

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Факультет журналістики
Кафедра медіапродюсування та видавничої справи

Продюсування книжкового блогу на платформі "Ютуб"

Кваліфікаційна робота на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти

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(-ки) групи КПЦМм-24
денної форми навчання
спеціальність: 061 Журналістика
освітня програма: «Контент-
продюсування цифрових
медіапроектів»
Зуб Тетяни Ігорівни

Науковий керівник
кандидат наук із соціальних
комунікацій
Вернигора Ніна Миколаївна

ЗМІСТ

Частина I. МЕДІАПРОЄКТ

Опис проєкту 4

Резюме проєкту 4

Частина II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

ВСТУП 7

Розділ 1. Дослідження ринку та особливості аудиторії проєкту 9

Розділ 2. Сценарний план проєкту..... 14

Розділ 3. Маркетинговий план проєкту.....27

Розділ 4. Створення бюджету медіапроєкту.....33

Розділ 5. Результати проєкту.....38

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 40

ДОДАТКИ... 44

Частина І
МЕДІАПРОЄКТ

Опис проєкту

Читання-кавування : книжковий блог / авторка і ведуча Тетяна Зуб. *Ютуб*.

URL: <https://www.youtube.com/channel/UCSS7XQcr-oPf90-QDEdm-AQ>.

Резюме проєкту

Зараз, в епоху інформаційного суспільства, коли людей оточує велика кількість контенту, блоги з короткими оглядами на медіатвори дуже актуальні. Подібні блоги існують на всіх платформах, проте чи не найбільше їх на платформі ютуб. Це зумовлено не лише тим, що відеоплатформи допомагають різнобічно продемонструвати продукт огляду, а й тим, що ця платформа має власні пошукові алгоритми, які пропонують користувачам відеоролики згідно з їх зацікавленнями та діями на платформі.

У межах роботи над дипломним проєктом був створений блог «Читання-кавування» на платформі «Ютуб». Під час роботи над проєктом було визначено та розроблено основні особливості, які б вирізняли блог серед конкурентів. До унікальної торгової пропозиції належить поєднання таких, здавалося б несуміжних, ніш як книжкова та кулінарна. Це поєднання утворилося за допомогою асоціації книжок, на які буде створюватися огляд, з напоями. Така особливість допомагає блогу «Читання-кавування» не лише вирізнитися серед конкурентів, а й краще передавати атмосферу того чи іншого літературного твору.

Підбірка книжок для огляду була обумовлена їхньою популярністю серед читачів у соціальних мережах та особистими вподобаннями блогерки. Окрім хітів буктюбу та буктоку в блозі плануються огляди й на маловідомі твори української літератури. Так на лютий 2026 року запланований огляд твору у жанрі янг-адалт «Сновиди». Це самвидавна книжка української авторки-початківці Злати Соловей. Висвітлення в медіаполі таких творів підтримує молодих авторів та сприяє різноманіттю українського видавничого ринку.

Актуальність проєкту зумовлюється бажанням блогерки популяризувати читання як форму дозвілля в умовах зростання впливу швидкого медіаконтенту та падіння уваги до довгих форм.

До цільової аудиторії блогу «Читання-кавування» належать молодь та дорослі, що цікавляться літературою, люблять нестандартні варіації відомих напоїв та потребують комфортного простору, де можна поділитися власними враженнями про прочитане.

Для магістерського проєкту було обрано створення та продюсування книжкового блогу на платформі «Ютуб». В межах проєкту було створено блог «Читання-кавування».

Просування блогу здійснюватиметься завдяки соціальним мережам блогерки та пошуковій оптимізації.

Блог «Читання-кавування» має на меті популяризувати читання серед молоді та дорослих та створити доступний та емоційно привабливий простір для знайомства з літературою. Було визначено головну ціль проєкту, яка полягає в створенні якісного медіапродукту продукту, який допоможе розвитку українського книговидавничого ринку.

Ефективність та успіх реалізації проєкту визначатиметься за рахунок зростання залученості аудиторії, кількості переглядів та взаємодій із контентом блогу, формування активної читацької спільноти та позитивного зворотного зв'язку від глядачів.

Частина II
ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

ВСТУП

Актуальність проєкту зумовлюється необхідністю популяризувати читання як форму дозвілля в умовах зростання впливу швидкого медіаконтенту та падіння уваги до довгих форм. Поєднання з рецептами створює привабливий формат залучення до читання, що в сприяє формуванню читацької спільноти та підтримує українських авторів і видавців.

Окрім того, блог «Читання-кавування» актуальний, адже поєднання приготування смачних напоїв та оглядів на книжки пасує до сучасного тренду «slow living», який означає сповільнення, пошук приємних дрібниць та концентрація на них. Цей набуває все більшої популярності останнім часом у відповідь на пришвидшення щоденного ритму [14].

Також слід зазначити, що останні роки прослідковується тенденція збільшення популярності україномовного контенту серед глядачів, проте у більшості ніш бракує блогерів, котрі регулярно випускають контент [20]. Створення ютуб-блогу «Читання-кавування» покликане трохи зменшити гостроту цієї проблеми.

Метою проєкту є створення та продюсування блогу на платформі «Ютуб», що сприятиме формування сталої читацької звички у глядачів та, як наслідок, розвитку книжкового ринку та розширення україномовного сегмента платформи «Ютуб». Проєкт передбачає створення якісного контенту, а саме оглядів книг, тематичних добірок і відеорецептів напоїв, що поєднують читання з емоційним та естетичним досвідом. Це дозволить формувати активну читацьку спільноту, залучати молодь та дорослу аудиторію, а також підтримувати авторів і видавництва завдяки популяризації читання серед українців, а отже й створенню попиту на україномовну книжку.

Основна місія проєкту – зробити читання регулярною, приємною та доступною для глядачів практикою, підтримати український культурний простір і сформувати спільноту однодумців, об'єднаних зацікавленням у читанні. Проєкт прагне створити затишну атмосферу, де книга не лише джерело інформації, а й вид дозвілля та спосіб турботи про себе.

Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких завдань:

- дослідити ринок та особливості аудиторії проєкту;
- розробити та підтримувати впізнаваний стиль для блогу;
- регулярно створювати контент для блогу;
- додавати в блог контент про українську літератури для популяризації українських авторів;
- запропонувати концепцію промоції проєкту;
- розробити план для подальшої монетизації проєкту;
- зібрати аналітику та зворотній зв'язок від аудиторії для вдосконалення проєкту.

Розділ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ТА ОСОБЛИВОСТІ АВДИТОРІЇ ПРОЄКТУ

Для проєкту була обрана переважно молода та зріла аудиторія. Як мною вже було зазначено у наукових тезах для всеукраїнської науково-практичної конференції «Соціокомунікаційні тенденції в медійному та науково-освітньому дискурсах», «нині згідно з матеріалом видання «РБК-Україна» близько 50% українських зумерів читають щодня або кілька разів на тиждень [27]. Саме це покоління є найактивнішими користувачами соціальних мереж, тож не дивно, що зі збільшенням кількості молодих читачів, посилюється й висвітлення теми книг та читання у соціальних мережах.

На платформі ютуб існує окрема ніша – буктуб. У ній чітко відстежуються власні тенденції, формуються локальні лідери думок та виникають унікальні формати обговорення літературних творів.» [15].

У тій самій публікації було досліджено середовище буктубу та висвітлено основні тенденції на прикладі відомих блогерів: «під час дослідження україномовного буктуб-сегмента, було виявлено, що у буктубі представлена величезна кількість жанрової літератури: від класики до фентезі, від нонфікшну до поезії. Деякі блогери орієнтовні винятково на визначений жанр, проте більшість висвітлюють різноманітні книги на своїх каналах. Розглянемо кілька популярних ютуб-блогів.

Марія Маргуліс – авторка блогу «Reading Mary». Він представлений на кількох платформах: ютуб (14 тисяч підписників), інстаграм (4556 підписників), тіток (1807 підписників). Марія оглядає переважно сучасну літературу. Згідно з її дописом для знайомства з підписниками в інстаграм, улюблені жанри блогерки – фентезі та романтична література [21]. Власне саме такі книги найчастіше й оглядаються у ютуб-блогі «Reading Mary», хоча натрапляємо й на інші жанри, адже канал Марії Маргуліс розповідає саме про її читачий досвід. Наразі найпоширеніша рубрика на каналі – це «Покупки» та «Розпакування». Також на каналі наявні огляди на англomовні книжки, які

поки що не видані в Україні, відео про крафт і розважальні челенджі та відео про власний досвід у письменництві та перекладі. Окрім того, в блогерки наявний контент для спонсорів, в якому вона не лише розповідає про книжки, а й показує власний побут та говорить про особисте, що допомагає аудиторії зблизитися з нею. Блог «Reading Mary» приваблює глядачів авторським підходом до створення контенту та різносторонніми оглядами на жанрову літературу. На своєму каналі Марія ознайомлює українців з цікавими виданнями, розповідає про потенційні майбутні новинки на українському книжковому ринку.

Блогерка Ксенія Келлерман має 15,8 тисячі підписників у ютуб. Вона також висвітлює книги різноманітних жанрів. Це й фантастика, й фентезі, й книги з високої полиці. Ксенія поєднує типові рубрики, такі як «Плани» та «Прочитане» з влогами та спільними читаннями книжок з іншими відомими букблогерками. У власних відео дівчина розповідає не лише про книги, а й про побут. Особливістю відеоблогу Ксенії є те, що дівчина додає естетичні підйомки та часто знімає повноцінні влоги [6]. Контент блогерки не лише знайомить глядачів з цікавими виданнями на українському ринку, а й надихає аудиторію романтизувати власне життя та демонструє, як зручно поєднувати читання та побут.

Один з ютуб-каналів, які мають чітку тематику – це «Книжкова критика на грані абсурду». Наразі на каналі лише 3,26 тисячі підписників, проте це відносно новий канал (1 рік), на відміну від каналів «Ksenia Kellerman» (4 роки) та «Reading Mary» (понад 5 років, але 2022 року відбувся перезапуск каналу тому дату публікації першого відео неможливо дізнатися). Ютуб-канал «Книжкова критика на грані абсурду» належить двом блогеркам з платформи тік-ток: Анастасії Яковлєвій та Альоні під ніком «Кузя». Разом вони створили блог, де оглядають книги в жанрі dark romance та young adult. І хоча відеоогляди на цьому каналі важко назвати компліментарними, адже там блогерки висвітлюють проблемні аспекти цих літературних творів, часто читачі в коментарях пишуть, що опис книги звучить настільки абсурдно, що

вони хочуть їх собі придбати або розповідають про власні позитивні враження [19]. Окрім того, негативні відгуки можуть позитивно впливати на ринок, адже вони допомагають читачам оминати книги, які ймовірно б їм не сподобалися, а отже відсіюють не цільову аудиторію видання. Це збільшує ймовірність того, що читач придбає іншу книгу, цікаву саме йому, отримає позитивні враження від неї та зробить повторну купівлю у видавця.

Отже, в буктубі багато різнопланових блогів, кожен з яких має власний виражений стиль та оригінальний спосіб подачі інформації. Це демонструє зацікавленість вітчизняних читачів в україномовній книзі як низької, так і високої полиці. Книжкові блогери часто виступають проміжною ланкою між видавцями та читачами, і не лише надають видавцям зворотний зв'язок за допомогою оглядів, а й просувають видання серед своєї аудиторії» [15].

SWOT-аналіз — популярний маркетинговий інструмент, який допомагає ще до виходу на ринок зрозуміти внутрішні та зовнішні можливості й загрози. Для проведення цього аналізу потрібно визначити сильні та слабкі сторони проєкту [23]. Завдяки дослідженню ринку конкурентів можна виокремити такі переваги блогу «Читання-кавування»:

- наявність унікальної торгової пропозиції, що не має аналогів на ринку;
- широка цільова аудиторія;
- концепція блогу легко адаптується у форматах рілсів, сторіс, каруселей, ASMR-відео чи атмосферних влогів;
- об'єднання одразу кількох ніш;
- контент легкий у сприйнятті.

Проте проєкт має й потенційні недоліки:

- потреба в більшій кількості ресурсів ніж для ведення класичних книжкових блогів;
- часто процес монетизації каналів на книжкову тематику доволі повільний [31].

Невелика тривалість відеороликів може стати як перевагою, так і недоліком. З одного боку станом на зараз ми живемо в інформаційному

суспільстві, тож кожного з нас постійно оточує велика кількість інформації та різноманітного медіаконтенту. Через це сучасній людині зручніше часто перемикатися між об'єктами, ніж довго концентруватися на одному з них. Найбільш помітні такі зміни в концентрації у молоді [12]. Цим і був зумовлений вибір тривалості окремих відеороликів, адже кожен з них триває від 5 до 10 хвилин, що значно менше, ніж у блогерів-конкурентів, про яких йшлося вище. Також, як зазначалося на події від видавництва Фабула на Книжковій країні садовій 2025 року, саме блогери з невеликою тривалістю контенту найбільше цікавлять рекламодавців, адже така тривалість збільшує ймовірність, що глядач додивитися до реклами. Проте у короткотривалому контенті є ризик поверхнево розкрити тему, що може негативно сприйнятися вибагливим глядачем.

Отже, для блогу «Читання-кавування» була розроблена Матриця SWOT. Її результати наведено у таблиці нижче.

Таблиця 1.1.
Матриця SWOT

Сильні сторони	Можливості
• наявність унікальної торгової пропозиції; • широка цільова аудиторія; • концепція блогу легко адаптується в інші формати; • об'єднання одразу кількох ніш; • контент легкий у сприйнятті. •	• поєднання кількох ніш розширює можливості для рекламної співпраці; • завдяки тому, що концепція блогу легко адаптується під різні формати, можна вести суміжні проєкти.
Слабкі сторони	Загрози
• потреба в більшій кількості ресурсів ніж для ведення класичних книжкових блогів; • часто процес монетизації каналів на книжкову тематику доволі повільний.	• більші витрати на канал через додатковий реквізит можуть не окупитися; • через малий хронометраж відеоогляди можуть здаватися поверховими.

Перед створенням проєкту, важливо визначити його цільову аудиторію. Цільова аудиторія блогу «Читання-кавування» можна зіставити із цільовою аудиторією переважної частини книг, огляд на які планує робити блогерка. Тож цільова аудиторія проєкту має наступні характеристики:

- Вікова група: молодь від 16 років; дорослі.
- Стать: неважливо.
- Рівень освіти: середня та вища.
- Інтереси: читання, кулінарія.
- Система переконань та цінностей: гедонізм, рефлексія, саморозвиток.
- Етап життя: молодість та зрілість.
- Місцезнаходження: Україна та українці, які знаходяться за кордоном.

Розділ 2. СЦЕНАРНИЙ ПЛАН ПРОЄКТУ

Для реалізації дипломного проєкту було прийнято рішення створити та продюсувати блог «Читання-кавування» на платформі «Ютуб». Концепція проєкту – книжковий блог з оглядами на книги, де в кожному огляді готується напій, який асоціюється з книжкою, що оглядається у відео.

З урахуванням особливостей мислення сучасних людей та вподобань рекламодавців був обраний хронометраж відеороликів від 5 до 10 хвилин.

Перш за все застосунку Adobe Photoshop були створені зображення для логотипа каналу та його банер. Згодом у цьому ж застосунку будуть створюватися прев'ю для відео та оброблятися графічні елементи для вставок на монтажі. Adobe Photoshop створений для редагування та ретуші зображень, створення макетів, колажів тощо. Застосунок має великий інструментарій, що дозволяє як виконувати кольорокорекцію, так і прибирати або додавати об'єкти з зображення [2].

Логотип – невіддільна частина будь-якого бренду. Він формує довіру до бренду, розповідає про його концепцію та допомагає аудиторії вирізнити бренд серед конкурентів на ринку [13]. Логотипом для ютуб-каналу зазвичай слугує аватар профілю. Найкраще для логотипів каналу на платформі «Ютуб» пасують квадратні зображення розміром 800:800 пікселів [25]. Саме такого розміру й було створене зображення.

Логотипом каналу «Читання-кавування» стало зображення чашки з кавою, що стоїть на книжці. З чашки йде пара, а на книжці коло чашки лежать ще й кілька зернят кави. Навколо зображення міститься напис з назвою каналу, видозмінений під форму зображення. Напис, чашка та зріз книги білого кольору, ручка чашки у кавовому відтінку, а колір палітурки книги – ніжно фіолетовий. Фоном для зображення я обрала чорний, адже цей колір ахроматичний, тобто він вдало поєднується з будь-якими кольорами [28]. До того ж я обрала переважно світлу кольорову гаму для основного зображення

та тексту, тож зображення контрастує з фоном, що створює ефект чіткості та впізнаваності.

Банер ютуб-каналу також впливає на впізнаваність бренду. Через більший обсяг він надає можливість чіткіше бачити всі важливі елементи. Також на банері можна розмістити додаткову інформацію, як от час виходу нових відео. Банери більш гнучкі ніж аватарки. Їх можна змінювати до прикладу щосезону або до певних подій чи свят [3]. Банер на ютуб-канал має розмір 16:9 см [25]. Саме такого розміру й було створене зображення.

Для банера був використаний логотип та його окремі елементи (фон, назва тим самим шрифтом, що й на логотипі, зерна кави). Таким чином утворився впізнаваний візуальний стиль оформлення каналу.

Ще один атрибут оформлення ютуб-каналу – його опис. В описі каналу «Читання-кавування» описана концепція ютуб-каналу та міститься інформація про те, коли чекати новий контент:

«Вітаю на моєму ютуб-каналі! Тут ми будемо обговорювати прочитане за чашкою кави, чаю, какао чи може навіть коктейлю. Зустрічаємося щосуботи за новою чашкою!».

Наступним кроком було створення контент плану. Для початку варто визначитися з часом та регулярністю публікації контенту. Було вирішено публікувати контент раз на тиждень. Такий підхід дозволяє водночас не втрачати впізнаваність каналу та мати достатньо часу для створення наступного відео. Було вирішено публікувати відео щосуботи в той самий час, адже у вихідні дні люди частіше дивляться розважальний контент. Найкраще публікувати відео за 2 години до пікового часу використання платформи. У вихідні та святкові дні це з 8 до 12, а у будні – з 12 до 15 [18]. Тож контент на ютуб-каналі «Читання-кавування» буде публікуватися щосуботи о 12:00.

Після того, як визначено дати публікацій, було створено контент-план публікації контенту на 3 місяці. Контент-план – це чіткий структурований графік публікацій, що допомагає блогеру економити час та вчасно готуватися

до створення контенту [11]. Отже, готовий контент-план ви можете переглянути у таблиці нижче.

Таблиця 2.1.
Контент-план

Дата та близька подія (якщо є)	Книга для огляду
15.11.2025	Тревіс Болдрі «Легенди та лате»
22.11.2025	Марісса Маср «Безсердечна»
29.11.2025	Сюзанна Кларк «Леді з Грейс-Адью та інші історії»
6.12.2025 (день Святого Миколая)	Камоне Шірахама «Ательє чаклунських капелюхів»
13.12.2025	Наталія Довгопол «Мандрівний цирк сріблястої пані»
20.12.2025	Тейлор Дженкінс Рід «Сім чоловіків Евелін Г'юго»
27.12.2025 (Новий рік)	Дар'я Анцибор «Під подушку чи під ялинку? Антропологічне дослідження свят»
3.01.2026 (Новий рік)	Террі Пратчетт «Батько Вепр»
10.01.2026	Емілі Генрі «Пляжне читиво»
17.01.2026	Амелі Нотомб «Токійська наречена»
24.01.2026	Міхал Гворецький «Троль»
31.01.2026	Моріс Леблан «Таємниці Арсена Люпена»
7.02.2026	Злата Соловей «Сновиди»
14.02.2026 (День закоханих)	Ель Кенеді «Угода»

Після створення контент-плану, було створено сценарій для двох перших відео. На далі для оптимізації витрат сценарії будуть створюватися парами, щоб, якщо дозволяють умови, записувати 2 ролики в 1 знімальний день. Також невеликому зменшенню бюджету на одне відео допомагає оптимізація рецептів у відео. Так для відеоролика з оглядом книжки «Легенди та лате» потрібна була будь-яка цедра, а для огляду на «Безсердечну» потрібен був грейпфрутовий сік, саме тому у першому ролику використана саме грейпфрутова, а не лимонна чи апельсинова цедра. Для створення сценарію було використано застосунок Microsoft Word, який входить до пакета Microsoft Office. Його використовують для написання та редагування текстів [22].

Далі будемо розглядати цикл виробництва контенту на прикладі створення дебютного відео на каналі. Режисерський сценарій цього з відео ви можете переглянути у таблиці нижче:

Таблиця 2.2.

Сценарій до відео «Огляд на "Легенди та лате"| Пряне какао»

№	Візуал (1)	Текст (2)	Крупність кадру (3)	Таймінг (с) (4)	Аудіо (5)
1	2	3	4	5	6
1	Ведуча сидить у студії за столом. Перед нею книга та інгредієнти	Вітаю! На зв'язку читання-кавування. Мене звати Таня і сьогодні ми поговоримо про лате.	Середня	15	Лише голос
2	Крупний план на книгу	А точніше про «Легенди та лате».	Крупна	5	Лише голос
3	Гортання книги, демонстрація зрізу, лясе, оформлення	«Легенди та лате» - це дебютна книга Тревіса Болдрі у жанрі козіфентезі. Для мене вона стала знайомством з цим жанром. Але чи вдалим?	Середня	10	Лише голос
4	Блогерка переливає молоко з глечика до каструлі	Мабуть, ця книга смакувала б як какао з бюджетного порошку. Головне підходити до неї з правильними очікуваннями, і тоді вона сподобається.	Загальна	20	Лише голос
5	Блогерка сидить в кадрі як на початку	Взагалі, «Легенди та лате» надихалися настільно-рольовою системою ДнД. Звідси і сетинг, і вибір певних рас, і навіть спрощена побудова світу. Хоча ось тут все залежить від конкретного майстра. Передаю привіт Альвамару.			Лише голос
6	Крупний план. В молоко додається какао та цукор, все вимішується.	Варто зазначити, що це той тип фентезійних історій, які легко переміщаються у реальний світ.	Крупна	10	Лише голос

Таблиця 2.2.
Продовження

1	2	3	4	5	6
7	Блогерка сидить так само як і на початку відео.	Вистачить лише змінити всім героям раси на людську та декому змінити імена. Тут навіть є значна частина сучасних технологій, щоправда, всі вони працюють на гномській магії.	Середня	20	Лише голос
8	Акцент на обличчя, блогерка коло плити	Що таке ця гномська магія звісно нам ніхто не пояснить.	Середня	10	Лише голос
9	Блогерка сидить так само як і на початку відео. На екрані з'являються арти та пнг зображення дайсів	Поки напій готується, поговоримо трохи про сюжет. Орчиня Вів була класичною пригодницею з банди: билася з монстрами, шукала скарби, часом порушувала закони. Одним словом, типова ДнД сесія.	Середня	20	Лише голос
10	На моменті зі словом «кава» арт Вів з обкладинки з сердечками замість очей.	Аж раптом в одній зі своїх пригод Вів зустрічає її: КАВУ	Кадр-вставка	5	Лише голос
11	Блогерка сидить так само як і на початку відео.	Це була любов з першого ковтка! Тож Вів закінчує свою кар'єру пригодниці-бандитки, просить за останнє завдання магичний артефакт, переїджає в маленьке містечко та започатковує власну справу.	Середня	15	Лише голос
12	Крупний план натирання цедри та шоколаду	Разом з новими друзями, які допомагають у розвитку кав'ярні, Вів розбудовує свій заклад фактично з нуля, знайомиться з концептом сплати податків (ну добре, з оплатою за кришування), додає нові позиції в меню та винаходить атрибути якісних закладів (такі як кондиціонування, кава на виніс та жива музика).	Крупна	15	Лише голос

Таблиця 2.2.
Продовження

1	2	3	4	5	6
13	Блогерка сидить так само як і на початку відео.	Окрім нових друзів, Вів зустрічає і знайомих з банди, які спокушають її повернутися до колишнього життя. Але чи вийде це в них? Залишу це в таємниці.	Середня	10	Лише голос
14	Додавання шоколаду, кориці та цедри до какао, помішування	Взагалі, персонажі тут – особлива родзинка. Можливо, не всі з них так детально прописані, як хотілося...	Крупна	10	Лише голос
15	Фокус на обличчя	(Я на тебе дивлюся, мудрий та таємничий постійнику).	Середня	5	Лише голос
16	Додавання кориці та ванілі, вимішування	Але кожен з них має приємний опис та цікавий архетип, може часом і дуже знайомий.	Крупна	10	Лише голос
17	Блогерка сидить за столом. На екрані з'являються кадри з артами персонажів	Не буду детально описувати кожного, перерахую лише своїх фаворитів. Мовчазний та серйозний гоблін Тал, котрий може побудувати будь-що, викликав приємне тепло з перших сторінок. Спочатку я навіть шиперила його з Вів. Ще одне сонечко - Сукубка Тандрі, котра підтримує Вів у всіх її змінах. А ще між цими персонажками є любовна лінія. Щоправда, мені трохи не вистачило плавного переходу від дружби до кохання, але це вже справа смаку. Мабуть, найулюбленіші мої персонажі це щуролюд Наперсток, талановитий пекар, котрий майже не говорить, але про його випічку говорить все місце та киця Приязнь. Приязнь не антропоморфна, але це не завадило їй стати повноцінним членом команди (коли у Приязні є настрій на це).	Середня	110	Лише голос

Таблиця 2.2.
Продовження

1	2	3	4	5	6
18	Блогерка сидить за столом. На екрані з'являються кадри з артами персонажів	Також хотілося б відзначити голову мафії, але я не можу сказати про персонажа нічого конкретного, бо той сюжетний виверт виявився для мене несподіванкою та змусив посміхатися.		10	Лише голос
19	Перелиття напою у чашки, прикрашання збитими вершками, цедрою та шоколадом.	Загалом книжка «Легенди та лате» мені сподобалася. Це ідеальний варіант для легкого читива, якщо треба похрумтіти випічкою з какао та трохи відключити мізки.	Крупна	25	Лише голос
20	Блогерка сидить за столом. Перед нею книга та чашка готового напою. На моменті виголошення оцінки відповідний напис з'являється на екрані. На моменті про рецепт, блогерка розгортає книгу і демонструє його.	Так, на початку книги мені доводилося робити зусилля, щоб нагадувати собі, що тут і не має бути детально прописаної магії, та й речення трохи нагадували диктант сьомого класу. Проте як тільки я вчиталася, це відчуття минуло. І залишилася приємна теплота з радісними визгами типу «Ого, вони винайшли каву з льодом». Моя оцінка для «Легенд та лате» 8 печивок з 10, але половинка печивка за рецепт вкінці книги.	Середня	30	Лише голос
21	Блогерка сидить за столом. Перед нею книга та чашка готового напою.	З вами була Таня. Ви на каналі Читання-кавування. Якщо вам сподобалося моє відео, віддячте вподобайкою та коментарем. Побачимося за наступною чашкою!	Середня	10	Лише голос

Після написання сценарію було створено бюджет для конкретного відео, який буде описаний у розділі 4, тож не будемо зараз на ньому зупинятися. Для створення бюджету був використаний застосунок Microsoft Excel. Згідно з інформацією на сторінці технічної підтримки компанії «Майкрософт», цей

застосунок призначений «для роботи з електронними таблицями, там зручно виконувати повсякденні задачі, наприклад складати бюджет» [7]. Перевагою застосунку Microsoft Excel є можливість додати до певних частин таблиці функції для автоматичних підрахунків, що значно спрощує створення бюджету.

Наступним етапом були власне зйомки відео. Для блогу «Читання-кавування» використовується мобільна зйомка. Мобільна зйомка широко використовується не лише у блогінгу, а й в сучасному кінематографі. Так зараз існує тренд знімати фільми на айфон. Зазвичай такі роботи візуально привабливі, а документальна стрічка «У пошуках Цукрової Людини» знята таким чином навіть отримала Оскар [24]. Також мобільна зйомка представлена й у вітчизняному кінематографі. Наприклад режисер Антоніо Лукіч зняв короткометражку «Київ: паралелі» на смартфон «Ксяомі». Антоніо Лукіч радить режисерам-початківцям: «знімати, але так, щоб кількість витрачених зусиль була меншою, ніж кількість смислів, які вкладаються в роботу. Краще знімати щось дуже просте, але на важливі теми, ніж витратити колосальні зусилля на історії про щось висмоктане з пальця» [26].

Для створення відеоконтенту «Читання-кавування» використовувалася наступна техніка:

- смартфон;
- штатив;
- кільцева лампа;
- мікрофон.

Оскільки блог «Читання-кавування» — дипломний проєкт, було вирішено переважну частину завдань робити самостійно, Проте для вищої якості контенту та більшої маневровості камери було вирішено залучити оператора.

Тож в межах підготовки дипломного проєкту мною були виконані наступні завдання:

- розроблення концепції каналу;

- створення контекст-плану;
- написання сценаріїв;
- створення бюджету;
- створення візуальної айдентики каналу;
- робота в кадрі;
- монтаж та звукооператорська робота;
- пошук реквізиту;
- створення шапок відео;
- написання описів до відео;
- промоція каналу;
- комунікація з аудиторією.

В межах підготовки кваліфікаційної роботи було проведено мисленнєвий експеримент, в межах якого було створено календарно-постановочний план підготовки 1 відеоролика за участі професійної команди.

Таблиця 2.3.
Календарно-постановочний план підготовки відеоролика

Дата	Час	Подія	Локація	Персонал	Нотатки
1	2	3	4	5	6
Невідомо	Невідомо	Створення аватарки та банеру каналу	Невідомо	Художник	Співпраця з фрілансером. Дедлайн: вечір 6.11 (четвер)
	Невідомо	Написання сценарію до відео та опису каналу	Невідомо	Сценарист	
7.11 (п'ятниця)		Перевірка сценарію, опису каналу аватарки та банеру каналу, за потреби надання технічного завдання для правок	Невідомо	Продюсер	
	9:00-11:00				
	10:00-17:00	Внесення правок в аватарку та шапку каналу (за потреби)	Невідомо	Художник	

Таблиця 2.3.
Продовження

1	2	3	4	5	6
7.11 (п'ятниця)	10:00-17:00	Внесення правок у сценарій (за потреби)	Невідомо	Сценарист	
	10:00-18:00	Затвердження правок (за потреби)	Невідомо	Продюсер	
10.11 (понеділок)	8:00 - 9:00	Вантажні перевезення техніки та реквізитів до локації	Київ	Вантажне таксі	
	9:00-10:00	Розставлення техніки та реквізиту на локації	Кухня Зала	Гафер Оператори Звукооператор	
	9:30-10:00	Фарбування блогерки	Ванна кімната	Блогерка Гример	
	10:00-11:40	Запис кадрів, де блогерка сидить статично	Кухня	Блогерка Гафер Оператори Звукооператор	
	11:40-12:40	Обід	Зала	Блогерка Гафер Оператори Звукооператор	
	12:40-14:30	Запис кадрів приготування напою	Кухня	Блогерка Гафер Оператори Звукооператор	
	14:30-15:00	Запис фінальних кадрів з напоєм, де блогерка сидить статично	Кухня	Блогерка Гафер Оператори Звукооператор	

Таблиця 2.3.
Продовження

1	2	3	4	5	6
10.11 (понеділок)	15:00 -16:00	Запис звуку на підйомки з кадрами приготування напою	Зала	Блогерка Звукооператор	
	16:00-17:00	Фотографування блогерки для прев'ю відео	Кухня	Блогерка Оператор	
	17:00-17:30	Зняття макіяжу	Ванна кімната	Ванна кімната	
	17:00-18:00	Завантаження техніки та реквізиту у вантажне таксі	Кухня Зала	Гафєр Оператори Звукооператор	
	18:00-20:00	Повернення техніки та реквізиту	Київ	Вантажне такс	
11.11 (вівторок)	10:00-18:00	Монтаж відзнятого матеріалу	Офіс студії	Монтажер	
	10:00-12:00	Створення прев'ю відео	Невідомо	Дизайнер	Співпраця з фрілансером
	12:00-13:00	Перевірка прев'ю відео та за потреби створення технічного завдання до правок	Невідомо	Продюсер	
	13:00-17:00	Внесення правок у прев'ю відео (за потреби)	Невідомо	Дизайнер	
	13:00-18:00	Затвердження правок (за потреби)	Невідомо	Продюсер	
14.11 (п'ятниця)	18:00-18:20	Публікування анонсу відео в особистих соціальних мережах	Невідомо	Блогерка	
15.11 (субота)	9:45-9:50	Створення каналу, завантаження аватарки, банеру та опису каналу	Невідомо	Блогерка	
	10:00-10:20	Публікування відео	Невідомо	Блогерка	
	10:20-10:25	Публікування інформації про відео в особистих соціальних мережах	Невідомо	Блогерка	

Також в межах цього мисленєвого експерименту була розроблена блок-схема засад управління команди з елементами вертикального та

горизонтального управління, що забезпечує як постійний контроль за процесом створення контенту, так і діалог між членами команди, що створює якнайкращі умови для творчого процесу.

Для утворення блок-схем був використаний сервіс «Дравіо». Його застосовують для створення блок-схем, діаграм, інтелект-карт тощо [4]. Створену блок-схему ви можете переглянути у додатку Д.

Наступним етапом циклу підготовки була власне зйомка відеоконтенту. Для зйомки сценарій використовувався як опора, а не чітка вказівка. Блогерка завчила не текст, а тези з нього, що дало місце імпровізації та допомогло зберегти справжні емоції у кадрі.

Після зйомки уся звукова доріжка додатково перезаписувалася, щоб в разі потреби її можна було використати на монтажі.

Далі було виконано монтаж відзнятого контенту. Монтаж відбувався у застосунку «Adobe Premiere Pro». Це професійне програмне забезпечення для редагування відео, в якому наявні всі потрібні елементи від обрізки відео до кольорокорекції [1].

У межах монтажу відеоролика були виконані такі дії:

- обрізання та зіставлення відзнятих фрагментів;
- чистка звуку;
- підставляння аудіодоріжки до підзйомок
- додавання фонові музики
- додавання графічних елементів, попередньо створених чи відредагованих у додатку «Фотошоп».

Наступним етапом у циклі виробництва контенту для ютуб-блогу «Читання-кавування» було створення прев'ю для відео та написання назви й опису відео. Найчастіше перший контакт аудиторії з відеороликом на цій платформі саме за допомогою прев'ю відео у стрічці рекомендацій платформи. Потенційний глядач бачить прев'ю ще до перегляду. Саме на основі назви та прев'ю він зробить рішення про подальший перегляд або неперегляд відео.

[32]. Всіх цих рекомендацій було дотримано. Створене у Фотошопі прев'ю ви можете переглянути у додатку И.

Ще однією важливою складовою першого контакту відео з аудиторією є назва. Цей аспект дуже тісно пов'язаний з прев'ю, адже в стрічці рекомендацій глядач бачить лише прев'ю та шапку, тож ці елементи мають доповнювати один одного. Проте на платформі «Ютуб» вибір назви, як і опис відео дуже тісно пов'язаний з просуванням контенту, тож поговоримо про це в наступному розділі.

Завершальним етапом з циклу створення контенту є публікація готового відео та взаємодія з аудиторією, що також буде висвітлено в наступному розділі.

Розділ 3. МАРКЕТИНГОВИЙ ПЛАН ПРОЄКТУ

Оскільки блог новий, то наявності якісного контенту з корисним та цікавим вмістом для популярного блогу недостатньо. Для того, щоб глядачі підписалися на блог, їм треба для початку дізнатися, що він існує. Тобто просування – невіддільний елемент успіху будь-якого проєкту.

Варто продумати імідж бренду, в нашому випадку імідж блогу. Зазвичай в це поняття включають:

- позиціювання;
- створення репутації;
- просування контенту.

Імідж – це сприйняття аудиторією блогу та їхнє психологічне ставлення до нього. Візуальні атрибути фірмового стилю – важлива частина іміджу [16].

До візуальних атрибутів фірмового стилю каналу можна віднести аватар каналу, банер каналу, прев'ю відео роликів. Важливо, щоб аватар та банер каналу були в одному стилі [3]. На аватарці каналу «Читання-кавування» розміщений логотип у вигляді чашки кави на книжці, створений ексклюзивно для блогу, а на банері – логотип, назва каналу та елементи логотипа (зерна кави) у вигляді патерну. Надалі логотип можна буде використовувати не лише для аватару та банеру, а й для мерчу каналу.

Ще один поширений інструмент для підвищення впізнаваності – ексклюзивні сталі фрази, які притаманні лише конкретному блогеру. Наприклад, в український кіноблогер Тайлер Андерсон використовує фразу «Привіт, мої улюблені люди» під час привітання з аудиторією на початку відео [5]. В блозі «Читання-кавування» теж використано цей прийом. Блогерка кожного відео прощається з аудиторією фразою «Зустрінемося за наступною чашкою!».

Бажано, щоб прев'ю на відео виглядали схоже, проте мали незначні, але помітні відмінності. Це створює цілісну картинку під час переходу на вкладку «відео», проте разом з тим створює гачки, за які може зачепитися око [32]. Під

час аналізу конкурентів було помічено, що здебільшого на прев'ю книжкових блогерів у буктюбі зображені самі блогери. Це зумовлено тим, що конкретний персонаж в брендингу створює впізнаваність та збільшує довіру аудиторії до бренду [33]. Тож було вирішено, що на прев'ю оглядів на каналі «Читання-кавування» буде зображена блогерка у звичній локації та обкладинка книги, що оглядається.

Опис каналу – потужний інструмент для позиціювання, адже це можливість одразу ознайомити зацікавлену аудиторію з нішею, унікальною торговою пропозицією та іншими фактами, які блогер хоче повідомити глядачу [10]. В описі каналу «Читання-кавування» міститься ніша, опис унікальної торгової пропозиції та інформація про те, з якою регулярністю буде публікуватися контент.

Основним засобом просування блогу стала пошукова оптимізація на платформі «Ютуб». Застосування пошукової оптимізації починається ще з вигадування назви першого відео. Для того щоб алгоритми краще просували відео, варто уникати використання капсу у відеоролику та не використовувати клікбейти, адже це може заповільнити просування чи навіть призвести до видалення відео. Крім того, слід пам'ятати, що назва у стрічці може відображатися не повністю, тобто варто найважливіше виносити на початок назви. Також важливо використати в назві якомога більше ключових слів [9]. Також ключові слова бажано використати в описі. Дебютне відео, наприкладі якого ми розглядаємо цикл створення контенту, було названо «Огляд на "Легенди та лате"| Пряне какао». Тобто використані такі ключові слова та фрази як «огляд», назва книги, «какао» (популярний сезонний напій), а в описі до відео додатково були вжиті такі ключові слова, як «без спойлерів», «пряне какао» (інша варіація сезонного напою) та «рецепт». Окрім того, в описі наявні наступні хештеги:

- #буктюб_українською;
- #букток;
- #буктюб;

- #книги;
- #відгуки;
- #booktok;
- #books;
- #книжковийблог;
- #прочитане;
- #книжковірекомендації;
- #козіфентезі;
- #cozyfantasy;
- #легендиталате;
- #LegendsandLattes;
- #рецепти;
- #какао.

Теги до цього відео підібрані ідентично [30].

Як на ютубі, так і на інших платформах важливо використовувати різні типи хештегів та тегів. Потрібні як високочастотні, тобто ті, що окреслюють нішу загалом, так і середньочастотні хештеги, тобто такі, що висвітлюють вузьчі теми, завдяки чому приводять саме цільову аудиторію [29].

Окрім того, важливо правильно розставити налаштування відео. Важливо перевірити, чи відео у відкритому доступі, дозволити коментарі. Також в налаштуваннях варто зазначити, що контент не для дітей, адже контент для дітей демонструється переважно в сегменті «Ютуб кідс», тобто значно вузьчій аудиторії та зі значно меншим функціоналом [17].

Використання цих знань про алгоритми платформи та пошукову оптимізацію на ній дозволило блогерці без вкладень у рекламу одразу ж першого дня опинитися у першій трійці пошуку на ютубу, якщо на анонімній вкладці в ютубі ввести в запит назву книжки, що оглядається у відео.

Додатковим способом просування каналу були обрані соціальні мережі блогерки. На вибір інструменту вплинула вже наявна постійна аудиторія у

блогерки наявність вбудованих інструментів для пошукової оптимізації у соціальних мережах. Промоція відбувалася у таких соціальних мережах «Інстаграм», «Тіток», «Рорк».

В Instagram просування відбувалося за допомогою сторис-анонсу, та рилсів з уривками відео. Окрім того, у шапці профілю було розміщено посилання на ютуб-канал «Читання-кавування». На особисту сторінку авторки у Тіток було розміщено той самий контент, що й в Інстаграм-рилс. Крім того, в шапку профіля акаунту блогерки в цій соціальній мережі теж було додане посилання на ютуб-канал.

У соціальній мережі «Рорк» просування каналу відбувалося зовсім інакше. Рорк – це українська соціальна мережа, яка дозволяє відстежити власний прогрес читання, підглядати, що читають інші та залишати відгуки на прочитані книги. В цій соцмережі неможливо додати жодного унікального контенту, окрім відгуку, проте кожен читач з'являється у стрічці «читають зараз» та у стрічці підписок своєї аудиторії та може ставити реакції на відгуки та читання інших користувачів для привернення уваги до власного профілю. Блогерка перейменувала власний акаунт у цій соціальній мережі на «Читання-кавування (шукай в ютуб)», змінила аватар акаунту на аватар ютуб-каналу та щодня ставила реакції всім читачам у стрічці «читають зараз». Попри те, що на відміну від інших соціальних мереж, у рорку немає можливості створювати оригінальний контент чи безкоштовно додати посилання на бажану для просування платформу, потенційно така промоція може бути корисною, адже ця соціальна мережа створена саме для книголюбів, отже там дуже високий вміст потенційної цільової аудиторії блогу.

Ще один важливий елемент просування проєкту – взаємодія з аудиторією. Варто поширювати навколо власних проєктів безпечну й комфортну атмосферу, не допускати некоректних висловлювань ні в бік аудиторії, ні в бік конкурентів. Також важливо регулярно перевіряти пошту для зворотного зв'язку з блогером та відповідати на коментарі.

Тож для досягнення соціальної мети за допомогою управління продуктом можна виокремити такий алгоритм:

- визначення унікальної торгової пропозиції;
- формування лояльної аудиторії за допомогою створення якісного контенту;
- створення додаткових продуктів (мерч, колаборації, додатковий контент для спонсорів);
- пошук партнерів для співпраці (ймовірно це будуть видавництва, книгарні, автори, магазини книжкових аксесуарів, кав'ярні, виробники кави та смаколиків тощо).

Оптимальний варіант – почати шукати спонсорів для монетизації каналу, коли він досягне позначки в кілька сотень підписників. Для цього важливо публікувати контент регулярно.

На перших етапах можлива рекламна співпраця за бартером. Такий спосіб оплати часто більш комфортний для рекламодавця на етапі, коли ділові відносини ще не до кінця сформовані.

Ще один спосіб монетизації каналу в обхід прямої монетизації на платформі ютуб, яка можливе лише для користувачів, у яких більш ніж 1000 підписників та на вибір сумарного перегляду контенту блогера протягом 4000 годин за останній рік або досягнення 10 мільйонів сумарних переглядів ютуб-шортсів [8], – надати можливість аудиторії самостійно підтримувати блогера. Це можна зробити за допомогою спеціальних платформ для збору донатів, де можна встановити певні рівні підтримки за різну суму та публікувати на ці рівні додатковий контент для спонсорів. В Україні створено дві платформи з таким функціоналом: «Монобаза» та «Донателло». Перевагою цих платформ є те, що податки та військовий збір з донатів, які надходять на ці платформи, сплачуються автоматично. Варто зазначити, що відкрити сторінку на Монобазі неможливо без відкриття ФОПу. Також існують закордонні платформи з подібним функціоналом: «Buy Me a Coffee» та «Патреон». Вони більш популярні серед ютуберів, адже замість 28% донатів на податки, там

списується лише близько 5% від донатів за можливість користування системою.

В майбутньому допускається можливість використання подібних платформ для розвитку проєкту «Читання-кавування», проте спочатку слід наростити аудиторію та продемонструвати їй якість контенту, за який вона можливо заплатить. Варто розуміти, що заробіток з донатів може бути не стабільним. Враховуючи, що певна частина аудиторії каналу може бути підлітками, адже в оглядах часто фігурує янгадалт література, доцільними видаються такі рівні спонсорства:

- 1) 50 гривень на місяць – можливість переглянути контент на кілька днів раніше;
- 2) 100 гривень на місяць – переваги для попереднього рівня та доступ до опитувань, у яких визначається, який огляд вийде раніше;
- 3) 200 гривень на місяць – всі переваги для попередніх рівнів та доступ до чату, який мають лише спонсори третього та четвертого рівнів;
- 4) 500 гривень на місяць – всі переваги для попередніх рівнів та можливість відвідування раз на 2 тижні книжкового клубу, який організовує блогерка.

Ще одним додатковим способом заробітку може бути продаж мерчу, проте для його створення потрібні додаткові ресурси. Для блогу «Читання-кавування» таким мерчем можуть слугувати закладинки з логотипом каналу, закладинки з рецептами або ж кулінарна книга. Також мерчем можуть слугувати речі з логотипом блогу, які не пов'язані на пряму з його позиціонуванням, як от футболки та шопери з логотипом каналу.

Розділ 4. СТВОРЕННЯ БЮДЖЕТУ МЕДІАПРОЄКТУ

Бюджет – важливий документ для реалізації проєкту, адже він допомагає визначити, скільки ресурсів знадобиться для втілення задуму в життя. В межах підготовки кваліфікаційної роботи було створено кілька варіацій бюджету для зйомки дебютного відео на канал «Читання-кавування».

Перша варіація передбачає роботу з професійною командою та студійну якість готового проєкту. Створений бюджет ви можете переглянути у таблиці нижче:

Таблиця 4.1.
Варіація бюджету з урахуванням студійної зйомки

№	Послуга/ Товар (1)	Од. виміру (2)	Кількість (3)	Ціна за од. у грн (4)	Загальна сума (5)
1	2	3	4	5	6
1	Камера	штука	2	4500	9000
2	Штатив	штука	1	1000	1000
3	Сендбег	штука	2	400	800
4	Карта пам'яті SanDisk 1 TB	штука	1	3700	3700
5	Лампа кільцева	штука	1	1300	1300
6	Відбивачі світла	штука	4	500	2000
7	Постійне студійне світло Prolighting	набір	1	1800	1800
8	Мікрофон петличка	штука	1	3000	3000
9	Кабелі	набір	1	1200	1200
10	Зарядна станція	штука	1	12000	12000
11	Оренда студії	доба	1	1500	1500
12	Вантажне перевезення техніки та реквізиту	година	4	360	1440
13	Компенсація витрат на проїзд команди	особа	6	46	276

Таблиця 4.1.
Продовження

1	2	3	4	5	6
14	Кейтеринг	особа	5	300	1500
15	Книга "Легенди та лате"	штука	1	600	600
16	Оренда посуду	набір	1	500	500
17	Кориця	набір	1	35	35
18	Грейпфрут	штука	1	45	45
19	Какао	пачка	1	300	300
20	Молоко	пачка	1	40	40
21	Маршмелоу	пачка	1	40	40
22	Шоколад	плитка	1	70	70
23	Збиті вершки	упаковка	1	170	170
24	Продюсер	зміна	1	1400	1400
25	Сценарист	зміна	1	1000	1000
26	Блогерка	зміна	1	2000	2000
27	Гример	зміна	1	800	800
28	Гафер	зміна	1	1000	1000
29	Оператор (2 особи)	зміна	2	1000	2000
30	Звукооператор	зміна	1	1000	1000
31	Монтажер	зміна	1	1000	1000
32	Художник	арт	2	500	1000
33	Дизайнер	шапка відео	1	300	300

Таблиця 4.1.
Продовження

1	2	3	4	5	6
34	Сервіс зі стоковою музикою, відео та зображеннями	місяць	1	385	385
35	Адоб Фотошоп	місяць	1	462	462
36	Адоб Прем'єр Про	місяць	1	462	462
Всього: 55125					

Проте, як вже зазначалося вище, в реальному житті робота над блогом «Читання-кавування» відбувається у домашніх умовах та з використанням мобільної зйомки, тож більш релевантний наступний бюджет:

Таблиця 4.2.
Варіація бюджету з урахуванням мобільної зйомки

№	Послуга/ Товар	Од. виміру	Кількість	Ціна за од.	Загальна сума
1	2	3	4	5	6
1	Набір: штатив та кільцева лампа	штука	1	1000	1000
2	Мікрофон петличка	штука	1	3000	3000
3	Книга "Легенди та лате"	штука	1	600	600
4	Кориця	набір	1	35	35
5	Грейпфрут	штука	1	45	45
6	Какао	пачка	1	300	300
7	Молоко	пачка	1	40	40
8	Маршмелу	пачка	1	40	40
9	Шоколад	плитка	1	70	70
10	Збиті вершки	упаковка	1	240	240
11	Зарплата сценариста	зміна	1	500	500
12	Зарплата блогерки	зміна	1	500	500
13	Зарплата оператора	зміна	1	500	500
14	Зарплата монтажера	зміна	1	500	500

Таблиця 4.2.
Продовження

1	2	3	4	5	6
15	Сервіс зі стоковою музикою, відео та зображеннями	місяць	1	385	385
16	Адоб Фотошоп	місяць	1	462	462
17	Адоб Прем'єр Про	місяць	1	462	462
Всього: 7370					

Техніка відноситься до первинних (одноразових) інвестицій. Тобто вже з другого ролику витрати зменшаться на 4600 гривень. За підписку на сервіси треба платити щомісяця. В середньому на каналі «Читання-кавування» на місяць має виходити 4 відео, тож для підрахунку поточних витрат одного ролика можна рахувати лише четверту частину оплати на сервіси. Набір реквізиту для ролику на огляд «Легенди та лате» вважається релевантним для розрахунку приблизного бюджету й інших роликів, адже для напою потрібні як дешеві, так і доволі дорогі продукти. Також важливо зазначити, що переважна більшість книг з контент-плану вже придбана, до того ж за умови розвитку каналу, можна буде співпрацювати з видавництвами за бартер й отримувати книжки на огляд безкоштовно. Тож розрахуємо ймовірні поточні витрати для створення одного відеоролика:

Таблиця 4.3.
Оптимізована варіація бюджету з урахуванням мобільної зйомки

№	Послуга/ Товар	Од. виміру	Кількість	Ціна за од.	Загальна сума
1	2	3	4	5	6
4	Кориця	набір	1	35	35
5	Грейпфрут	штука	1	45	45
6	Какао	пачка	1	300	300
7	Молоко	пачка	1	40	40
8	Маршмелоу	пачка	1	40	40
9	Шоколад	плитка	1	70	70

Таблиця 4.3.
Продовження

1	2	3	4	5	6
10	Збиті вершки	упаковка	1	240	240
11	Сценарист	зміна	1	500	500
12	Блогерка	зміна	1	500	500
13	Оператор	зміна	1	500	500
14	Монтажер	зміна	1	500	500
15	Сервіс зі стоковою музикою, відео та зображеннями	місяць	0,25	385	96,25
16	Адоб Фотошоп	місяць	0,25	462	115,5
17	Адоб Прем'єр Про	місяць	0,25	462	115,5
Всього: 2770					

Тож ми бачимо, що створити одне відео для блогу «Читання-кавування» коштує приблизно 3000 гривень. За умови, що виходитимуть 4 відео на місяць, щомісячні потреби в інвестиціях приблизно становитимуть 12 тисяч гривень.

На даному етапі блог «Читання-кавування» не приносить прибутку, а слугує проєктом для самовираження, самореалізації та розробки особистого бренду блогерки. Інвестиції до проєкту надходитимуть із заробітної плати блогерки та можливо з донатів підписників.

Розділ 5. РЕЗУЛЬТАТИ ПРОЄКТУ

У межах роботи над дипломним проєктом був створений блог «Читання-кавування» на платформі «Ютуб». До унікальної торгової пропозиції цього блогу належить поєднання книжкової та кулінарної ніші. Це поєднання утворилося за допомогою асоціації книжок, на які буде створювалися огляди, з напоями, які в цих оглядах готувалися. Підбірка книжок для огляду була обумовлена їхньою популярністю серед читачів у соціальних мережах та особистими вподобаннями блогерки.

Робота над проєктом допомогла блогерці:

- навчитися поводитися в кадрі більш природно;
- покращити власну дикцію;
- вдосконалити навички обробки звуку та відео на монтажі;
- підсилити менеджерські навички;
- збільшити швидкість обробки графічних елементів;
- ознайомитися з роботою пошукових алгоритмів;
- глибше зрозуміти, як працює стратегія просування мультимедійного контенту;
- вдосконалити власні професійні навички.

Наразі блог «Читання-кавування» не приносить прибутку, а слугує проєктом для самовираження, самореалізації та розробки особистого бренду блогерки, проте вже на цьому помітна позитивна реакція аудиторії. Відео «Огляд на "Легенди та лате"| Пряне какао» видається третім серед усіх результатів у пошуку в ютуб, якщо шукати на анонімній вкладці ролики про книгу Тревіса Болдрі «Легенди та лате».

Станом на 6 грудня 2025 року на канал підписалися 68 користувачів. Відеоролики стабільно набирають від 7 коментарів. Частина коментаторів зазначила, що відеоролики надихнули їх на читання.

Зважаючи на ці факти, стає очевидно, що проєкт «Читання-кавування» посприяв популяризації читання як форми дозвілля серед молодії та дорослої аудиторії. Блогерці вдалося створити доступний та емоційно привабливий простір для знайомства з літературою. Вдалося створити блог, котрий завдяки цікавому та доступному контенту посприяв формуванню сталої читацької звички у глядачів та, як наслідок, розвитку книжкового ринку та розширення україномовного сегмента платформи «Ютуб». Завдяки проєкту сформувалася спільнота однодумців, для котрих читання стало не лише способом отримати корисну інформацію, а й видом дозвілля.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Adobe. Найсучасніші можливості для редагування відео. Adobe Creative Cloud. URL: <https://www.adobe.com/ua/products/premiere.html> (дата звернення: 14 листопада 2025).
2. Bazilik Media: Photoshop нині: як графічний редактор став інструментом для всіх/ Bazilik Media. URL: <https://bazilik.media/photoshop-nyni-iak-hrafichnyj-redaktor-stav-instrumentom-dlia-vsikh/> (дата звернення: 14 листопада 2025).
3. Darren Buser. Банер YouTube – розмір, розміри, формат і останні поради | Clipchamp Blog. Clipchamp. URL: <https://clipchamp.com/uk/blog/youtube-banner-size-dimensions-format-tips/> (дата звернення: 14 листопада 2025).
4. Draw.io. Освітня платформа ВЧИМО. URL: <https://vchymo.com/app/application/Drawio> (дата звернення: 14 листопада 2025).
5. Geek Journal. КІНОКАТАСТРОФИ 2025: чому ГЛЯДАЧІ більше НЕ ХОДЯТЬ у кіно? | GEEK JOURNAL, 2025. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=sLE50k4-cVQ> (дата звернення: 14 листопада 2025).
6. Kellerman, Ksenia. VLOG: кілька весняних днів зі мною, нові книги, читання, кава та багато котика. 2025. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=4juJ6WQ9ziY> (дата звернення: 14 листопада 2025).
7. Microsoft. Загальні відомості про програму Excel Starter - Підтримка від Microsoft. Microsoft Support. URL: <https://support.microsoft.com/uk-ua/office/загальні-відомості-про-програму-excel-starter-601794a9-b73d-4d04-b2d4-eed4c40f98be> (дата звернення: 14 листопада 2025).
8. YouTube. Заробіток на YouTube. studio.YouTube.
9. Бабай про Ютуб. Як назвати відео на Ютуб ПРАВИЛЬНО? Просування на Youtube 2022, 2022. YouTube. URL:

- <https://www.youtube.com/watch?v=wLJHvwnRda8> (дата звернення: 14 листопада 2025).
- 10.Бедріна О. Ідеальний опис каналу на YouTube - практична інструкція. Wave.video. URL: <https://wave.video/ua/blog/youtube-channel-description/> (дата звернення: 14 листопада 2025).
- 11.Гайдаш Л. Крок за кроком: як розробити ефективний контент-план для соцмереж. CASES. URL: https://cases.media/article/krok-za-krokom-yak-rozrobiti-efektivnii-kontent-plan-dlya-socmerezh?srsltid=AfmBOOpU13whkhi6_2UuLP4MRAhJyYm6HI7JOjZMPKFMaSFY3zC708Y (дата звернення: 14 листопада 2025).
- 12.Грицак Н. Р. Літературна освіта молоді та проблема кліпового мислення. Science and Education a New Dimension. Pedagogy and Psychology. 2018.
- 13.Діренко К. Логотипи як візуальна ідентичність: що вони кажуть про бренд?: Стаття з блогу IT-школи Hillel. hillelblog. URL: <https://blog.ithillel.ua/articles/logos-as-visual-identity> (дата звернення: 14 листопада 2025).
- 14.Життя в стилі slow living: присутність, простота, баланс, усвідомленість. wellcoast. URL: <https://www.wellcoast.com.ua/post/zhyttya-v-styli-slow-living-prysutnist-prostota-balans-usvidomlenist> (дата звернення: 14 листопада 2025).
- 15.Зуб Т. І. Різноманіття україномовного буктуб-сегмента як симптом розвитку книговидавничого ринку України. Соціокомунікаційні тенденції в медійному та науково-освітньому дискурсах. 2025.
- 16.Каладайла В. Імідж як основа успішного функціонування підприємства. 2021.
- 17.КАНАЛ ПАВЛА. Як завантажувати відео на youtube (детальна інструкція), 2024. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=t_vyexP4iE4 (дата звернення: 14 листопада 2025).

- 18.Капінос О. Найкращий час для публікації на YouTube: коли завантажувати відео та Shorts?. AIR Media-Tech. URL: <https://air.io/ua/youtube/best-time-to-post-on-youtube-helpful-tips-and-tools> (дата звернення: 14 листопада 2025).
- 19.Книжкова критика на грані абсурду: Четвертий зайвий, або Балада про співочих пташок і змій. Голодні ігри без Катніс, 2025. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Emiww85sFXs> (дата звернення: 14 листопада 2025).
- 20.Маніфест Академія. Це – дійсно головна проблема укр. ютубу, 2024. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=QMKMyoQoKCK>. (дата звернення: 14 листопада 2025).
- 21.Маргуліс М. Це пост для новоприбулих, які знають мене виключно з відосів на каналі. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/p/CvVZV58tThj/> (дата звернення: 14 листопада 2025).
- 22.Нелюбов В. О., Куруца О. С. Основи інформатики Microsoft Word 2016 : навч. посіб. Ужгород, 2018. С. 6.
- 23.Оголь А. Чому SWOT-аналіз необхідний практично кожному бізнесу?. eSputnik. URL: <https://esputnik.com/uk/blog/swot-analiz-iz-prikladami> (дата звернення: 14 листопада 2025).
- 24.Пилипчук М. Фільми, зняті на iPhone: стильно, модно, натурально. ТиКиїв - голос твого міста. URL: <https://tykyiv.com/misteckij/5-filmiv-zniatikh-na-iphone-u-poshukakh-tsukrovoyi-liudini-tri-khvilini-ta-9-poyizdok/> (дата звернення: 14 листопада 2025).
- 25.Поради щодо банера каналу й зображення профілю. YouTube Довідка. URL: <https://support.google.com/youtube/answer/12950272?hl=uk> (дата звернення: 14 листопада 2025).
- 26.Слободяник Д. Режисер Антоніо Лукіч – про те, як зняти кіно на смартфон Xiaomi 11T Pro. Vogue UA. URL: <https://vogue.ua/article/culture/kino/rezhisser-antonio-lukich-o-tom-kak-snyat>

- film-na-smartfon-xiaomi-11t-pro-46069.html (дата звернення: 14 листопада 2025).
27. Собкова К. Книги зумерів. Як молодь впливає на книжковий ринок України і до чого тут TikTok. РБК-Україна. URL: <https://www.rbc.ua/rus/stylar/knigi-zumeriv-k-molod-vplivae-knizhkovi-1742980919.html> (дата звернення: 14 листопада 2025).
28. Советна А. В. Ахроматичні кольори в системі реклами інтер'єру німецькою та англійською мовами. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2023. № 64. С. 131. URL: <http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v64/32.pdf> (дата звернення: 14 листопада 2025).
29. Студія копірайтингу TexTeliT: Хештеги в соцмережах: правила використання. URL: <https://textelit.com.ua/heshtegi-v-socmerezah/> (дата звернення: 14 листопада 2025).
30. Читання-кавування. Огляд на "Легенди та лате"| Пряне какао, 2025. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hanPIgjRS5Y> (дата звернення: 14 листопада 2025).
31. Читання-кавування. Огляд на «Леді з Грейс-Адью та інші історії»| Імбирно-м'ятна кава, 2025. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=OQ01XVNDC8Y&t=329s> (дата звернення: 14 листопада 2025).
32. Чуловська О. Коли читання – не просто хобі: історії українських книжкових блогерок. Happy Monday. URL: <https://happymonday.ua/istoriyi-ukrayinskyh-knyzhkovykh-blogerok> (дата звернення: 14 листопада 2025).
33. Шмичков М. Як створювати клікабельні прев'ю для YouTube. SEOQUICK. URL: <https://seoquick.com.ua/ua/youtube-thumbnails/> (дата звернення: 14 листопада 2025).
34. Як персонаж у брендингу впливає на впізнаваність: приклади відомих компаній - Genius.Space. Genius.Space. URL: <https://genius.space/lab/yak-personazh-u-breningu-vplivaye-na-vpiznavanist-prikladi-vidomih-kompanij/> (дата звернення: 14 листопада 2025).

ДОДАТКИ

Додаток А. Конкуренти



Reading Mary
@ReadingMary · Підписалося 14,6 тис. користувачів · 312 відео
Вітаю на моєму каналі! [...більше](#)
goodreads.com/user/show/6683908-maria-margulis і ще 3 посилання

Ви підписалися · Спонсорувати · Відвідати спільноту

Головна · Відео · YouTube Shorts · Подкасти · Списки відтворення · Дописи · 🔍

Наші спонсори
Дякую за вашу підтримку!

Як писати некріжкові гарячі сцени в книжках 32:23
1,6 тис. переглядів · 5 днів тому

Некріжкова розпаковка осіннього декору, маленького... 21:58
9 днів тому
Лише для спонсорів

ПІШУ ДРУГУ КНИГУ 40:48
2,4 тис. переглядів · 12 днів тому

Я, ТАНА ГУД ТА ОЛЕНА КУЗЬМІНА ПОІКАЛИ ПИСАТИ В БОГОЛЬВАРІ 30:08
2 тис. переглядів · 2 тижні тому

Мрію про ці книжки! Всі мої книжкові бажання 26:07
4,3 тис. переглядів · 4 тижні тому

Величезні книжкові покупки Книжкової країни і не тільки 37:12
6 тис. переглядів · 1 місяць тому

Круте РОМЕНТЕЗІ, від якого не відірватися 32:41
5,3 тис. переглядів · 1 місяць тому

Як це читають?! Обираю НАЙГІРШІ та НАЙКРАЩІ тропи... 21:07
3,6 тис. переглядів · 1 місяць тому



Ksenia Kellerman
@KseniaKellerman · Підписалося 16 тис. користувачів · 361 відео
Вітаю! Мене звати Ксенія і на своєму каналі я в найрізноманітніших форматах [...більше](#)
patreon.com/ksenia_kellerman і ще 3 посилання

Ви підписалися · Спонсорувати

ПЛАНИ НА ЛИСТОПАД 22:18
10 днів тому
Лише для спонсорів

Гелловінський ТИЖДЕНЬ ЧИТАНЬ Лавкрафт, По, Рут... 35:03
2,9 тис. переглядів · 11 днів тому

ПЛАНИ НА ЖОВТЕНЬ 22:45
1 місяць тому
Лише для спонсорів

ЧИТАЦЬКИЙ ВЛОГ осінні свідання, прогулянки Львовом... 33:36
3,7 тис. переглядів · 1 місяць тому

ОСІННІ КНИГИ + коктейлі 37:13
Добріра затішних, моторошних... 29:35

ВЛОГ "Інститут", "Джеймс" та прогулянки осіннім Львовом 28:34

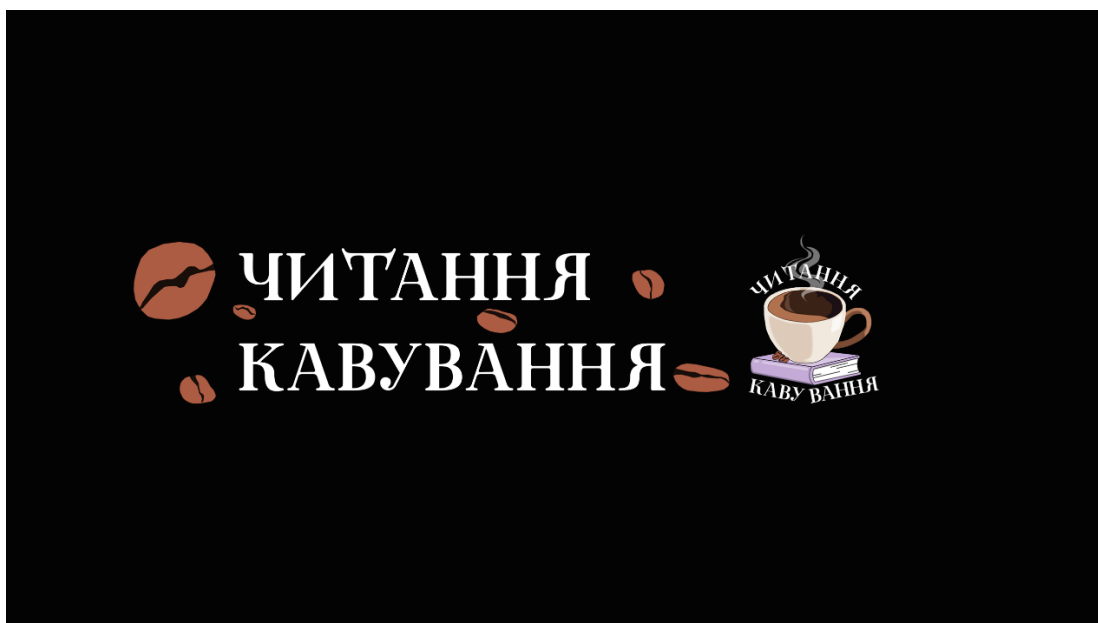
ЧИТАЮ КНИГУ ЗА ДЕНЬ затішний влог + осічне читання 29:16

ПЛАНИ НА ОСІНЬ книжкові челенджі, спільне читання та... 29:35

Додаток Б.
Логотип каналу



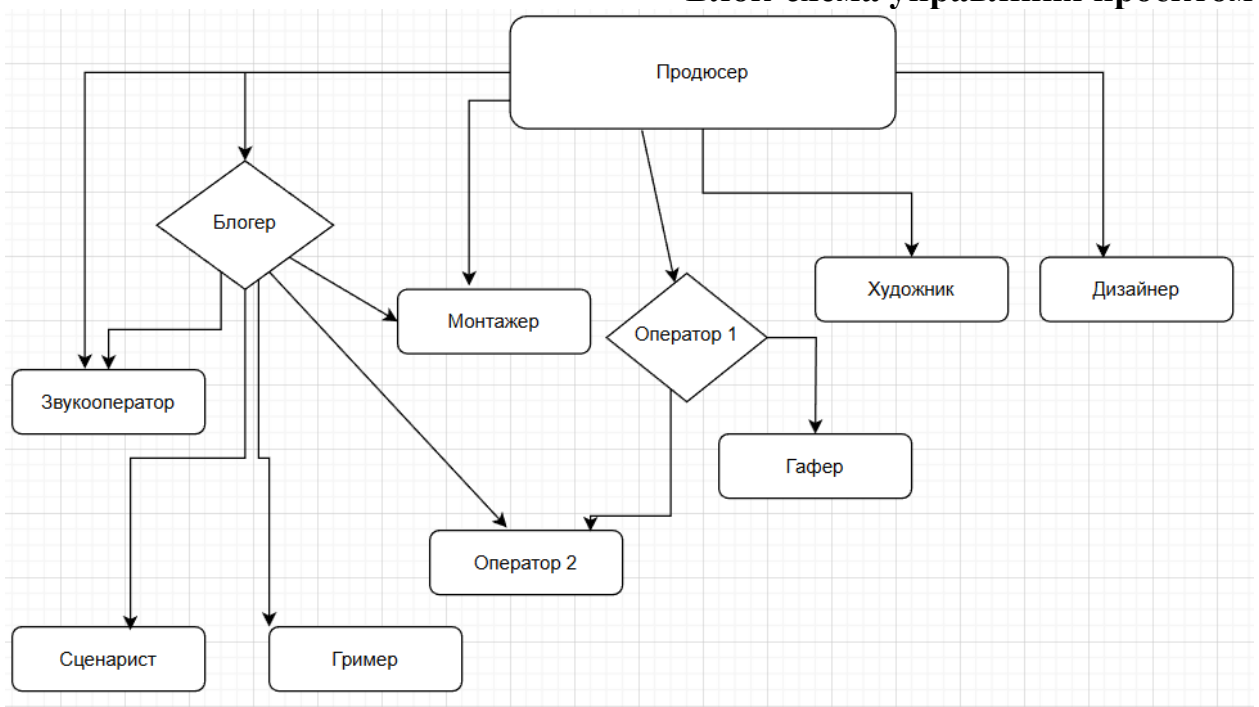
Додаток В.
Банер каналу



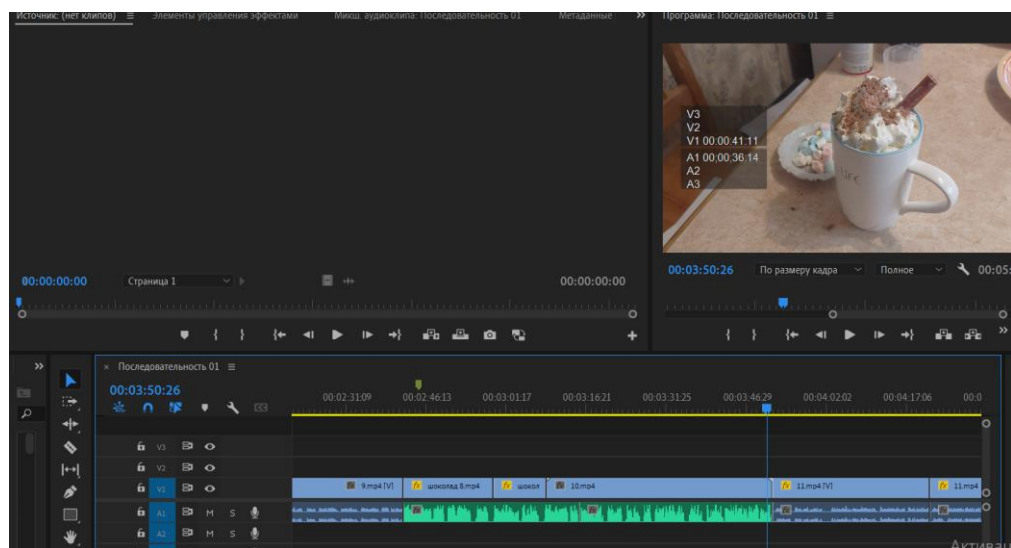
Додаток Г.
Техніка та аксесуари для зйомки



Додаток Д.
Блок-схема управління проєктом



Додаток Е. Монтаж відео



Додаток Ж. Приклад кадру з додатковим графічним елементом



Додаток И. Прев'ю до одного з відеороликів



Додаток К.

Опис ютуб-каналу «Читання-кавування»

Вітаю на моєму ютуб-каналі! Тут ми будемо обговорювати прочитане за чашкою кави, чаю, какао чи може навіть коктейлю. Зустрічаємося щосуботи за новою чашкою!

Додаток Л.

Опис відео «Огляд на "Легенди та лате"| Пряне какао»

Вітаю. У цьому відео я оглядаю «Легенди та лате» без спойлерів та готую пряне какао.

Рецепт:

Молоко – 1 л

Какао – 3 ст. л.

Кориця – 1 паличка

Цедра грейпфрута – на кінчику ч. л.

Цукор – за смаком

Маршмелоу – один шар на поверхню напою

Збиті вершки – за смаком

Цукор – за смаком

#буктюб_українською #букток #буктюб #книги #відгуки #booktok #books
#книжковийблог #прочитане #книжковірекомендації #козіфентезі
#cozyfantasy #легендиталате #LegendsandLattes #рецепти #какао

Додаток М. Теги для відео

#cozyfantasy ×

#легендиталате ×

#LegendsandLattes ×

#рецепти ×

#какао ×

#буктюб_українською ×

#букток ×

#буктюб ×

#книги ×

#відгуки ×

#booktok ×

#books ×

#книжковийблог ×

#прочитане ×

#книжковірекомендації ×

#козіфентезі ×

Розділяйте теги комами

190/500

Додаток Н. Важливі налаштування

Видимість

 Для всіх

✓

- ☐ Так, цей контент призначено для дітей
- ☒ Ні, це відео не для дітей

Змінений контент

Чи стосується якесь із наведених нижче тверджень вашого контенту?

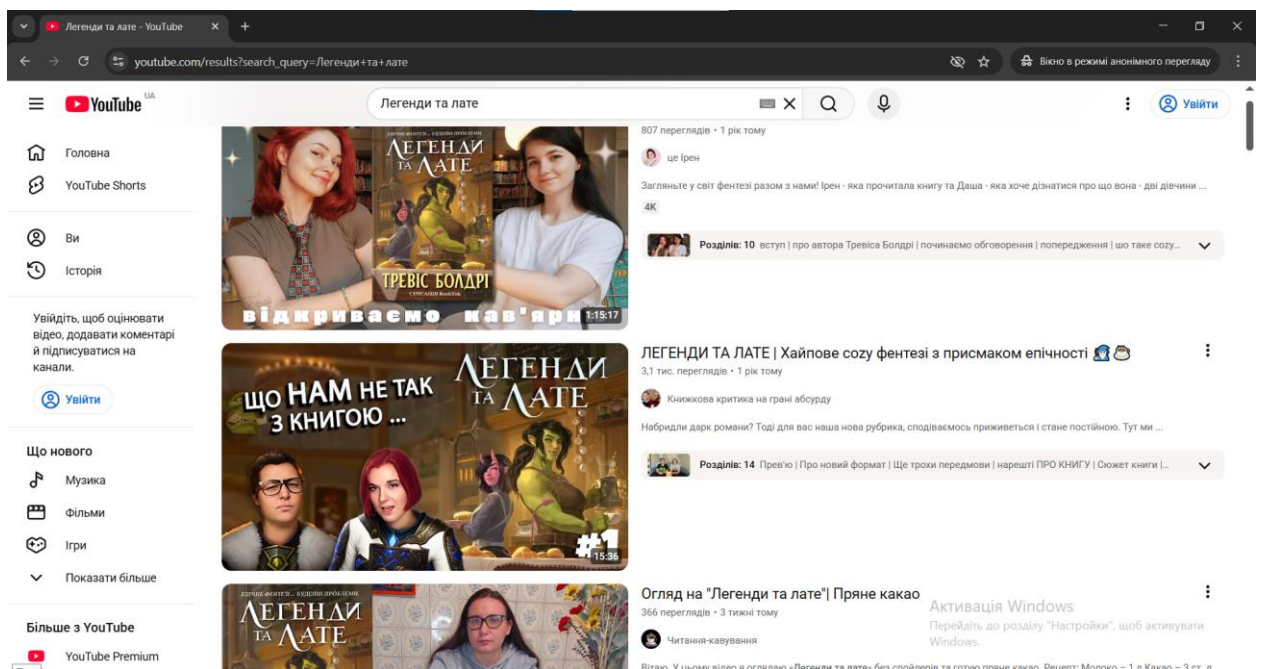
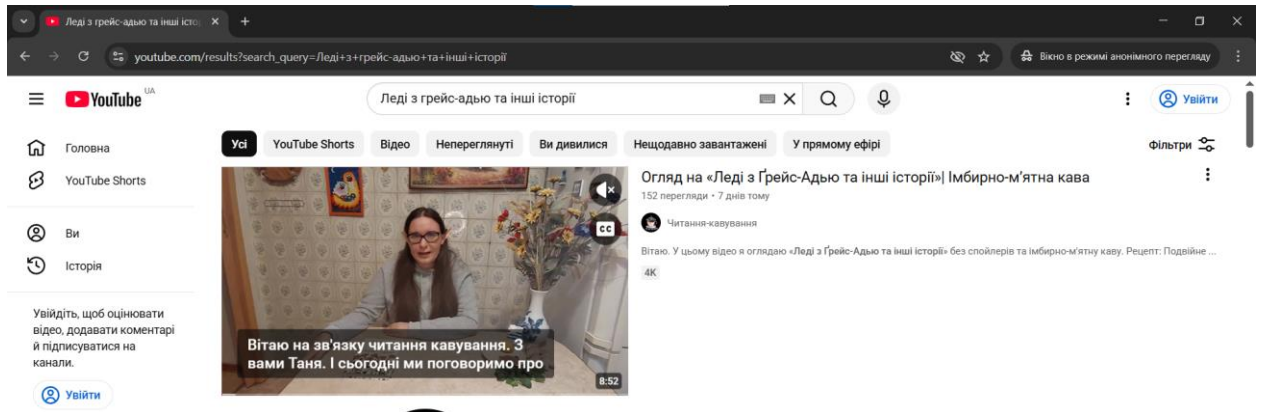
- Демонструє реальну людину, яка говорить або робить щось, чого насправді не було.
- Містить змінені кадри реальної події або місця.
- Реалістично відтворює ситуацію, яка насправді не траплялася.

- ☐ Так
- ☒ Ні

Згідно з правилами YouTube, ви зобов'язані повідомити нас, якщо контент є зміненим або синтетичним, але виглядає правдоподібно. Це можуть бути, наприклад, реалістичні звуки або відеоряд, створені за допомогою штучного інтелекту чи інших інструментів. [Переглянути приклади](#)

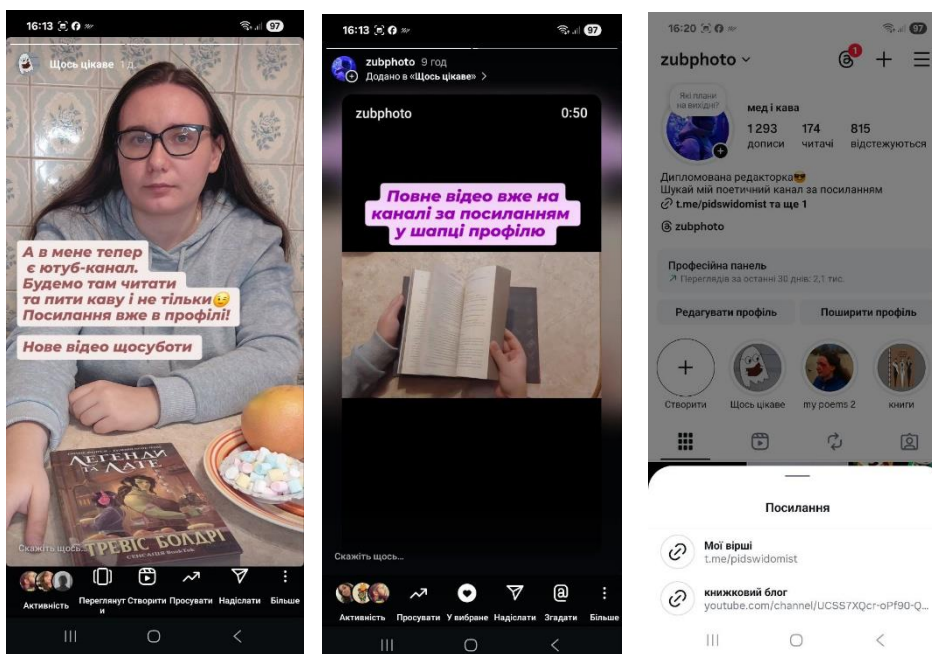
Якщо вибрати "Так", до контенту буде додано [відповідну інформацію](#).

Додаток П. Пошук за назвою книжки з анонімної вкладки



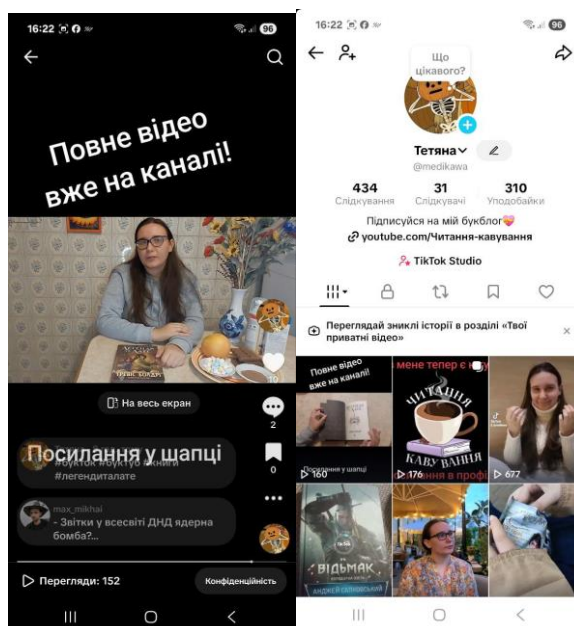
Додаток Р.

Просування за допомогою соціальної мережі «Інстаграм»

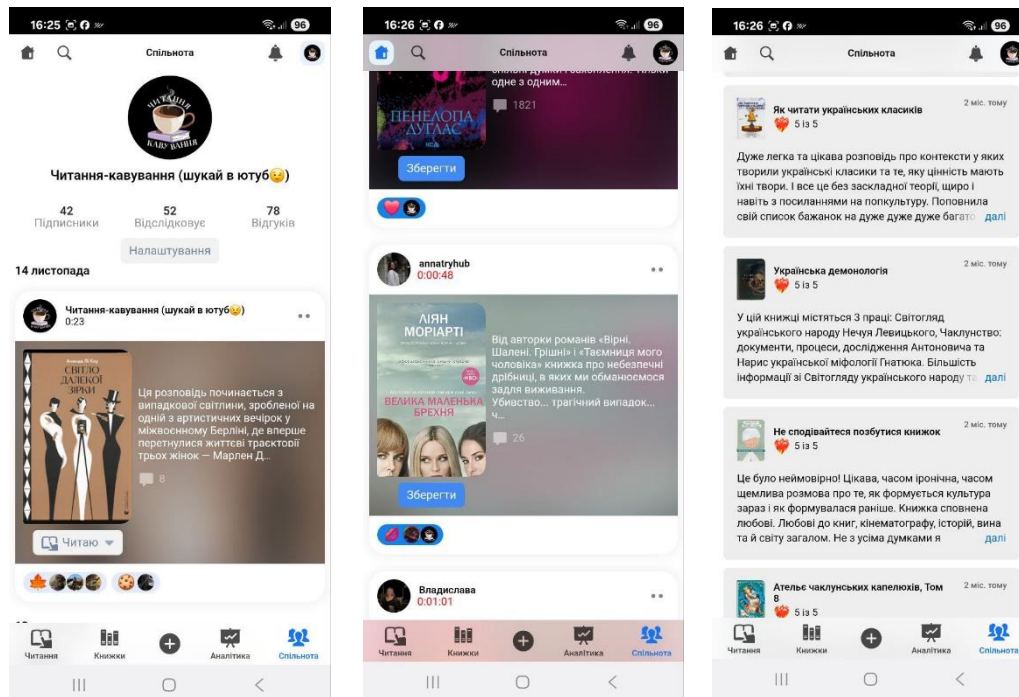


Додаток С.

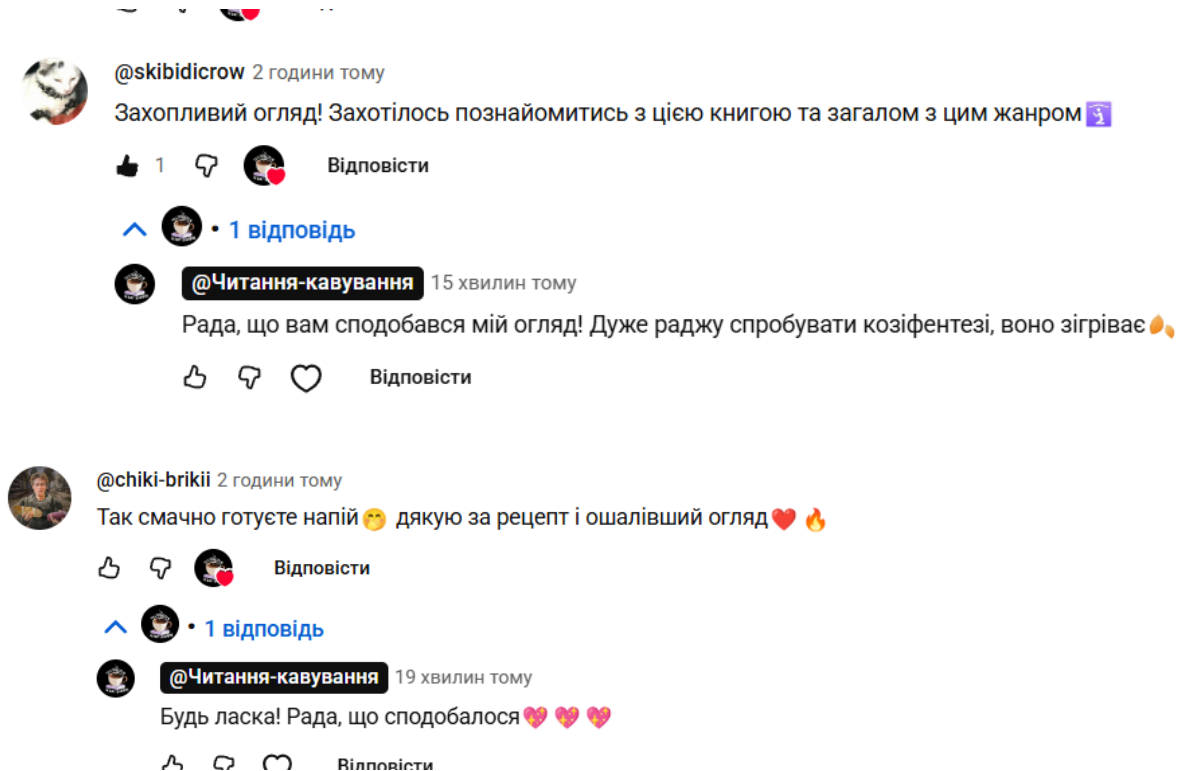
Просування за допомогою соціальної мережі «Тік-ток»



Додаток Т. Просування за допомогою соціальної мережі «Рорк»



Додаток У. Деякі коментарі та взаємодія з аудиторією



- Л

@ЛикаВолошаненко 1 день тому
Не читала, але зацікавилася. Обов'язково прочитаю, до того ж фентезі - один із моїх улюблених жанрів. Дякую за цей огляд і чекаю на нові! 😊❤️
І смачної ☕️🍰

Відповісти

• 1 відповідь

@Читання-кавування 14 хвилин тому
Рада, що вам сподобався мій огляд! Сценарій для наступного відео вже готовий, скоро будуть зйомки 🙌

Відповісти

@dashafedchenko 1 день тому
Обожнюю цю книжку, другу частину теж! І на третю чекаю ❤️

Відповісти

• 1 відповідь

@Читання-кавування 1 день тому
Так, дуже затишна серія)

Відповісти

@ТетянаОлішинська 1 день тому
Цікаво. Захотіла прочитати книжку. Дякую.

Відповісти

• 1 відповідь

@Читання-кавування 13 хвилин тому
Рада, що вам сподобався мій огляд 💕

Додаток Ф.

Активність на відео «Огляд на "Легенди та лате"| Пряне какао» станом на 6.12.2025

Огляд на "Легенди та лате"| Пряне какао

Читання-кавування

Підписалося 68 користувачів

Аналітика

Редагувати відео

43

Поділитися

366 переглядів 3 тижні тому #книжковийблог #буктюб #booktok

Вітаю. У цьому відео я оглядаю «Легенди та лате» без спойлерів та готую пряне какао.

...більше

31 коментар  Порядок сортування

54

