflix, HBO та інші сервіси використовують інтерактивні елементи. URL:
<https://almanac.npu.kiev.ua/index.php/almanac/article/view/573/536>
17. Третина українців почала частіше дивитися українське кіно – опитування. URL:
<https://suspilne.media/culture/452823-33-ukrainsciv-pocali-castise-divitisa-ukrainske-kino-rezultati-opituvanna/>

18. Українці почали частіше дивитися українське кіно. URL:

<https://gradus.app/ru/open-reports/ukrainians-started-watching-ukrainian-movies-more-often/>

19. Халіна В. Ю. Клієнтоорієнтованість як нова парадигма ведення бізнесу

20. Щеголь Г. Зелена книга. Ринок OTT-Відеоконтенту. URL:

<https://brdo.com.ua/wp-content/uploads/2024/06/ZK-Rynok-OTT-videokontentu.pdf>

РОЗДІЛ 4. Хто формує сучасну стримінгову сцену?

17

РОЗДІЛ 5. Стримінгові війни: конкуренція платформ та боротьба за глядача

22

Стримінгові сервіси стали невіддільною частиною нашого повсякдення. Але хто стоїть за цим медіа-феноменом? У цьому розділі ми познайомимося з найпотужнішими гравцями ринку, з'ясуємо, що вирізняє кожного з них, які в них стратегії та як вони конкурують між собою.

Netflix — піонер і експериментатор

Netflix став синонімом слова «стримінг». Заснований у 1997 році як сервіс прокату DVD поштою, він перетворився на гіганта, що формує вподобання мільйонів глядачів. Компанія першою ввела модель binge-watching — випуск усіх епізодів сезону одразу, що змінило сприйняття серіального контенту.

Netflix зробив ставку на власний контент, вкладаючи десятки мільярдів доларів у виробництво. Так з'явилися хіти, що здобули глобальну популярність: «Stranger Things», «The Crown», «Wednesday», «Squid Game». Завдяки продуманій рекомендаційній системі та локалізації контенту, Netflix став платформою з truly global охопленням.

Однак Netflix — це не лише контент, це ще й технології. Їхні алгоритми рекомендацій, що працюють на основі штучного інтелекту, здатні аналізувати глибокі патерни поведінки глядачів, враховувати час доби, сезон, історію переглядів, вподобання та навіть настрої користувача. Це дозволяє Netflix не просто пропонувати щось подібне, а передбачати, що вам сподобається, ще до того, як ви це самі зрозумієте.

Netflix також є лідером у сфері інтернаціоналізації контенту. Замість фокусування виключно на американській аудиторії, компанія активно інвестує в локальні продакшени: іспанські серіали, південноамериканські драми, індійські фільми, французькі трилери.

Це не тільки розширює аудиторію, а й змінює глобальну культурну динаміку, адже глядачі в США можуть фанатити від південнокорейського хорору, а французи — від мексиканського детективу.

18

Кожна стримінгова платформа має своїх зірок — серіали, які стали не просто популярними, а визначальними для репутації сервісу. Ці шоу допомогли платформам вирізнитися, здобути нових підписників і навіть змінити телебачення назавжди. У цьому розділі ми розглянемо по 2–3 знакові серіали з найвідоміших стримінгових сервісів і дізнаємось, чим вони особливі.

Netflix

Stranger Things

Серіал, який став справжньою попкультурною сенсацією. Стартував у 2016 році, поєднує ретро-естетику 80-х, містичну атмосферу, пригодницький сюжет і харизматичних підлітків. «Stranger Things» — це хіт, який зробив з Netflix не просто сервіс, а глобальний культурний феномен. Історія створення включає натхнення класикою на кшталт Стівена Кінга, Спілберга і фільмів Amblin. Персонажі, як-от Ілєвен, Дастін, Майк, Джойс Байерс та Джим Гоппер, стали улюбленими фанатів у всьому світі.

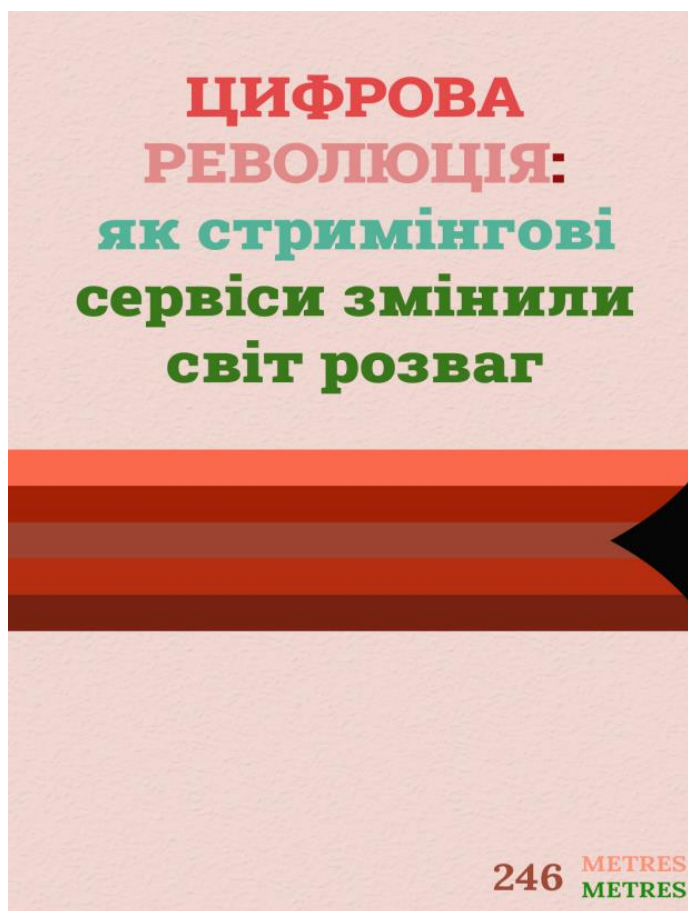
Серіал поєднує хорор з ностальгією, змушує переживати за персонажів і водночас досліджує теми дружби, травм дитинства, наукової етики. Він став однією з найвпізнаваніших франшиз Netflix і стимулював хвилю ретро-інтересу в моді, музиці та дизайні.

The Crown

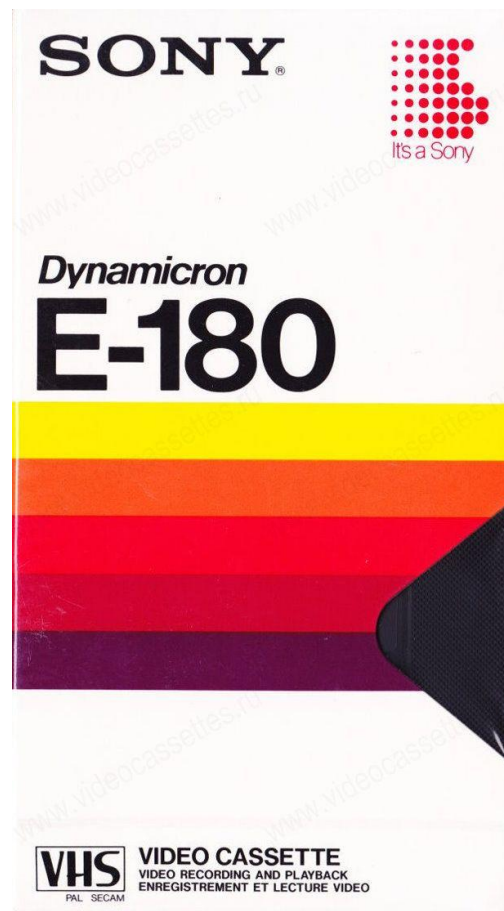
Історичний драматичний серіал про британську королівську родину. Високоякісна постановка, вражаюча гра акторів і ретельне дослідження подій зробили його улюбленим критиків. «The Crown» отримав десятки нагород і став прикладом того, що Netflix може конкурувати з традиційним телебаченням у престижному драматичному жанрі.

Серіал створив Пітер Морган, а кожен сезон охоплює новий етап правління Єлизавети II, змінюючи акторський склад відповідно до віку персонажів. Особливо високо оцінюють акторську гру Клер Фой, Олівії Колман і Імелди Стонтон у ролі королеви. «The Crown» не боїться показувати складні моменти історії, включаючи шлюб Чарльза і Діани, конфлікти з Маргарет Тетчер, і драму монархії в сучасному світі.

23



Обкладинка проекту



Референс до обкладинки