

# КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра міжнародної журналістики

## КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему:

“Створення документального ютуб-проєкту «Професійна студійна українська анімація: адаптація контенту для закордонної аудиторії»”

Здобувачки IV курсу  
групи МЖб-2-22-4.0д  
ступеня вищої освіти «бакалавр»  
галузі знань 06 Журналістика  
спеціальності 061 Журналістика  
освітньої програми 061.00.05 Міжнародна  
журналістика  
**Музири Аліни Андріївни**

Використання чужих ідей, результатів  
і текстів мають посилання на  
відповідне джерело

Науковий керівник:  
**Терещук Віталій Іванович**  
доктор політичних наук, доцент

\_\_\_\_\_

(підпис студента)

\_\_\_\_\_

(ініціали, прізвище)

Кількість балів: \_\_\_\_\_ Оцінка: ECTS \_\_\_\_\_

Допускаю до захисту перед ЕК

Голова комісії

\_\_\_\_\_ В.І. Терещук  
завідувач кафедри  
міжнародної журналістики

\_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_

(ініціали, прізвище)

Члени комісії

\_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_

(ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_

(ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_

(ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_

(ініціали, прізвище)

м. Київ — 2026 рік

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ДОКУМЕНТАЛЬНИХ ЮТУБ-ПРОЄКТІВ ТА ЇХ ІНТЕГРАЦІЯ У МІЖНАРОДНИЙ МЕДІАПРОСТІР	5
РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКАЦІЯ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ЮТУБ-ПРОЄКТУ «ПРОФЕСІЙНА СТУДІЙНА АНІМАЦІЯ В УКРАЇНІ: ІНТЕГРАЦІЯ У МІЖНАРОДНИЙ КІНОРИНОК ТА АДАПТАЦІЯ КОНТЕНТУ ДЛЯ ЗАКОРДОННОЇ АУДИТОРІЇ» .....	10
2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту.....	10
2.2. Структура та драматургія відеопроєкту.....	12
2.3. Жанрова палітра проєкту .....	15
2.4. Візуальне рішення та особливості монтажу.....	17
2.5. Авторська концепція та ідейне наповнення .....	19
2.6. Цільова аудиторія та особливості адаптації контенту для міжнародного глядача.....	22
РОЗДІЛ 3. ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕДІАПРОЄКТУ .....	25
ВИСНОВКИ.....	28
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	30
ДОКУМЕНТАЦІЯ.....	32
АНОТАЦІЯ .....	49
ANNOTATION.....	50

## ВСТУП

У сучасних умовах розвитку цифрових медіа та глобалізації інформаційного простору особливого значення набуває створення якісного аудіовізуального контенту, здатного конкурувати на міжнародному рівні. Платформи відеохостингу, зокрема YouTube, стали важливим інструментом поширення журналістського контенту, що дозволяє не лише інформувати, але й формувати імідж країни у світовому медіапросторі.

Однією з перспективних галузей, яка активно розвивається в Україні, є анімаційна індустрія. Українські студії поступово інтегруються у міжнародний кіноринок, беруть участь у копродукційних проєктах, співпрацюють із закордонними партнерами та адаптують свій контент до вимог глобальної аудиторії. Водночас питання висвітлення цих процесів у форматі доступного, популярного та водночас аналітичного медіапродукту залишається недостатньо дослідженим.

**Актуальність** теми зумовлена необхідністю поєднання теоретичних засад міжнародної журналістики з практикою створення сучасного медіапроєкту, який би демонстрував особливості розвитку української анімації, її інтеграцію у світовий ринок та механізми адаптації контенту для іноземної аудиторії. Створення документального YouTube-проєкту як форми журналістського продукту дозволяє ефективно поєднати інформаційність, аналітичність і візуальну привабливість.

**Метою** кваліфікаційної роботи є розробка та реалізація документального YouTube-проєкту на тему професійної студійної анімації в Україні, а також теоретичне обґрунтування його концепції в контексті інтеграції у міжнародний кіноринок і адаптації контенту для закордонної аудиторії.

Для досягнення поставленої мети визначено такі **завдання**:

- здійснити аналіз теоретичних підходів до створення документального аудіовізуального контенту в умовах цифрових медіа;
- дослідити особливості розвитку анімаційної індустрії в Україні та її місце у міжнародному медіапросторі;

- охарактеризувати принципи адаптації медіаконтенту для закордонної аудиторії;
- обґрунтувати концепцію документального YouTube-проєкту;
- описати структуру, жанрові особливості та візуальне рішення створеного медіапродукту;
- проаналізувати технічні та організаційні аспекти реалізації проєкту.

**Об'єктом дослідження** є документальні медіапроєкти в цифровому середовищі.

**Предметом дослідження** є особливості створення документального YouTube-проєкту про українську анімацію, зокрема його концепція, структура, жанрова специфіка та адаптація для міжнародної аудиторії.

У роботі використано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів, зокрема: аналіз і синтез — для опрацювання наукових джерел; порівняння — для дослідження аналогічних медіапроєктів; інтерв'ю — для збору експертних думок представників анімаційної індустрії; узагальнення — для формулювання висновків; контент-аналіз — для оцінки структури та змісту відеоматеріалу.

**Структура роботи.** Кваліфікаційна бакалаврська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, документації, додатків, а також анотації українською та англійською мовами. У першому розділі розглянуто теоретичні засади створення документальних ютуб-проєктів та їх функціонування в міжнародному медіапросторі. У другому розділі проаналізовано специфіку створеного документального проєкту, його структуру, жанрові особливості, візуальне оформлення та орієнтацію на аудиторію. Третій розділ присвячено технічним і програмним засобам реалізації медіапроєкту.

## РОЗДІЛ 1.

# ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ДОКУМЕНТАЛЬНИХ ЮТУБ-ПРОЄКТІВ ТА ЇХ ІНТЕГРАЦІЯ У МІЖНАРОДНИЙ МЕДІАПРОСТІР

Сучасний етап розвитку інформаційного суспільства характеризується активною трансформацією медіапростору, що зумовлена стрімким розвитком цифрових технологій, інтернет-комунікацій та нових платформ поширення контенту. У цих умовах традиційні форми журналістики зазнають змін, поступово інтегруючись у цифрове середовище, де провідну роль відіграють мультимедійність, інтерактивність та доступність інформації. Масова комунікація як соціальне явище розглядається як процес передачі інформації широким аудиторіям за допомогою технічних засобів, що забезпечують одночасний вплив на значну кількість реципієнтів [5].

Розвиток нових медіа сприяв появі нових форматів журналістського контенту, серед яких особливе місце займають аудіовізуальні продукти, зокрема документальні відео. Як зазначає Л. М. Городенко, сучасні медіа дедалі більше переходять від класичної журналістики до ширшого поняття комунікації, що передбачає активну взаємодію з аудиторією та використання новітніх технологій [2]. Це означає, що створення документального контенту сьогодні передбачає не лише інформування, але й формування досвіду сприйняття, емоційного залучення та інтерпретації реальності.

Документалістика як окремий напрям аудіовізуального мистецтва та журналістики відіграє важливу роль у відображенні соціальних, культурних та політичних процесів. Вона базується на принципах достовірності, фактичності та аналітичності, що забезпечує її значущість у сучасному медіапросторі. За визначенням дослідників, документальний контент спрямований на фіксацію реальних подій і явищ із подальшою інтерпретацією їхнього значення для суспільства [10].

У цифрову епоху документалістика трансформується, адаптуючись до нових платформ, зокрема відеохостингів. Інтернет-журналістика як окремий

напрям медіадіяльності передбачає використання онлайн-середовища для створення, поширення та споживання контенту [6]. Особливістю такого середовища є відсутність жорстких обмежень щодо формату, тривалості та стилістики матеріалів, що відкриває нові можливості для документальних проєктів.

Однією з ключових платформ для поширення відеоконтенту є YouTube, який функціонує як глобальний медіаресурс із багатомільйонною аудиторією. Соціальна мережа YouTube розглядається не лише як канал розповсюдження відео, але й як повноцінне середовище для створення журналістських продуктів, що мають власну жанрову специфіку та принципи організації [12]. Важливою особливістю YouTube є його алгоритмічна система рекомендацій, яка визначає видимість контенту та впливає на його популярність серед аудиторії.

У контексті документальних проєктів YouTube виступає як платформа, що поєднує елементи журналістики, кіно та цифрового сторітелінгу. Це дозволяє авторам створювати матеріали, які одночасно відповідають журналістським стандартам і мають високий рівень візуальної привабливості. Візуальна комунікація в цьому випадку набуває особливого значення, оскільки саме через зображення, монтаж і композицію формується основне повідомлення [1].

Слід зазначити, що сучасний медіапростір характеризується високим рівнем конкуренції, що зумовлює необхідність створення якісного та унікального контенту. У цьому контексті документальні ютуб-проєкти повинні відповідати не лише журналістським стандартам, але й вимогам цифрового середовища, серед яких: динамічність, доступність, адаптивність та орієнтація на аудиторію.

Особливу роль у створенні таких проєктів відіграє розуміння цільової аудиторії. Сучасні дослідники медіапростору наголошують на важливості аналізу потреб, інтересів та поведінкових характеристик користувачів, що дозволяє ефективно адаптувати контент до їхніх очікувань [9]. Це особливо актуально в умовах глобалізації, коли медіапродукти виходять за межі національного інформаційного простору.

Глобалізаційні процеси суттєво впливають на розвиток медіа, формуючи єдиний інформаційний простір, у якому відбувається активний обмін контентом між різними країнами. Міжнародна журналістика у цьому контексті розглядається як діяльність, спрямована на висвітлення подій та процесів, що мають глобальне значення [3]. Це означає, що створення документальних проєктів повинно враховувати не лише локальний, але й міжнародний контекст.

Інтеграція медіапродуктів у міжнародний простір передбачає адаптацію контенту до культурних, мовних та соціальних особливостей різних аудиторій. Це включає використання універсальних тем, зрозумілої структури подачі матеріалу, а також застосування елементів, які сприяють кращому сприйняттю інформації іноземними глядачами. Як зазначають дослідники, ефективна комунікація у глобальному середовищі потребує врахування міжкультурних відмінностей та специфіки сприйняття інформації [8].

Важливим аспектом є також розвиток українського медіапростору, який у сучасних умовах перебуває на етапі активної трансформації. Українські медіа дедалі більше орієнтуються на міжнародні стандарти та практики, що сприяє їхній інтеграції у світовий інформаційний простір [9]. У цьому контексті особливого значення набуває створення контенту, який здатен репрезентувати Україну на міжнародному рівні.

Анімаційна індустрія є одним із перспективних напрямів розвитку креативної економіки України. Вона поєднує елементи мистецтва, технологій та бізнесу, що робить її важливим складником сучасного медіапростору. Водночас інформаційне висвітлення цієї галузі залишається недостатньо розвиненим, що створює потребу у створенні спеціалізованих медіапроєктів.

Документальні ютуб-проєкти можуть виконувати функцію популяризації анімаційної індустрії, демонструючи її особливості, досягнення та перспективи розвитку. Вони дозволяють поєднати інформаційний та візуальний компоненти, що забезпечує більш ефективне сприйняття матеріалу аудиторією.

З огляду на це доцільно узагальнити основні характеристики документальних ютуб-проєктів.

Таблиця 1.1.

## Характеристика документальних ютуб-проектів

Критерій	Характеристика
Формат	Документальні ютуб-проекти реалізуються у форматі аудіовізуального цифрового контенту, що поєднує відеоряд, звук, графічні елементи та текстові вставки. Такий формат дозволяє передавати інформацію комплексно, використовуючи як вербальні, так і невербальні засоби комунікації [1].
Основна функція	Основною функцією є інформування аудиторії про реальні події, явища або процеси, а також їх інтерпретація через авторське бачення. Документальний контент не лише фіксує факти, але й пояснює їх значення у соціальному та культурному контексті [10].
Платформа	Поширення відбувається через онлайн-платформи, передусім відеохостинги, що забезпечують швидкий доступ до контенту, глобальне охоплення аудиторії та інтерактивну взаємодію з користувачами (коментарі, лайки, поширення) [12].
Аудиторія	Аудиторія є масовою та глобальною, охоплює різні вікові, соціальні та культурні групи. Це вимагає універсальності подачі інформації, зрозумілості та адаптивності контенту до різних рівнів підготовки глядачів [8].
Жанрові особливості	Документальні ютуб-проекти поєднують елементи різних журналістських жанрів: інтерв'ю, репортаж, аналітичний матеріал, пояснювальну журналістику. Це забезпечує гнучкість структури та можливість комплексного розкриття теми.
Особливості подачі	Контент характеризується високим рівнем візуальності, динамічністю та доступністю. Важливими є темп монтажу, логічна структура, використання зрозумілих наративів та емоційне залучення аудиторії [1].
Інструменти впливу	До основних інструментів належать відеомонтаж, звукове оформлення, візуальні ефекти, графіка та сторітелінг. Саме їх поєднання дозволяє формувати цілісне сприйняття інформації та впливати на емоційний стан глядача.
Рівень інтерактивності	Високий рівень взаємодії з аудиторією забезпечується через можливість коментування, оцінювання контенту, підписки та участі у дискусіях, що є характерною рисою нових медіа [2].
Алгоритмічне просування	Видимість контенту значною мірою залежить від алгоритмів платформи, які враховують перегляди, утримання аудиторії, активність користувачів. Це впливає на стратегію створення та структуру відео [12].
Адаптивність контенту	Документальні проекти повинні адаптуватися до різних аудиторій шляхом використання субтитрів, універсальної мови подачі, культурно нейтральних або зрозумілих контекстів, що особливо важливо в міжнародному середовищі [8].

Аналіз представлених характеристик дозволяє зробити висновок про комплексний характер документальних ютуб-проектів, які поєднують у собі різні елементи медіакомунікації. Важливою складовою таких проектів є візуальна комунікація, яка забезпечує ефективне передавання інформації через образи. Як

зазначає О. Антіпова, візуальна комунікація є невід’ємним атрибутом цифрової культури, що визначає спосіб сприйняття інформації сучасною аудиторією [1]. Це означає, що якість зображення, композиція кадру та монтаж відіграють ключову роль у створенні документального контенту. Крім того, слід враховувати технічні аспекти створення відеоконтенту, зокрема використання сучасного обладнання та програмного забезпечення. Це дозволяє забезпечити високий рівень якості продукту, що є важливим фактором його конкурентоспроможності.

Таким чином, теоретичні засади створення документальних ютуб-проектів ґрунтуються на поєднанні принципів журналістики, аудіовізуального мистецтва та цифрових технологій. Їхня інтеграція у міжнародний медіапростір передбачає врахування глобальних тенденцій розвитку медіа, адаптацію контенту до різних аудиторій та використання сучасних інструментів комунікації.

## РОЗДІЛ 2.

# СПЕЦИФІКАЦІЯ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ЮТУБ-ПРОЄКТУ «ПРОФЕСІЙНА СТУДІЙНА АНІМАЦІЯ В УКРАЇНІ: ІНТЕГРАЦІЯ У МІЖНАРОДНИЙ КІНОРИНОК ТА АДАПТАЦІЯ КОНТЕНТУ ДЛЯ ЗАКОРДОННОЇ АУДИТОРІЇ»

### 2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту

Сучасний медіапростір характеризується стрімким розвитком цифрових платформ, що створюють нові можливості для поширення аудіовізуального контенту. В умовах глобалізації інформаційних процесів особливої актуальності набуває створення медіапроєктів, які здатні не лише інформувати, але й представляти національний культурний продукт у міжнародному контексті. У цьому аспекті документальні ютуб-проєкти виступають ефективним інструментом популяризації окремих галузей, зокрема креативних індустрій.

Актуальність створення документального ютуб-проєкту «Покадрово» на тему професійної студійної анімації в Україні зумовлена кількома ключовими чинниками. По-перше, українська анімаційна індустрія демонструє окремі успішні кейси міжнародного рівня, однак загалом функціонує в умовах структурних викликів: нестачі системної підтримки, кадрового дефіциту та нерегулярного виробництва контенту. Водночас рівень її медійної представленості залишається недостатнім, особливо у форматі доступного аудіовізуального контенту, орієнтованого на широку аудиторію. Це створює інформаційний вакуум, який потребує заповнення через створення якісних журналістських продуктів.

По-друге, розвиток нових медіа значно змінив підходи до споживання інформації. Аудиторія дедалі частіше віддає перевагу відеоконтенту, що поєднує інформативність та візуальну привабливість. Як зазначають дослідники, сучасні медіа переходять від традиційних форм журналістики до інтерактивних форматів комунікації, що передбачають активну участь аудиторії у процесі сприйняття

інформації [2]. У цьому контексті платформа «Ютуб» виступає як один із ключових каналів поширення документального контенту.

Вибір формату документального відео для реалізації проєкту зумовлений його здатністю поєднувати фактичність, аналітичність і візуальність. Документалістика дозволяє не лише відобразити реальні процеси, але й інтерпретувати їх, формуючи цілісне уявлення про досліджуване явище [10]. У випадку даного проєкту це дає змогу проаналізувати специфіку функціонування анімаційної індустрії в Україні через експертні інтерв'ю, кейс-аналіз окремих проєктів та використання додаткових авторських матеріалів, а також окреслити перспективи розвитку у міжнародному середовищі.

Важливим аспектом є також орієнтація проєкту на міжнародну аудиторію. У сучасному глобалізованому медіапросторі контент дедалі частіше створюється з урахуванням можливості його сприйняття представниками різних культур. Це передбачає необхідність адаптації матеріалу до мовних, культурних та комунікативних особливостей іноземних глядачів. Як підкреслюється у наукових дослідженнях, ефективна комунікація у міжнародному середовищі потребує використання універсальних наративів та зрозумілих форм подачі інформації [8].

У цьому контексті обраний медіапроєкт спрямований не лише на інформування української аудиторії, але й на формування позитивного іміджу української анімації за кордоном. Це відповідає сучасним тенденціям розвитку міжнародної журналістики, яка орієнтується на висвітлення національних процесів у глобальному контексті [3].

Аналіз сучасного медіапростору свідчить про наявність окремих відеоматеріалів, присвячених темі анімації, однак більшість із них має фрагментарний характер або зосереджується на розважальному аспекті. Водночас комплексні документальні проєкти, що поєднують експертні інтерв'ю, аналітичний підхід і візуальне представлення індустрії, залишаються недостатньо представленими. Це підкреслює необхідність створення оригінального медіапродукту, який би заповнив цю нішу.

Окрему увагу слід приділити використанню інтерв'ю як одного з основних методів збору інформації у межах проєкту. Інтерв'ю з представниками анімаційної індустрії дозволяють отримати достовірні дані про її функціонування, а також забезпечують автентичність і глибину матеріалу. Такий підхід відповідає принципам журналістики, що передбачають використання перевірених джерел інформації та пряму комунікацію з експертами.

Крім того, важливим є використання візуальних засобів комунікації, які відіграють ключову роль у сучасних медіа. Візуальна складова дозволяє не лише ілюструвати інформацію, але й формувати емоційне сприйняття матеріалу аудиторією. Як зазначає О. Антіпова, візуальна комунікація є важливим елементом цифрової культури, що визначає ефективність передачі інформації [1].

Таким чином, обґрунтування інформаційного проєкту базується на поєднанні кількох ключових аспектів: актуальності теми, потреби у якісному медійному висвітленні анімаційної індустрії, можливостей цифрових платформ, а також орієнтації на міжнародну аудиторію. Створення документального ютуб-проєкту дозволяє реалізувати комплексний підхід до подачі інформації, що поєднує журналістські стандарти, аналітичність та сучасні мультимедійні інструменти.

Реалізація такого проєкту сприяє не лише популяризації української анімації, але й сприяє ширшому розумінню потенціалу української анімації як складника культурної дипломатії та міжнародних комунікацій, що є важливим елементом культурної дипломатії та розвитку міжнародних комунікацій.

## **2.2. Структура та драматургія відеопроєкту**

Створення документального ютуб-проєкту передбачає не лише збирання фактичного матеріалу, але й його структуровану організацію відповідно до законів драматургії. Саме структурна цілісність відеоматеріалу визначає логіку сприйняття інформації глядачем, рівень його залученості та ефективність комунікації загалом. У цифровому середовищі, де увага аудиторії є обмеженим

ресурсом, чітка драматургічна побудова відео виступає ключовим фактором успішності проєкту.

Документальний відеопроєкт «Професійна студійна анімація в Україні: інтеграція у міжнародний кіноринок та адаптація контенту для закордонної аудиторії» побудований за принципом логічно послідовного розгортання теми — від загального уявлення про явище до його глибшого аналізу через експертні коментарі та конкретні приклади. Такий підхід відповідає сучасним тенденціям створення аудіовізуального контенту, де важливу роль відіграє поєднання інформаційності та наративної цілісності [6].

Драматургія відеопроєкту базується на класичній тричастинній структурі, що включає вступну частину, основний змістовий блок та завершення. Вступ виконує функцію залучення уваги глядача та окреслення теми. У ньому формулюється проблематика, яка надалі розкривається у відео, а також задається загальний тон оповіді. В умовах YouTube це особливо важливо, оскільки перші секунди відео визначають, чи продовжить користувач перегляд [12].

Основна частина відеопроєкту є найбільш змістовно насиченою та складається з кількох логічних блоків, які послідовно розкривають тему. У межах цих блоків використовуються інтерв'ю з представниками анімаційної індустрії, що дозволяє представити різні точки зору та забезпечити глибину аналізу. Інтерв'ю є ключовим структурним елементом проєкту, оскільки дозволяє представити фаховий аналіз сучасного стану індустрії через безпосередній досвід її учасників

Важливим елементом структури є чергування студійних і дистанційних інтерв'ю з ілюстративним відеорядом, що включає фрагменти анімаційних робіт, архівні матеріали, авторські візуальні вставки, додаткові матеріали, надані творцями проєктів, а також окремі виїзні зйомки, зокрема під час роботи над кейсом «Нашої файти». Таке поєднання забезпечує цілісність сприйняття та підсилює аналітичну складову відео.

Окрему роль у драматургії відео відіграє монтаж, який забезпечує логічну послідовність подачі матеріалу та формує ритм відео. Монтажні рішення

визначають темпоритм оповіді, акцентують увагу на ключових моментах та сприяють емоційному залученню глядача. У даному проєкті монтаж використовується як інструмент поєднання різних типів матеріалу — інтерв'ю, закадрового тексту, відеофрагментів — у єдину цілісну структуру.

Завершальна частина відеопроєкту виконує функцію узагальнення та підведення підсумків. У ній акцентується увага на ключових висновках, що випливають із представленого матеріалу, а також окреслюються перспективи розвитку української анімаційної індустрії у міжнародному контексті. Завершення також має важливе значення з точки зору формування загального враження від відео та закріплення основного меседжу.

Структурна організація проєкту також враховує особливості сприйняття контенту на платформі «Ютуб». Зокрема, структура матеріалу передбачає помірну зміну планів, логічне тематичне сегментування та монтажні переходи, що забезпечують комфортне сприйняття складного аналітичного матеріалу в цифровому середовищі. Це відповідає сучасним підходам до створення онлайн-контенту, де важливу роль відіграє зручність сприйняття та чіткість подачі інформації [2].

Таким чином, структура та драматургія відеопроєкту базуються на поєднанні класичних принципів документалістики та сучасних вимог цифрових медіа. Використання логічної послідовності викладу, поєднання різних жанрових елементів, а також увага до візуальної складової забезпечують цілісність та ефективність сприйняття матеріалу.

Застосована драматургічна модель дозволяє не лише послідовно розкрити тему, але й створити цілісний наратив, який утримує увагу глядача та сприяє глибшому розумінню представленого матеріалу. Це, у свою чергу, підвищує комунікативну ефективність проєкту та його потенціал для інтеграції у міжнародний медіапростір.

### 2.3. Жанрова палітра проєкту

Жанрова структура документального ютуб-проєкту є одним із ключових елементів, що визначає спосіб подачі матеріалу, характер взаємодії з аудиторією та рівень розкриття теми. У сучасних умовах розвитку цифрових медіа спостерігається тенденція до поєднання різних журналістських жанрів у межах одного медіапродукту, що забезпечує його гнучкість, динамічність і багатовимірність. Такий підхід є характерним для аудіовізуального контенту, зокрема документальних відеопроектів, які поєднують інформаційні, аналітичні та художні елементи [2].

Жанрова палітра проєкту «Професійна студійна анімація в Україні: інтеграція у міжнародний кіноринок та адаптація контенту для закордонної аудиторії» формується на основі поєднання кількох базових жанрів, кожен із яких виконує окрему функцію у структурі відео. Основою проєкту є документальний жанр, який передбачає відображення реальних подій, процесів і явищ із використанням достовірних фактів та перевірених джерел інформації. Документалістика у цьому випадку виступає як інструмент глибокого аналізу анімаційної індустрії, що дозволяє не лише представити інформацію, але й інтерпретувати її значення у ширшому соціокультурному контексті [10].

Важливим складником жанрової структури є інтерв'ю, яке виступає одним із провідних елементів відеопроектів. Саме документально-аналітичне інтерв'ю є провідною жанровою формою проєкту «Покадрово», оскільки через нього здійснюється розкриття ключових проблем індустрії та представлення професійної експертної оцінки сучасного стану української анімації. Інтерв'ю забезпечує можливість отримання безпосередньої інформації від представників анімаційної індустрії, що підвищує рівень достовірності та авторитетності матеріалу. Крім того, використання інтерв'ю дозволяє включити до відео різні точки зору, що сприяє більш комплексному висвітленню теми. У сучасній журналістиці інтерв'ю розглядається не лише як спосіб передачі інформації, але й як засіб створення діалогу між автором і аудиторією [6].

Допоміжним жанровим компонентом проєкту є окремі елементи репортажної подачі, представлені виїзними зйомками, зокрема під час роботи над кейсом «Нашої файти», а також використанням додаткових авторських матеріалів, що ілюструють специфіку виробничих процесів. Водночас репортажна складова не є домінантною, оскільки значна частина комунікації з експертами здійснювалася у дистанційному або студійному форматі.

У проєкті також використовуються елементи аналітичного жанру, що проявляється у структурованому викладі матеріалу, узагальненні отриманої інформації та формулюванні висновків. Аналітична складова дозволяє не лише представити факти, але й пояснити їх причинно-наслідкові зв'язки, що є важливим для глибшого розуміння теми. Такий підхід відповідає вимогам сучасної журналістики, яка орієнтується на інтерпретацію інформації, а не лише на її передачу [5].

Окрему роль у жанровій структурі відіграють елементи пояснювальної журналістики, що передбачають доступне пояснення складних процесів та явищ. У контексті даного проєкту це особливо актуально, оскільки анімаційна індустрія має специфічні особливості, які можуть бути незрозумілими для широкої аудиторії. Використання пояснювальних елементів дозволяє зробити контент більш доступним і зрозумілим для глядачів із різним рівнем обізнаності.

Важливою характеристикою жанрової палітри є її адаптивність до формату YouTube. На відміну від традиційних медіа, цифрові платформи дозволяють вільно комбінувати різні жанрові форми, створюючи гібридні формати. Це відкриває можливість для експериментів із подачею матеріалу та використання різних стилістичних рішень. Як зазначають дослідники, сучасна інтернет-журналістика характеризується розмиттям жанрових меж і появою нових форм медіаконтенту [6].

Крім того, жанрова палітра проєкту враховує особливості сприйняття інформації сучасною аудиторією, яка віддає перевагу динамічному та візуально насиченому контенту. Поєднання різних жанрів дозволяє уникнути

монотонності, підтримувати інтерес глядача та забезпечувати більш ефективно донесення інформації.

Таким чином, жанрова палітра документального ютуб-проєкту є комплексною та багаторівневою. Вона включає елементи документалістики, інтерв'ю, репортажу, аналітичної та пояснювальної журналістики, що дозволяє забезпечити всебічне висвітлення теми. Поєднання цих жанрів сприяє створенню цілісного медіапродукту, який відповідає сучасним вимогам цифрового середовища та забезпечує ефективну комунікацію з аудиторією.

#### **2.4. Візуальне рішення та особливості монтажу**

Візуальне рішення документального ютуб-проєкту є ключовим елементом, що визначає спосіб подачі матеріалу, характер сприйняття інформації та рівень залученості аудиторії. У сучасному цифровому середовищі саме візуальна складова виступає основним каналом комунікації з глядачем, оскільки поєднує інформативність, емоційний вплив і наративну виразність. Як зазначається у наукових дослідженнях, візуальна комунікація є визначальним атрибутом цифрової культури та відіграє вирішальну роль у формуванні медіаповідомлення [1].

Візуальна концепція проєкту «Професійна студійна анімація в Україні: інтеграція у міжнародний кіноринок та адаптація контенту для закордонної аудиторії» базується на поєднанні реалістичного документального стилю та елементів сучасного цифрового відеопродакшну. Такий підхід дозволяє зберегти достовірність поданого матеріалу, водночас забезпечуючи його візуальну привабливість і відповідність очікуванням сучасної аудиторії.

Основу відеоряду становлять інтерв'ю з представниками анімаційної індустрії, які зняті у природному середовищі їхньої професійної діяльності. Використання реальних робочих локацій — студій, офісів, виробничих просторів — сприяє створенню ефекту автентичності та дозволяє глядачеві краще зрозуміти специфіку галузі. Такий підхід відповідає принципам

документалістики, що передбачають максимальне наближення до реальності та відмову від штучної постановочності [10].

Важливим елементом візуального рішення є композиція кадру, яка визначає спосіб організації візуальної інформації. У проєкті застосовуються класичні принципи побудови кадру, зокрема правило третин, баланс об'єктів і глибина простору. Це забезпечує зручність сприйняття зображення та акцентує увагу глядача на ключових елементах. Крім того, використовується різноманітність планів — загальні, середні та крупні — що дозволяє урізноманітнити відеоряд і зробити його більш динамічним.

Окрему роль відіграє колірна гама, яка впливає на емоційне сприйняття матеріалу. У межах проєкту використовується природна кольорова палітра, що відповідає документальному стилю та підкреслює реалістичність зображення. Водночас кольорокорекція дозволяє вирівняти візуальні параметри різних кадрів і забезпечити їхню стилістичну єдність.

Значне місце у візуальному рішенні займає використання ілюстративного матеріалу, зокрема фрагментів анімаційних робіт, процесів їх створення, а також робочих моментів із діяльності студій. Такі вставки виконують функцію візуалізації інформації, що підсилює розуміння теми та робить контент більш наочним. Поєднання інтерв'ю з ілюстративним відеорядом відповідає сучасним принципам аудіовізуальної журналістики, де візуальний компонент є невід'ємною частиною змісту [1].

Не менш важливим елементом є графічне оформлення, яке включає титри, підписи до спікерів, а також можливі інфографічні елементи. Графіка використовується для структурування інформації, виділення ключових тез і полегшення сприйняття матеріалу. При цьому важливо дотримуватися принципу лаконічності, щоб графічні елементи не перевантажували відео та не відволікали від основного змісту.

Особливості монтажу відеопроекту визначають його темпоритм, логіку викладу матеріалу та загальне враження від перегляду. Монтаж у даному випадку виконує функцію об'єднання різних елементів відео — інтерв'ю,

закадрового тексту, ілюстративних кадрів — у єдину цілісну структуру. Як зазначається у дослідженнях інтернет-журналістики, монтаж є одним із ключових інструментів створення мультимедійного контенту [6].

У проєкті використовується монтаж, орієнтований на динамічну зміну кадрів, що відповідає особливостям сприйняття контенту на платформі «Ютуб». Частота зміни планів дозволяє підтримувати увагу глядача, а логічна послідовність кадрів забезпечує зрозумілість викладу матеріалу. Монтажні переходи виконуються переважно у простому стилі, без надмірних ефектів, що відповідає документальному характеру проєкту.

Важливим аспектом є синхронізація відеоряду із звуковим супроводом. Звуковий компонент включає мову спікерів, закадровий текст, а також фонову музику. Монтаж звуку забезпечує чіткість сприйняття інформації, а також створює відповідну атмосферу. Використання музичного супроводу має допоміжний характер і спрямоване на підсилення емоційного впливу, не відволікаючи від основного змісту.

Крім того, монтаж враховує принципи сторітелінгу, що передбачають послідовне розгортання теми та логічне поєднання окремих елементів у єдину історію. Це дозволяє зробити відео більш цілісним і зрозумілим для аудиторії. Такий підхід відповідає сучасним тенденціям розвитку медіаконтенту, де важливу роль відіграє наративна структура [2].

Таким чином, візуальне рішення та монтаж документального ютуб-проєкту є взаємопов'язаними складовими, що забезпечують ефективну подачу інформації та формування цілісного медіапродукту. Поєднання документальної достовірності, візуальної виразності та продуманого монтажу дозволяє створити контент, який відповідає вимогам сучасного медіапростору та забезпечує ефективну комунікацію з аудиторією.

## **2.5. Авторська концепція та ідейне наповнення**

Авторська концепція документального ютуб-проєкту визначає його смислове ядро, логіку подачі матеріалу та загальну ідейну спрямованість. У

межах журналістського медіапродукту саме концепція формує цілісність змісту, забезпечує послідовність викладу та об'єднує окремі елементи відео в єдиний наратив. У сучасних умовах розвитку цифрових медіа особливого значення набуває не лише інформативність контенту, але й наявність чіткої авторської позиції, яка дозволяє інтерпретувати факти та надавати їм ширшого контексту [5].

Концептуально проєкт «Професійна студійна анімація в Україні: інтеграція у міжнародний кіноринок та адаптація контенту для закордонної аудиторії» спрямований на висвітлення анімаційної індустрії України як важливого елементу сучасного медіапростору та креативної економіки. Основною ідеєю є демонстрація того, що українська анімація є не лише локальним явищем, а повноцінним учасником міжнародного ринку, здатним конкурувати на глобальному рівні.

Ідейне наповнення проєкту базується на поєднанні інформаційної, аналітичної та просвітницької складових. З одного боку, відео надає фактичну інформацію про стан і розвиток анімаційної індустрії, з іншого — пропонує інтерпретацію цих процесів через коментарі експертів і авторське бачення. Такий підхід відповідає сучасним тенденціям журналістики, де важливу роль відіграє не лише передача фактів, але й їх осмислення [3].

Однією з ключових ідей проєкту є популяризація української анімації як складової культурного продукту, що має потенціал для міжнародного поширення. У цьому контексті медіапроєкт виконує функцію репрезентації національного контенту у глобальному інформаційному просторі. Це відповідає сучасним підходам до розвитку медіа, які передбачають інтеграцію локального контенту у світову систему комунікацій [8].

Важливим аспектом авторської концепції є акцент на людському факторі, зокрема на ролі фахівців, які працюють у сфері анімації. Через інтерв'ю з представниками індустрії розкривається не лише професійний, але й особистісний вимір їхньої діяльності. Це дозволяє створити більш глибокий і емоційно насичений наратив, який сприяє залученню аудиторії. Такий підхід

відповідає принципам сучасної документалістики, де значна увага приділяється індивідуальним історіям та досвіду учасників подій [10].

Ідейна структура проєкту також включає висвітлення процесів адаптації контенту до міжнародної аудиторії. Це передбачає демонстрацію того, як українські студії враховують особливості різних ринків, культурні відмінності та вимоги глобального медіапростору. Таким чином, проєкт не лише інформує про стан індустрії, але й показує механізми її інтеграції у світовий контекст.

Окрему увагу у концепції приділено використанню універсальних тем і зрозумілих наративів, що дозволяє зробити контент доступним для широкої аудиторії. Це особливо важливо в умовах міжнародної комунікації, де необхідно враховувати різний рівень обізнаності глядачів із темою. Використання пояснювальних елементів, логічної структури та чіткої аргументації сприяє кращому сприйняттю матеріалу [2].

Авторська концепція також передбачає поєднання раціонального та емоційного впливу. З одного боку, відео містить аналітичну інформацію, що базується на фактах і експертних оцінках, з іншого — використовує візуальні та наративні засоби для створення емоційного зв'язку з аудиторією. Такий баланс є важливим для ефективної комунікації, оскільки дозволяє не лише інформувати, але й зацікавлювати глядача.

Крім того, концепція проєкту враховує специфіку платформи «Ютуб», яка передбачає орієнтацію на широку аудиторію та використання доступних форм подачі інформації. Це зумовлює необхідність поєднання наукової обґрунтованості матеріалу з його популярною формою, що дозволяє зробити контент зрозумілим і цікавим для різних категорій глядачів [12].

Таким чином, авторська концепція документального ютуб-проєкту базується на ідеї комплексного висвітлення анімаційної індустрії України як динамічної та перспективної галузі, інтегрованої у міжнародний медіапростір. Ідейне наповнення проєкту спрямоване на поєднання інформативності, аналітичності та візуальної виразності, що забезпечує ефективне донесення матеріалу до аудиторії.

Реалізація такої концепції дозволяє створити медіапродукт, який не лише відповідає сучасним стандартам журналістики, але й сприяє формуванню позитивного іміджу української анімації на міжнародному рівні, підкреслюючи її значущість у глобальному культурному просторі.

## **2.6. Цільова аудиторія та особливості адаптації контенту для міжнародного глядача**

Визначення цільової аудиторії є одним із ключових етапів розробки будь-якого медіапроєкту, оскільки саме від розуміння її характеристик залежить ефективність комунікації, вибір формату подачі матеріалу та спосіб структурної організації контенту. У сучасних умовах розвитку цифрових медіа аудиторія набуває глобального характеру, що вимагає врахування не лише локальних, але й міжнародних особливостей сприйняття інформації.

Цільова аудиторія документального ютуб-проєкту «Професійна студійна анімація в Україні: інтеграція у міжнародний кіноринок та адаптація контенту для закордонної аудиторії» є багаторівневою та включає декілька груп. До основної аудиторії належать молоді люди віком приблизно від 18 до 35 років, які цікавляться сферою медіа, анімації, кіноіндустрії та цифрового контенту. Ця категорія характеризується активним використанням онлайн-платформ, зокрема відеохостингів, і високим рівнем споживання аудіовізуального контенту.

До вторинної аудиторії можна віднести студентів і фахівців у галузі журналістики, дизайну, анімації та креативних індустрій, для яких даний проєкт може мати пізнавальне та професійне значення. Крім того, проєкт може бути цікавим ширшому колу глядачів, які прагнуть отримати загальне уявлення про сучасний стан української анімації та її роль у міжнародному контексті.

Особливістю цільової аудиторії є її неоднорідність, що обумовлює необхідність використання універсальних підходів до подачі інформації. У цьому контексті важливим є баланс між науковістю та доступністю матеріалу, що дозволяє зробити контент зрозумілим як для фахівців, так і для широкої аудиторії. Як зазначається у дослідженнях медіапростору, ефективна

комунікація передбачає врахування різних рівнів підготовки аудиторії та адаптацію контенту відповідно до її потреб [9].

Окрему увагу у межах проєкту приділено міжнародній аудиторії, яка розглядається як перспективний сегмент споживачів контенту. У сучасному глобалізованому медіапросторі відеоконтент має потенціал для виходу за межі національного інформаційного поля, що створює нові можливості для популяризації українського культурного продукту. Водночас це вимагає врахування низки чинників, пов'язаних із адаптацією контенту до міжнародного глядача.

Адаптація контенту передбачає насамперед мовну доступність. Використання субтитрів або перекладу дозволяє зробити відео зрозумілим для глядачів із різних країн. При цьому важливо забезпечити точність перекладу та збереження змісту оригінального повідомлення. Мовна адаптація є одним із ключових елементів міжнародної комунікації, оскільки безпосередньо впливає на рівень розуміння інформації.

Крім мовного аспекту, важливим є врахування культурних особливостей аудиторії. Це включає використання універсальних тем, які є зрозумілими незалежно від культурного контексту, а також уникнення специфічних локальних референсів, що можуть бути незрозумілими для іноземного глядача. Як підкреслюється у наукових дослідженнях, міжкультурна комунікація вимагає врахування різниці у сприйнятті інформації та адаптації повідомлення до різних культурних кодів [8].

Важливим елементом адаптації є також структура подачі матеріалу. Для міжнародної аудиторії характерною є потреба у чіткій, логічно побудованій інформації, яка подається у зрозумілій і послідовній формі. Використання пояснювальних елементів, візуалізацій і прикладів сприяє кращому сприйняттю матеріалу та дозволяє зробити його доступним для глядачів із різним рівнем обізнаності.

Не менш важливим є врахування технічних аспектів споживання контенту. У цифровому середовищі користувачі часто переглядають відео на мобільних

пристроях, що впливає на спосіб подачі інформації. Це зумовлює необхідність створення контенту, який є зручним для перегляду на різних екранах, має чіткий звук і добре структурований відеоряд.

Крім того, адаптація контенту включає врахування особливостей алгоритмів платформи «Ютуб», які впливають на його поширення серед міжнародної аудиторії. Використання релевантних назв, описів, ключових слів і тегів дозволяє підвищити видимість відео та розширити його аудиторію [12]. Це є важливим аспектом просування медіапроєкту в глобальному інформаційному просторі.

Таким чином, цільова аудиторія проєкту є багатокomпонентною та включає як українських, так і іноземних глядачів, що зумовлює необхідність використання універсальних підходів до подачі інформації. Особливості адаптації контенту для міжнародного глядача передбачають врахування мовних, культурних, структурних і технічних чинників, що забезпечують ефективність комунікації у глобальному медіапросторі.

Застосування цих підходів дозволяє створити медіапродукт, який є доступним, зрозумілим і привабливим для широкої аудиторії, а також має потенціал для інтеграції у міжнародний інформаційний простір, сприяючи популяризації української анімації на світовому рівні.

## РОЗДІЛ 3.

### ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕДІАПРОЄКТУ

#### Технічне забезпечення зйомки

Для зйомки відеоматеріалів проєкту «Покадрово» використовувалася бездзеркальна камера Sony ZV-E10 II. Робочий формат для фінального монтажу було обрано Full HD (1920×1080) із частотою 30 кадрів на секунду — це стандарт YouTube, який забезпечує оптимальне співвідношення якості та розміру файлу.

Для стабілізації зображення під час статичних сцен і зйомки всіх інтерв'ю камера встановлювалася на штатив. Це забезпечило рівний, технічно чистий кадр і дало змогу на етапі монтажу зосередитися на змісті, а не на виправленні технічного браку.

Оскільки проєкт включав інтерв'ю з 13 респондентами, якість звуку була критично важливою. Для запису використовувалися два петличних мікрофони BOYA Mini 2 — окремо на інтерв'юері та на респонденті. Такий підхід дав змогу отримати два незалежні аудіоканали, що суттєво спростило подальшу роботу зі звуком: на монтажі можна було регулювати гучність кожного учасника розмови незалежно, прибрати небажані звуки з одного каналу, не торкаючись іншого.

#### Підготовка матеріалу та сценарна робота

До початку зйомок кожного інтерв'ю готувався детальний список питань, структурований відповідно до тематичних блоків дослідження: історія розвитку української анімації, специфіка виробничого процесу, механізми міжнародної адаптації контенту, проблеми галузі та перспективи її розвитку. Питання формулювалися з урахуванням фаху кожного респондента — окремо для режисерів, продюсерів, художників та технічних спеціалістів.

Після завершення зйомок усі інтерв'ю транскрибувалися на платформі «TurboScribe» — записи переводилися в текстовий формат, що дозволило проаналізувати зміст і відібрати найбільш змістовні фрагменти для включення у фінальне відео. На основі транскриптів формувалася монтажний сценарій: визначалася структура епізодів, послідовність подачі матеріалу, логіка переходів між темами та розподіл екранного часу між різними респондентами. Оскільки

проект документальний, сценарій мав гнучку структуру і коригувався в процесі монтажу — деякі фрагменти переставлялися місцями, щоб забезпечити логічну та драматургічну цілісність розповіді.

### **Монтаж і постпродакшн у Adobe Premiere Pro**

Увесь монтаж та постпродакшн виконувалися в Adobe Premiere Pro. Після імпорту матеріалів усі відеофайли та аудіозаписи були систематизовані за папками відповідно до респондентів і типу контенту, що суттєво прискорило подальшу роботу на часовій шкалі.

Першим етапом монтажу стала синхронізація відео та звуку: оскільки звук із петличних мікрофонів записувався окремо від відеоряду, кожен фрагмент потрібно було вручну або за допомогою автоматичної синхронізації сумістити з відповідним відеозаписом. Після синхронізації виконувалося чорнове складання — розміщення інтерв'ю на часовій шкалі у попередній послідовності, вирізання технічного браку, пауз і зайвих фрагментів.

Наступним кроком стало перекриття інтерв'ю відеорядом — так звані B-roll-матеріали. Це відеофрагменти без мовлення: загальні плани студій, робочі процеси аніматорів, деталі обладнання, архівні кадри. Перекриття виконує кілька функцій: воно ілюструє те, про що говорить респондент, приховує монтажні склейки всередині інтерв'ю та забезпечує візуальну різноманітність відео, не даючи глядачеві втомитися від статичного плану співрозмовника.

Окремою частиною роботи була обробка звуку: нормалізація гучності всіх аудіодоріжок до єдиного рівня, очищення від фонових шумів, плавне зведення між фрагментами. Фонова музика підбиралася з бібліотеки безкоштовних ліцензованих треків і накладалася на відео з урахуванням темпу і настрою кожного епізоду — у динамічних сценах гучність музики підвищувалася, під час розмов відходила на другий план.

Кольорокорекція виконувалася за допомогою вбудованого інструменту Lumetri Color і мала на меті передусім вирівнювання матеріалу, знятого в різних умовах освітлення: різні приміщення, різний час доби та різні локації — усе це

давало неоднорідну картинку, яку необхідно було привести до єдиного візуального стилю.

Графічні елементи — підписи спікерів із зазначенням імені та посади, назви тематичних розділів, вступна заставка та кінцеві титри — створювалися за допомогою інструменту Essential Graphics безпосередньо в Adobe Premiere Pro. Підписи спікерів оформлювалися в єдиному стилі та з'являлися на екрані в момент першої появи кожного респондента. Вступна заставка включала анімований логотип проєкту «Покадрово» та назву епізоду. Для кінцевих титрів використовувалася прокрутка з переліком усіх учасників зйомок та технічної команди.

Публікація основного відео відбувалася через YouTube Studio, де заповнювалися метадані: назва, опис із ключовими словами та хештегами, теги, категорія. Грамотно складений опис і теги безпосередньо впливають на видимість відео у пошуковій видачі YouTube та рекомендаціях платформи, тому цьому етапу приділялася окрема увага.

## ВИСНОВКИ

У процесі виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи було досягнуто поставленої мети — розроблено та теоретично обґрунтовано документальний ютуб-проект на тему професійної студійної анімації в Україні, а також проаналізовано особливості його реалізації в контексті інтеграції у міжнародний кіноринок і адаптації контенту для закордонної аудиторії.

Здійснено аналіз теоретичних підходів до створення документального аудіовізуального контенту в умовах цифрового медіасередовища. Встановлено, що сучасна документалістика трансформується під впливом нових медіа, набуваючи мультимедійного, інтерактивного та гібридного характеру. Платформи онлайн-відеохостингу відіграють важливу роль у поширенні документального контенту, забезпечуючи його доступність та глобальне охоплення аудиторії [2; 6].

Досліджено особливості розвитку анімаційної індустрії України та її місце у міжнародному медіапросторі. Визначено, що українська анімація поступово інтегрується у світовий ринок, що проявляється у розширенні співпраці з іноземними партнерами та участі у міжнародних проєктах. Водночас встановлено недостатній рівень її медійного висвітлення, що обумовлює необхідність створення спеціалізованих інформаційних продуктів.

Охарактеризовано принципи адаптації медіаконтенту для закордонної аудиторії. З'ясовано, що ефективна адаптація передбачає врахування мовних, культурних і комунікативних особливостей глядачів, використання універсальних наративів, а також застосування доступних форм подачі інформації. Важливу роль у цьому процесі відіграє візуальна комунікація, яка забезпечує зрозумілість і привабливість контенту [1; 8].

Обґрунтовано концепцію документального ютуб-проекту як медіапродукту, спрямованого на популяризацію української анімаційної індустрії. Визначено, що його ідейною основою є поєднання інформаційної, аналітичної та просвітницької складових, що дозволяє комплексно висвітлити тему та сформулювати позитивне уявлення про галузь у міжнародному контексті.

Описано структуру, жанрові особливості та візуальне рішення створеного медіапроєкту. Встановлено, що використання тричастинної драматургічної моделі, поєднання жанрів документалістики, інтерв'ю, репортажу та аналітичної журналістики, а також застосування сучасних візуальних і монтажних рішень забезпечують цілісність і динамічність відеоматеріалу [10].

Проаналізовано технічні та організаційні аспекти реалізації проєкту. Визначено, що використання сучасного відеообладнання, засобів звукозапису та програмного забезпечення для монтажу є необхідною умовою створення якісного аудіовізуального продукту. Дотримання технічних стандартів і вимог цифрових платформ сприяє ефективному поширенню контенту [4; 12].

Таким чином, результати проведеного дослідження підтверджують, що документальний ютуб-проєкт є ефективною формою журналістського продукту, здатною поєднувати аналітичний підхід, візуальну виразність і доступність подачі інформації. Його використання для висвітлення теми української анімації дозволяє не лише інформувати аудиторію, але й сприяти формуванню позитивного іміджу галузі у міжнародному медіапросторі.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання розробленого проєкту як інструменту популяризації української анімації, а також як прикладу створення документального контенту для цифрових платформ. Отримані результати можуть бути застосовані у подальшій журналістській діяльності, а також у дослідженнях, пов'язаних із розвитком аудіовізуальних медіа.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антіпова О. Візуальна комунікація як атрибут цифрової культури. *Вісник Київського Авіаційного Інституту. Серія: Філософія. Культурологія*. 2024. Т. 38, № 2. С. 66–70. DOI: 10.18372/2412-2157.2.18115
2. Городенко Л. М. Нові медіа: журналістика чи комунікація?. *Актуальні питання масової комунікації*. 2013. Вип. 14. С. 65–69.
3. Гресько О. В. Міжнародна журналістика в контексті глобальних суспільних трансформацій : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Київ, 2004. 18 с.
4. Гресько О. В. Суспільне мовлення України в контексті міжнародних медіакомунікацій. *Держава та регіони. Серія: соціальні комунікації*. 2016. № 3 (27). С. 92–95.
5. Іванов В. Ф. Визначення масової комунікації. *Актуальні питання масової комунікації*. 2008. Вип. 9. С. 39–50.
6. Інтернет-журналістика: сучасний стан : thesis / Х. М. Вінтонів та ін. 2015. URL: <http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/15288> (дата звернення: 07.05.2026).
7. Кирилкін О. Є. "INTERNET" - як on-line-платформа для журналістики. *Вісник Київського університету імені Тараса Шевченка. Журналістика*. 1998. Вип. 6. С. 63–72.
8. Масова комунікація у глобальному та національному вимірах. Випуск 9. Дніпро, 2018. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.2165711> (дата звернення: 07.05.2026).
9. Спірідонов М. Ю., Чорноморденко І. В. Медіапростір України: виклики сьогодення крізь призму наукового дискурсу. 2021. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.4554033> (дата звернення: 07.05.2026).
10. Наумова А. М. Документалістика: телевізійний вимір. *МІСТ: мистецтво, історія, сучасність, теорія*. 2009. № 6. С. 247–254.
11. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика : навч. посіб. Львів : ПАІС, 2010. 246 с.

12. Семенець О. В. Соціальна мережа YouTube, як платформа для просування контенту українських телеканалів : магістерська робота. 2019. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/2861> (дата звернення: 07.05.2026).
13. Тулякова Н. О. Теорія інформації : навч. посіб. для студентів ВНЗ. Суми : Сум. держ. ун-т, 2008. 212 с.
14. Уварова Т. Нові медіа та сучасна медіакультура. *Українська культура : минуле, сучасне, шляхи розвитку (напрям: культурологія)*. 2023. № 45. С. 120–128. URL: <https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi45.648> (дата звернення: 07.05.2026).
15. Жук І. Компетентнісний підхід у журналістській освіті: досвід факультативу «аудіовізуальні медіа». *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2025. № 1(61). С. 66–72. DOI: 10.32840/cpu2219-8741/2025.1(61).10

## ДОКУМЕНТАЦІЯ

ТЕКСТ	ВІДЕОРЯД
<p>І все це для того, щоб з'ясувати: де ховається справжня українська анімація та чи дійсно в Україні ця сфера мертва. Ми розібрали для вас усе, а також дізналися ексклюзивну інформацію про процес створення мультфільмів у нашій країні безпосередньо від тих, хто присвятив цьому своє життя. Ексклюзив, який ще не бачила Україна!</p>	<p><i>Темна студія, фрагменти інтерв'ю, швидка нарізка кадрів української анімації, робочі процеси аніматорів.</i></p>
<p><b>МАЛАМУЖ (02:08:28)</b> Я не можу знайти мистецтва більш крутого в плані такого. Тобто я можу зробити все, що завгодно.</p>	<p><i>На екрані з'являється ім'я та посада експерта. Обличчя експертів швидко змінюються. Кожен говорить лише одну коротку фразу або слово.</i></p>
<p><b>РУБАН (01:16:46)</b> Анімація — це довгий шлях. Ви маєте собі щось робити до кінця і радуватися.</p>	
<p><b>НАТАЛІ (00:41:26)</b> Анімація — дуже кропіткий процес. Це мають, напевно, бути дуже спокійні, терплячі люди.</p>	
<p><b>НІМЕЦЬ (00:52:54)</b> Анімація для мене — це спосіб відключитися від насущних проблем.</p>	
<p><b>НАРИЖНЄВ (00:11:19 / 01:01:22)</b> Анімація — це дуже складний процес, ти сам не витягнеш. Якби я міг не робити мультик, я б їх не робив. Я не можу не робити мультик.</p>	
<p><b>ОЛЕСЬ (00:11:43)</b> Анімація — це дорогий процес. Ви розумієте, що це дуже дорогий процес.</p>	
<p><i>І тут швидка нарізка: всі кажуть слово «Анімація».</i></p>	
<p><i>Затемнення кадру. Поступовий вихід із темряви.</i></p>	
<p><b>АЛІНА:</b> «Світ зроблений з історій, а не з атомів», — казала Мюріель Рукейзер. Але що робити, якщо історія, яку ти вигадав, далеко за межами реальності?</p>	
<p>Як показати унікальне бачення, яке неможливо описати словами? Ти береш аркуш паперу, малюєш, але щось не так: у твоїй голові все рухається, а перед очима — статична картинка. Чи можливо змусити її ожити так, як в уяві?</p>	<p><i>Кидається олівець — Аліна ловить його. Кидається мишка. Усе кладеться на стіл.</i></p>

Мабуть, саме про це думав бельгієць Жозеф Плато, коли у 1832 році винайшов фенакстископ. Саме він запровадив принцип, на якому тримається вся сучасна анімація — принцип персистенції, або збереження зорового сприйняття.

Хто б міг подумати, що вже за 105 років світ побачить такий візуальний шедевр, як «Білосніжка» від Disney. Сьогодні ж механізми створення анімації стали зовсім іншими та доступнішими для кожного. Тепер можна скористатися просто цим, цим або цим або зробити стоп-моушн із власноруч зробленою лялькою. Кожен може обрати спосіб до душі.

Зараз існує така величезна кількість анімаційних проєктів, що їхню точну цифру назвати неможливо. Мабуть, не вистачить і цілого життя, щоб переглянути кожен. Але серед усіх них для кожного з нас є той самий — особливий.

Який ваш улюблений мультфільм? Подумайте про це секунду. Можете поставити відео на паузу, якщо потрібно. А тепер приділіть хвилинку, щоб проаналізувати свій вибір. Спробуйте зрозуміти, що саме вас зачепило? Які частини вашої душі відгукнулися на цю історію?

Чи є серед вас хтось, хто назвав щось українське? Напишіть у коментарях ваш вибір та поясніть його, нам буде дуже цікаво прочитати. Зізнаємося: наш вибір спочатку теж не впав на українську анімацію. Але чому так? Невже ми не здатні створити щось подібне? Давайте розберемося, як це мистецтво розвивалося у нас.

Існує міф, що українська анімація народилася десь учора «на колінках». Але насправді ми в грі вже майже століття. Поки Волт Дісней тільки-но випускав свого першого Міккі Мауса, у нас, у 1927-му, В'ячеслав Левандовський уже «оживив» легендарного «Солом'яного бичка».

*Титри з підписами мультфільмів, авторами та датами виходу. Кадри Міккі Мауса, кадри з «Солом'яного бичка». Текстом вказати, що мультфільм не зберігся.*

### **ЄНОТ (00:22:30 / 00:24:20)**

«І потім вони почали підтягувати, причому архітекторів брати на анімацію. Архітекторами були і Дахно, і Данило Кирик. “Острів скарбів”, “Доктор Айболить” — вони всі були молодією плеядою наших творців. Як художники-аніматори, потім їм поступово дають режисуру, і, врешті-решт, з 60-х до 70-х доходять до піка. І в 70-х іде розквіт української анімації. Стільки мультфільмів, скільки було зроблено за 70-ті роки, ніколи взагалі не створювалося».

*Співставляються мультфільми цих років із підписами авторів та назвами.*

**ТЕКСТ**

## ЄНОТ

Експериментальні 80-ті стали часом справжньої свободи. Саме тоді з'явилися «Капітошка», «Аліса в країні див» та непосидючий «Петрик П'яточкин». Під час дитячих блоків на тодішньому телебаченні малюки та і деякі дорослі по всій Україні дивилися із захопленням на кожного мультгероя. Для багатьох вони стали справжнім символом дитинства та тією самою краплею позитиву, якої так бракувало в ті складні часи. Послаблення контролю під час Перебудови нарешті розв'язало руки майстрам, дозволяючи виходити за межі дитячих казок. Так з'явився «Бій» за оповіданням Стівена Кінга та абсолютно абсурдистські, ні на що не схожі твори Наталії Марченкової: «Як Їжачок і Ведмежа небо міняли» (1985), «Твір про дідуся» (1987), «Що тут коїться іще?!» (1988), «Моя сім'я» (1989) та «Любов і смерть картоплі звичайної» (1990). Мультфільмів виходило багато, і абсолютно кожен вирізнявся своїм унікальним стилем та манерою подачі.

Незалежність ми зустріли одночасно і тріумфом, і трагедією. У 1991-му виходить перша українська повнометражна анімація «Енеїда», яка стала гучним маніфестом нашої культури. Але водночас через хаос та байдужість чиновників сталася катастрофа: архіви «Київнаукфільму» було майже повністю знищено. Десятиліття праці — унікальні ескізи, сценарії та фони — просто викинули на смітник.

Але навіть цей удар не зміг добити індустрію — школа вижила. У складних 90-х, всупереч усьому, ми отримали колоритних «Трьох паньків», «Кривеньку Качечку» та «Козу-дерезу».

Початок 2000-х став часом занепаду студій, але водночас — світового визнання. Країна припинила фінансувати анімацію та робити держзамовлення. Попри це, з'являється пластиліновий «Йшов трамвай дев'ятий номер» (2002), що бере нагороду на Берлінале, а фільм Євгена Сивоконя «Засипле сніг дороги...» (2004) підкорює фестивалі у Франції. Трохи згодом виходить і перший багатосерійний мультсеріал «Лис Микита» (2007).

Ситуація змінилася лише у 2014 році, коли на екрани вийшов «Бабай». Це був перший повнометражний український мультфільм у широкому національному прокаті. Попри всі питання до якості, він став криголамом.

## ОЛЕГ МАЛАМУЖ (00:35:25)

«Умовно, до війни ми випускали чотири повних метри в рік. Вийшло загалом шість чи сім повних метрів. Різних: мальованих — два, 3D-шних — три чи чотири. Мальований — це ще перший “Бабай”. Далі у нас 2D-шний “Віктор Робот” вийшов, так само “Лавр Нішина”. Якщо про 3D казати, то це “Микита Кожум'яка”, це “Клара”. Такий фільм, дуже маленька реклама була, і вони в прокаті нічого не зібрали. Експериментальний фільм, там така історія виробництва достатньо дивна і досить ризикова була. “95-й квартал” випустив “Гуллівера”. І “Анімоград” випустили “Принцесу” і “Мавку”».

Відтепер повний метр перестав бути просто «довшою версією мультика». Він став бізнес-продуктом. У 2016-му з'являється «Микита Кожум'яка». І тут стається злам у мисленні: студії Panama Grand Prix та Karandash одразу роблять ставку на глобальний ринок.

Мультфільм спочатку озвучують англійською, а вже потім роблять український дубляж. У 2018-му з'являється «Викрадена принцеса». Стрічка зібрала 21,5 мільйона гривень лише за перший тиждень.

<p><b>МАЛАМУЖ (00:01:40 / 00:02:08)</b>          «“Принцесу” продали на 50 країн у світі. Тобто ми там зайшли першими в Індію. Український продукт взагалі вперше за всю історію потрапив в індійський прокат. І ми вже розуміли проблематику англомовної озвучки. Ми вже зрозуміли, який є результат. І завдяки цьому, завдяки досвіду “Принцеси”, “Мавка” отримала прокат у 150 країнах».</p> <p>Паралельно визрівала авторська альтернатива. Студія «Червоний Собака» випускає стильний 2D-проект «Віктор_Робот» 2019 року. Того ж року на екрани виходить «Клара та чарівний дракон».</p>	
<p><b>ЄНОТ (01:01:49)</b>          «2D, перший — це “Віктор Робот”. Просто він, на жаль, не забрав ні касу, нічого. Це проєкт, який усі пропустили. Але “Віктор Робот” виходив. Саме графіка, те, що ми бачимо в трейлері, — вона захмарна. Це просто настільки крутяк, що ти не можеш відірвати очей».</p> <p>І ось крізь усі ці вузли ми підійшли до, як дехто вважає, фінальної точки. Здавалося, в умовах війни та блекаутів анімація просто завмре. Надії на велике кіно майже не було, аж поки не з’явилася вона —</p>	
<p><b>ДІАНА:</b>          18 липня 2017 року. Саме в цей день вийшов перший тизер «Мавки». Опис до трейлеру пишуть одразу трьома мовами, перша із яких — англійська, інші дві — російська та українська.</p>	
<p><b>МАЛАМУЖ:</b>          «Це такий був тест на те, що працює, що не працює, що ми можемо робити, а що не можемо робити. Зробили цей тизер, викотили його, що ми такий проєкт починаємо, і виклали його у YouTube. І так склалося, що в нього вийшло 50 мільйонів переглядів, тобто натуральних, і це прямо такий був вибух, умовно, в аудиторії».</p>	
<p>Захоплені коментарі як від українців, так і від іноземців! Зеленоволоса красуня та етнічні мотиви закохали в себе глядачів лише за 1 хвилину 48 секунд. У той момент відчувалася особлива єдність: усі пишались тим, що українці здатні створювати настільки якісний продукт. Здавалося, це беззаперечний тріумф. Проте хто б міг подумати, що саме цей тизер через кілька років стане головною причиною масового хейту «Мавки».</p>	<p><i>Коментарі начитуються. Використовуються відео та реакції того періоду.</i></p>
<p><b>МАЛАМУЖ (00:07:53):</b>          «В більшості на міжнародному прокаті, особливо для американського кіно, усе під NDA. І показується тільки перед виходом фільму, де за рік починає щось з’являтися. Тут у “Мавки” був експеримент. За сім років перший тизер з’явився ще на початку виробництва. Він був зроблений саме для ринку, щоб</p>	

<p>презентувати проєкт. Це був перший дизайн, зроблений у 3D, і достатньо непогано».</p>	
<p>«Зовсім не те, що було 5 років назад, з чого вона починалася».</p> <p>«Раніше вона давала надії на щось автентичне і цікаве, а зараз це проста пародія на американські мультики з шаблонним добром і злом».</p> <p>«Дизайн подекуди гарний, подекуди жалюгідний».</p> <p>«Що з Килиною? Виглядає як стереотипна лиходійка з 60-х з мотивацією “просто зла, бо зла”».</p> <p>«Після попереднього трейлеру я мала надію і справді думала, що вийде гарний баланс автентичності та сучасності, але дуже помилялася».</p>	<p><i>Коментарі начитуються. Використовуються відео та реакції з соцмереж.</i></p>
<p>Але чи дійсно все так погано? Чому насправді дизайн Мавки зазнав таких радикальних змін?</p> <p>У яких умовах створювався цей мультфільм протягом усіх семи років і як велика війна вплинула на фінальний етап виробництва? У нас є ексклюзивна інформація від безпосередніх творців проєкту, яка допоможе поглянути на ситуацію зсередини.</p> <p>Тож, давайте розбиратись!</p>	
<b>ТЕКСТ</b>	
<p><b>ЄНОТ (01:04:01)</b></p> <p>«“Мавка” — це той самий проєкт, який відкрив українську анімацію — не фестивальну, а звичайну, тобто ту, яка є для широкого глядача. Він відкрив її всьому світу. Тому “Мавка” — це велетенський крок у нашій історії, і це проєкт, яким ми маємо пишатися».</p> <p>«Мавка» народжувалася довго й уперто. Ідея повного метра з’явилася ще у 2014-му, а за два роки проєкт виграв конкурс Держкіно, і Film.UA Group офіційно заявила про початок виробництва. Вже у 2017-му творці показали перший тизер і повезли його на престижний форум Cartoon Movie у Бордо. Так почалася велика дорога фільму: це була не просто екранізація Лесі Українки, а амбітна спроба перетворити українську міфологію на сучасний, красивий і впізнаваний світ, зрозумілий кожному.</p> <p>За 7 років мультфільм встиг змінити кілька візуальних концептів. Це був шлях нескінченних правок у пошуках балансу між містичністю та актуальністю.</p>	
<p><b>МАЛАМУЖ (00:08:01 / 00:08:48 / 00:09:51)</b></p> <p>«В “Мавки” був експеримент. За сім років перший тизер з’явився ще на початку виробництва. Він був зроблений саме для ринку, щоб презентувати проєкт. Був перший дизайн. Далі був виклик, тому що як тільки ми випустили тизер, ми почали далі шукати і змінювати образ. І, умовно, вже коли всі полюбили одну Мавку, вона вже була іншою. Чому? Тому що були вимоги. Майже два роки в неї змінювалося волосся. Треба розуміти, що в Україні таку анімацію ніхто не робив до цього. І деякі речі ми просто знаходили по дорозі, коли досліджували, як це можна зробити. І волосся у Мавки тричі оновлювалося».</p>	
<p><b>ДІАНА:</b></p>	

<p>У якийсь момент, ще навіть до виходу мультфільму в кінотеатрах, «Мавка» вже була без перебільшення скрізь.</p>	
<p>Ще у 2019 році з'явилися перші йогурти «Галичина» з героями мультфільму, а в київському Blockbuster Mall відкрили величезний «Сільпо», повністю стилізований під лісовий всесвіт. У 2021 році мережа запустила велику промоакцію з «Мавчиками» — маленькими героями чарівного лісу, яких можна було збирати в колекцію. Паралельно розвивався й офіційний мерч: одяг, аксесуари, книги, прикраси, солодоці. Офіційний сайт проєкту окремо згадував йогурти, цукерки, сукні MAVKA by NAVRO, прикраси OBERIG Jewelry та брендovanу серію книжок. Тобто «Мавка» жила на полицях магазинів, у супермаркетах і в щоденному побуті ще до того, як глядач купив перший квиток у кіно. Україна бачила таке вперше за багато років — з анімації вдалося створити справжній бренд, який полюбився тисячам українців.</p>	<p><i>Видання драми-фєєрії Лєсі Українки «Лісова пісня» з ілюстраціями з мультфільму «Мавка. Лісова пісня» підняло продажі книги приблизно у 300 разів.</i></p>
<b>ТЕКСТ</b>	
<p><b>МАЛАМУЖ (00:18:10)</b> «Ми жартували, що можна не випускати фільм, усе рівно вже все працює, умовно, вже всім сподобалося. Тобто на двох трейлерах, умовно, продавали. Це, як би сказав так, неймовірний кейс того, як можна потрапити в запит аудиторії. І тоді воно не сьється, тому що є чітка потреба в тому, щоб це сталося».</p> <p>Попереду була колосальна робота з величезною кількістю викликів. Обмежений бюджет, дедлайни, спершу коронавірус, а потім і повномасштабне вторгнення. Робота йшла дуже важко, але «Мавка» закохала в себе не лише глядачів, а й людей, що працювали над її створенням, тому зупинятися ніхто і не збирався. Близько 500 людей працювало над створенням повного метра. Основне ядро — це близько ста українських артистів. Ще стільки ж спеціалістів доводилося шукати по всьому світу.</p>	
<p><b>ОЛЕГ МАЛАМУЖ (00:03:44)</b> «І знаходили практично по всьому світу. У нас були і з Індії. До цього в нас були і студії, з якими ми співпрацювали, яких ми наймали. Була іспанська студія для анімації, індуси були для анімації також, і було багато ще фрілансерів по всьому світу, майже з усіх країн. Канадці, американці навіть були, аргентинці, бразильці».</p> <p>Головна проблема була в тому, що автори хотіли отримати «голлівудську» якість за дуже скромні гроші. Бюджет у 7 мільйонів доларів для світового ринку анімації — це копійки.</p> <p>Для порівняння: виробництво «Думками навиворіт 2» обійшлося Pixar у 200 мільйонів доларів, а бюджет другої частини «Ваяни» від Disney оцінюють у 150 мільйонів. Математика тут вражаюча: весь бюджет «Мавки» — це приблизно стільки, скільки велика голлівудська студія витрачає лише на 3–4 хвилини готового екранного часу.</p>	
<p><b>МАЛАМУЖ (00:03:19)</b> «Проблема була в тому, що ми хотіли дуже високу якість, при тому платили невеликі гроші, бо такий бюджет у сім мільйонів — це для міжнародного ринку дуже маленький бюджет для такого фільму».</p> <p>Те, що українським аніматорам вдалося витиснути картинку світового рівня за такі гроші, — це справжній професійний подвиг.</p>	

<b>МАЛАМУЖ (01:55:45)</b> «“Мавка” взагалі практично дійшла до рівня Disney. Деякі сцени з “Мавкою” зроблені абсолютно на тому самому рівні. Чому? Бо робила Наталія Олексєєва, яка зараз працювала в Sony, працювала в Disney, а зараз працює у Blizzard».	
<i>Наталія Олексєєва — спеціалістка з колосальним досвідом, головна аніматорка «Spider-Verse», який спричинив без перебільшення переворот у світовій анімації. Своє унікальне бачення та навички Наталі використала у створенні одних із найгарніших сцен у «Мавці».</i>	<i>Представлення Наталії Олексєєвої.</i>
<b>ТЕКСТ</b>	
<b>НАТАЛІ DISNEY (00:13:29)</b> «В Україні я була теж одна з тих, у кого найбільше досвіду. Ну, по крайній мірі, в 3D-анімації».	
<b>НАТАЛІ DISNEY (00:38:18)</b> «На Анімограді команда, яка дуже сильно любить свою роботу, яка горить кожною роботою, яку вона робить, кожним фільмом. “Мавка” був дуже особливий проєкт. І всі старалися зробити по максимуму. І це не коли ти відчуваєш стрес. Це коли ти просто хочеш зробити те, що в тебе в голові. Зробити по максимуму, зробити якнайкраще».	
<b>НАТАЛІ (00:33:57)</b> «Тут ніколи не було питання в таланті чи можливостях українських людей. Чи навіть бажанні. На тій самій Анімограді, і не тільки на “Мавці”, в людей горять очі, в людей величезне бажання і працювати нормально, і робити по максимуму, що вони можуть. Але сама команда малесенька. Люди роблять що можуть по максимуму, але ця кількість людей набагато менша, ніж у великих студіях».	
Кожен кадр робився з любов'ю, щоб в ідеалі передати для глядача образ берегині лісу. Напишіть у коментарях, чи, на вашу думку, це вдалося аніматорам?	
<b>НАТАЛІ (00:42:01)</b> «Сценка маленька, і там просто реакція. Але ти маєш подумати, відіграти, як це має бути. Так, щоб глядач без слів зрозумів, що або вона його боїться, або вона зацікавлена, хто це такий. Або коли вона вперше чує музику, вона не розуміє, що це таке. І ти маєш побачити це в її очах. Тобто в анімації цікаво робити кожен кадр анімації. І цікаво те, як люди будуть це сприймати».	
<b>ТЕКСТ</b>	
<b>Маламуж (02:05:34 / 02:06:04)</b> «Навіть мене дивували наші спеціалісти в плані рендеру, в плані композитингу. Там були шоти, якими я пишався: блін, невже це ми зробили в Україні? Особливо цей епізод початку весни першої Мавки. Він у кінотеатрі неймовірно офігенно дивився. У нас хлопці й дівчата, спеціалісти, які це зводили, використовували технологію Deep Compose, яка ще тоді не використовувалася у Штатах. І я потім, коли побачив, спочатку подумав: звідки така картинка? Як вони цього досягли? А вони ризикнули. У програмному забезпеченні ця функція тільки з'явилася, вона ще не була обкатана, але вони ризикнули й перевели повний метр саме таким чином. І воно вийшло дуже круто».	
«Мавка» стала свого роду сукупністю всього досвіду творчих українців. Окрім найкращих спеціалістів з анімації, до постпродакшну залучили зірок української сцени. Для рухів Мавки використовували технологію motion capture: прима-балерина Національної опери України імені Тараса Шевченка Катерина Кухар подарувала героїні свою грацію та ніжність у кожному русі. Голосом же Мавки стала українська акторка театру та кіно Наталка Денисенко.	
Музичний супровід заслуговує на окрему згадку.	
Композиції, від яких мурашки по шкірі, у тому числі й усім відома мелодія сопілки, були написані італійським композитором Даріо Веро. Загалом він створив 49 інструментальних	

<p>мелодій, які зараз доступні для прослуховування на відкритих платформах. В інтерв'ю виданню Muse Group він із захватом розповідає про свою роботу над проектом: \n«I was really looking for a melody that was able to highlight the qualities of the young Mavka. I started to think about the melody. A small fragment that could work as a statement. This is where I really do like the John Williams approach. A different and unique theme for each character. I needed a fresh, safe and understandable start for the Mavka's theme — nothing is better than the perfect octave!»</p>
<p>З українського боку над розробкою інструментальних композицій працювали: співачка, заслужена артистка України та переможниця 9-го сезону «Голосу країни» Оксана Муха, учасники оркестру «Віртуози Києва» та мультиінструменталіст Максим Бережнюк.</p>
<p>Запис музичних тем відбувався на Forum Studios у Римі. З італійської сторони до створення долучилися лауреати міжнародних нагород, звукорежисери Фабіо Патріньяні, Федеріко Солаццо, Барбад Баят та Фабріціо Де Кароліс.</p>
<p>Над піснями ж працювали відомі українські виконавці. Зокрема, Артем Пивоваров та Христина Соловій записали дует «Мовою вітру», що став офіційним саундтреком мультфільму. Також Христина Соловій виконала сольну композицію «Лісова пісня» (OST «Мавка»). Гурт DakhaBrakha створив саундтрек-веснянку, використовуючи автентичні народні мотиви.</p>
<p>Для дубляжу також вівся ретельний пошук тих самих ідеальних голосів для кожного персонажа.</p>
<p>Так, для голосу любовного інтересу Мавки — Лукаша — обрали Артема Пивоварова. Головну антагоністку Килину озвучила Олена Кравець, колишня учасниця «Кварталу 95». Сергій Притула перевтілювався у Фрола, Михайло Хома, відомий як Дзідзьо, став Гуком, а Юлія Саніна, фронтвумен українського гурту The Hardkiss, подарувала свій голос Водяниці. Олег Скрипка озвучив Того, що в скелі сидить.</p>
<p>До акторського складу також доєдналися українські актори театру і кіно Наталія Сумська та Назар Задніпровський, а також Олег Михайлюта, відомий як «Фагот». Особливої ж глибини цій історії дала Ніна Матвієнко — українська співачка та акторка, чий голос ми чуємо в ролі оповідачки.</p>
<p>Над стилістикою та символізмом велися повноцінні дослідження. Систему рун стихій розробляли цілий рік, щоб вони магічно збиралися у напис «Мавка».</p>
<p><b>Маламуж (00:21:24)</b> «Плюс були ж у нас експедиції команди на захід України, у лісі, через які пройти було дуже важко, і саме звідти брали натхнення наш художник-постановник Кистянковський. Плюс були музейні дослідження, співпрацювали зі спеціалістами музею Гончара».</p>
<p>Але «Мавка» — це історія не лише про творчість, а й про витривалість. Робота припала на дуже неспокійні часи: спершу команда пройшла крізь ковід, який значно призупинив процес. А потім, тільки-но оговтавшись, у 2022 році вони зустріли повномасштабну війну. У проєкті на той час залишалося виконати найскладніші анімаційні сцени, зокрема «Вогняне торнадо».</p>
<p><b>Маламуж (00:24:04 / 00:24:17 / 00:25:28)</b> \n«Ми зупинилися десь на три тижні, тому що в нас були дуже великі загрози. У нас монтажер в окупацію потрапив, художник-постановник в окупації був. Ми з'ясовували, хто де. Бо художник-постановник Істян у нас взагалі з дитиною маленькою потрапили в окупацію. Воно бахало, а я сидів і писав коментарі на “Мавку” далі, на кожен шот, тому що треба працювати. У нас колись японці брали інтерв'ю і питали: “Чому ви не зупинилися?” Я кажу: “Ну, не так довго його робили, щоб зупинитися”. Знову ж таки, якби ми зупинилися на війну, а війна чотири роки, “Мавка” б просто не вийшла».</p>
<p>«Мавка. Лісова пісня» — це не просто «мультик для своїх». Це проєкт, який довів: український контент може бути глобальним і комерційно успішним. Права на показ купили у 148 країнах, а головна героїня заговорила 32 мовами, отримавши понад 30 локальних варіантів озвучки.</p>

<p>Світова каса стрічки перевалила за 20 мільйонів доларів, що офіційно зробило її найуспішнішим українським кінопродуктом в історії. Мультфільм бив рекорди не лише вдома: у Франції «Мавка» очолила рейтинг серед новинок тижня за кількістю переглядів, а в Італії та Португалії вона трималася у топах протягом кількох тижнів.</p>	
<b>ТЕКСТ</b>	
<p><b>НЕЙД (00:41:48)</b> «Тому “Мавка” — це було вау, це був певний дороговказ. І, власне, до наступних проєктів Анімограду буде прикуто набагато більше уваги завдяки цьому».</p> <p>«Мавка» стала для української анімації доказом того, що вона взагалі може бути великою. Не локальною, не суто фестивальною, а масовою, комерційно сильною, експортною. Проте успіх «Мавки» — це радше виняток, який підсвітив глибоку кризу системи.</p>	
<p><b>САША РУБАН (00:05:42)</b> «Отже, справи в анімації не дуже добрі, тому що скільки ми можемо назвати анімаційних проєктів, які вийшли за останні 2–3 роки? Ну окей, у 2023 році була “Мавка”. Окей, вона вийшла. А 2024–2025? Не так багато вже серіалів взагалі є, що подивитися дітям. Про підлітків взагалі мовчу».</p>	
<b>ТЕКСТ</b>	<b>ВІДЕОРЯД</b>
<p>«Документалістика, експериментальне (авторське) кіно, зазвичай, не націлені на повноцінний прокат, за деякими винятками. А є анімація, якої в нас... просто немає. На жаль, мусимо це констатувати. Ті поодинокі фільми, якими ми усі пишаємося, — це, безсумнівно, досягнення. Але це також і винятки, які підтверджують правило. І якісного прориву не буде в найближчі п'ять років, бо для того, щоб він був зараз, треба було починати десять років тому».</p> <p><b>АЛІНА:</b> Саме так у лютому 2026 року голова Держкіно Андрій Осіпов висловився в інтерв'ю для видання «Укрінформ».</p> <p>Ці слова обурили професійну спільноту. Однією з перших відреагувала режисерка та сценаристка Саша Рубан.</p>	<p><i>Начитка цитати.</i></p>
<p><b>САША РУБАН (00:01:37 / 00:02:19)</b> «Дуже неприємна історія, коли тебе відмінюють ніби у власній країні і кажуть, що тебе немає. Але в нас уже є доволі багато дуже класних спеціалістів, які працюють в анімації. У нас є чат Animation UA — біля двох тисяч людей. І там є продюсери, і менеджери, і режисери, і ілюстратори, і аніматори, і моделери, можливо. Ніби сказали всім тим двом тисячам людям, що їх немає».</p> <p>Проблема української анімації в тому, що вона досі існує не як повноцінна індустрія, а як сукупність окремих героїчних зусиль. У нас є талановиті режисери, аніматори, студії та сильні окремі проєкти, але немає системи, яка б стабільно виробляла власний контент для дітей, підлітків і родин.</p>	
<b>ТЕКСТ</b>	
<p><b>ЄНОТ (00:17:49)</b> «Це має бути державна політика, державна програма підтримки свого. Чому цього нема — хто знає. Все тримається, як і наша анімація в цілому, тільки на захваті, на бажанні, на ентузіазмі. І це гарно, що воно є, погано, що немає іншої підтримки».</p>	
<p><b>РУБАН (00:09:36)</b> «Тож постійно не на часі. Ми були не на часі, коли був час. А зараз так взагалі, тому що ми ж потребуємо грошей».</p>	
<p><b>МАЛАМУЖ (01:19:00 / 01:31:19 / 01:31:43 / 01:32:06)</b></p>	

«Тут навіть не про гроші. Навіть щоб не сказати, що тільки гроші — сюди треба політику зробити. Направити років на 10. \n“Аркейн” — це 250 мільйонів доларів. В Україні такі гроші, на жаль... Якщо взяти такі гроші і дати їх Україні, то можна зробити... скільки виходить? 40 “Мавок”. Один “Аркейн” для дорослих чи 40 “Мавок”? Ну, тут очевидно, я думаю. Тобто 40 фільмів — це на 100 років, ну хоч буде 50 років нон-стоп культурної політики. Нон-стоп. Кожен рік виходить фільм рівня “Мавки”. Буде більше — буде ліпше, тому що команда навчається. І стратегічно це не порівняні результати. Получається, дитина чи американець, який закохався 5 років в українську культуру через мультфільм, буде хотіти в Україну приїхати, можливо, інвестувати вже як стартапер кудись сюди гроші і так далі. Тобто він буде цікавитися країною».

#### **РУБАН (00:16:58)**

«У нас сама анімація теж має певні проблеми. Це 100% правда. Хто у нас тут головний — незрозуміло. Ми самі не знаємо, що таке стандарти української анімації. Це який? Який пайплайн виготовлення української анімації? Комерційно-авторський? Який він? А що таке стандартний чи нестандартний? Як тобі поняття? Ти дотягуєшся до середнього рівня? Чи до якого ти рівня дотягуєшся? З ким ти себе порівнюєш? Які в нас є технічні стандарти? Смакові?»

Нам бракує видимої професійної коаліції, яка б не просто створювала окремі роботи, а системно тиснула на державу, формулювала вимоги, просувала стандарти, збирала індустрію до купи і заявляла про її потреби публічно.

#### **ТЕКСТ**

**Рубан (00:14:52 / 00:13:27 / 00:13:48)** «Всі мовчать і ніхто про себе не заявляє, тому і, звісно, можливо, вдається голові Держкіно так само, що нас не існує. Тому що якби ми були, то ми б якісь ознаки життя подавали. \nСпілка аніматорів могла б написати колективного листа, зібрати підписи, сказати: “Ми тут”. Ми стурбовані тим, що немає гідного контенту, і діти переходять на контент інших країн. І особливо, коли в YouTube перше місце займає “Маша і Ведмідь”. Але, розумієте, для цього треба комусь піднятися і щось зробити».

Анімація — це перший культурний код, який закладається в людину з дитинства. Коли держава не вкладає кошти у своє, виникає небезпечний вакуум, який миттєво заповнюється чужим продуктом. У результаті діти в садочках та школах замість українських героїв бачать «Машу і Ведмедя» чи «Смішариків», поступово сприймаючи російські ментальні моделі та наративи як рідні

**Єнот (01:11:12)** «Ну, ви знаєте, наприклад, що... Я не знав цього, я це пропустив у своєму житті. Ви знаєте, що по співакці KAZKA був мультсеріал? От я вам відкрию новий світ. По ній був мультсеріал, і там люди... Трошки це нагадує вайбом “На краю світів”: український фольк, природа, всі ці речі, і вони виходять у сучасний світ. І теж там дві серії — і все. Це закритий проєкт, дуже давній закритий проєкт. І хочеться плакати від кількості закритих проєктів. Коли люди намагаються створити, але стикаються з тим, що їхні мрії розбиваються об реальність, і вони не тягнуть. Ну що, побажати аніматорам не сподіватися ні на що, коли щось робите? Ну це таке собі. \nЗнаєте, як кажуть... Теж Саша Рубан це сказала в інтерв'ю: якщо закривати все російське, забороняти “Машу і Ведмедя”, “Смішариків”, а “Маша і Ведмідь” — це найперший канал на українському YouTube по переглядах, якщо ви не в курсі... І якщо типу забороняти, то може все ж таки подумати, чим це замінити і створити щось своє, натякаючи на те, що держава нічого не робить для того ж проєкту “На краю світів”, який би треба було продовжити, чи бодай якісь інші запускати. Бо це має робити держава, а не просто забороняти».

**Рубан (00:23:09 / 00:23:33)** «Я ж кажу, що держава має все одно мати великі запити. Був такий запит, що нам необхідна така-то кількість анімаційних робіт на каналі: Суспільне,

1+1, Новий, ICTV. Якщо кожен канал мав би запит, він міг би робити внутрішні каналові пітчінги».	
<b>ЄНОТ (00:58:02 / 00:13:37)</b> «Тож українська анімація занедбана на державному рівні цілком і повністю. І це біда, бо не виховувати своє покоління — це віддавати його. Нашій державі сьогодні плювати на анімацію, вона не вкладає кошти в це. Фактично плювати на майбутні покоління, які виростають без свого базису — це і є велетенська біда. Те, що вчителі в школі дітям ставлять “Три коти”, “Смішариків”, “Машу і Ведмедя” — це горе. Це горе для держави, бо росте покоління, яке своїм сприймає чуже. На жаль, у гроші в нас впирається здебільшого все. А що таке анімація? Анімація — це культурний код, який вкладається в людину з дитинства».	
<b>Саша Рубан (00:24:45 / 01:30:22)</b> «Я вважаю, що ментальний, фізичний і психологічний стан дітей вкрай важкий. І вони дуже погано засвоюють інформацію. І всі втомлені неймовірно. Тому соціальні проекти, як підтримка батьків, дітей і навчання в ігровій формі, були б дуже доречними, на мою думку. \nЧесно кажучи, дайте мені гроші — і я зараз займу людей на 10 років вперед. Я тобі кажу, у нас у каталозі фестивалю “Лінолеум” уже є два повних метри».	
<b>САША РУБАН (01:31:50)</b> «Блін, я не знаю, може, всесвіт... Що там, ретроградний Меркурій коли закінчиться для анімації? Мені просто цікаво, я не знаю. Може, колись він закінчиться».	<i>Смішний момент. Можливий чорно-білий ефект.</i>
Попри хронічний дефіцит уваги до галузі, у 2024 році з’являється анонс повнометражного фільму «Наша Файта». Проект, що народився як локальний YouTube-серіал ще 13 років тому, перетворюється на велике кіно та отримує фінансування від держави.	
<b>ДІАНА:</b> 10 серпня 2024 року виходить трейлер «Нашої Файти» — першого в Україні повнометражного мультфільму для дорослої аудиторії. «Мавка» задала доволі високу планку якості. Чи вдасться її втримати, а можливо, і перевершити? Ексклюзивна інформація про проект, який стане найбільшим експериментом української анімаційної індустрії. Давайте розбиратись разом!	<i>Діана змінює все на дошці з «Мавки» на «Файту».</i>
<b>МАЛАМУЖ (01:54:07)</b> «Це експеримент, тому що це доросла аудиторія. Оце якраз момент, коли перший повний метр для дорослої аудиторії».	
<b>МАЛАМУЖ (01:56:49)</b> «Це більше питання, чи цей напрямок зацікавить аудиторію. У мене тут як експеримент: українська комедія для дорослих. Наскільки молодь туди піде».	
<b>НЕЙД (00:44:45)</b> «Я вірю в Анімаград, я дуже хочу в них вірити, я дуже хочу вірити, що вони щось видадуть. Я дуже хочу вірити, що “Наша Файта” вийде і ми всі будемо сидіти і казати: “Оце самобутнє нарешті”. Це не те, що другий “Острів скарбів”, це “Наша Файта”».	
<b>ЄНОТ (01:02:56)</b> «Тож тут, у “Нашій Файті”, є і сюжет, і місцевий колорит, і неймовірний візуал. Чи може це вистрілити? Може. Наскільки воно буде крутим — загадувати... Я мрію, щоб це було надкрутим чимось».	
<b>ТЕКСТ</b>	

**ПРОДЮСЕРКА «ФАЙТИ» АННА ЄЛІСЄЄВА (00:02:32)**

«Наша Файта» — це перший український мультфільм у сегменті young adults. І чи стане цей експеримент успішним, які в нього шанси? Шанси, я думаю, що у «Нашої Файти» величезні. Точно стати унікальним проектом, єдиним дійсно в такому жанрі. Такого на українському ринку ще не було, і ми станемо першими, чим ми дуже насправді пишаємося. Так, це дійсно певною мірою експеримент, особливо для студії «Анімоград», яка в принципі займалася у попередні роки виключно 3D-анімацією, і ми мали тільки один досвід із 2D — це був короткий метр на тему Голодомору. Але все змінюється в нашій країні теж. Індустрія розвивається, змінюються глядачі. Війна змінила всіх нас, зробила більш свідомими, дорослішими, менш інфантильними, в тому числі у споживанні українського контенту. Тому я думаю, що якраз зараз час для нових форматів, нових жанрів, нових ідей, нових голосів. Я думаю, що всі українці потребують цього».

Українська анімація довгий час майже автоматично асоціювалася із сімейним або дитячим кіно. Але тут ставка інша. «Наша Файта» — доросла сатирична історія з локальним гумором, війною, любов'ю, зрадою та пошуком себе. Мережа також активно обговорює те, що креативним продюсером став Антоніо Лукіч — режисер хітів «Мої думки тихі» та «Люксембург, Люксембург». Очікування до проекту тільки вирости після цього факту, незважаючи на те, що це вперше він працює саме з анімаційним проектом.

Або, як його назвали в мережі, — «закарпатський ісекай». За сюжетом, 30-річний працівник заправки Сергій Пунько помирає, але отримує другий шанс на життя від вищих сил за умови, що він знайде свого батька, якого ніколи не знав. Єдиний слід веде на фронт, до підрозділу «Чопські пірати», де воюють колишні закарпатські контрабандисти.

**ПРОДЮСЕРКА «ФАЙТИ» АННА ЄЛІСЄЄВА (00:07:17)**

«В ньому є фішка — діалект, який дуже багато гумору приносить в історію і в storytelling, але історія абсолютно універсальна. Історія про те, як невдаха потрапляє під колеса вантажівки і потім отримує другий шанс на землі, і ми розкриваємо цього персонажа і бачимо, що це людина-невдаха, тому що він самотній. А самотній він тому, що жив певною мірою як у мушлі, не хотів спілкуватися із зовнішнім світом, був інфантильним, звинувачував у цьому свого батька, який покинув його ще в дитинстві. Але врешті, проходячи дорогу пригод, змін і випробувань, наш герой дорослішає і знаходить батька в самому собі, знаходить у собі дорослого. І ця історія, так як я зараз вам переказую, вона абсолютно універсальна».

Бюджет проекту складає близько 1,5 мільйона євро, з яких 30 мільйонів гривень забезпечило Держкіно через студію «Анімоград». Оскільки ці кошти покривають лише частину потреб, команда активно залучає міжнародних партнерів. У порівнянні з тією ж «Мавкою» бюджет утричі менший. Ні для кого не секрет, що 2D-анімація значно дорожча. Тож чи вплине це якось на якість продукту?

Проте не слід робити висновки наперед. Стратегія виходу на світовий ринок уже дала результати: після презентації на престижному форумі Cartoon Movie проєкт отримав не лише схвальні відгуки, а й увагу німецького дистриб'ютора.

**ПРОДЮСЕРКА «ФАЙТИ» АННА ЄЛІСЄЄВА (00:11:37)**

«Ми продовжуємо шукати фінансування. Нам пощастило, нас підтримав великий український партнер. І тому шукати фінансування дуже складно. І команду шукати складно теж, тому що дуже багато людей після початку великої війни виїхали за кордон, знайшли собі іншу роботу. Але в тому і полягає наша місія — підтримувати, давати роботу тим аніматорам, які лишаються в країні».

Реліз «Нашої Файти» запланований на 2027 рік, що дуже символічно, адже саме тоді українська анімація святкуватиме своє 100-річчя.	
<b>ДІАНА:</b> Стоп! Ні, Алін, щось взагалі не те...	<i>Стоїть перед камерою, намагається професійно начитувати текст про анімацію. Раптом збивається, зітхає і махає рукою в бік камери.</i>
<i>Аліна: (говорить за кадром)</i>	
<b>Діана:</b> Та факти — це добре, але ми звучимо як звітність Держстату. Розумієш, мультфільм максимально колоритний, там закарпатська автентика, специфічний гумор, цей діалект... А ми в цьому справжні позери! Нам не вистачає занурення.	
<b>Аліна:</b> І що ти пропонуєш?	
<b>Діана:</b> Поїхати до авторів в Ужгород! Поговоримо з ними вживу і якраз детально вивчимо культуру та поринемо в цю атмосферу.	<i>Діана різко випрямляється, очі горять ідеєю.</i>
<b>Аліна:</b> Ти не думаєш, що їхати через пів країни заради кількох кадрів — це занадто?	
<b>Діана:</b> Не!	<i>Діана максимально впевнено, з хитрою посмішкою.</i>
<i>Динамічна нарізка: дорога, поїзд, вказівник «Ужгород», ми в поїзді, сміх, краєвиди Закарпаття. Красиві кадри Ужгорода: замок, набережна, кав'ярні, затишні вулички.</i>	
<b>АЛІНА:</b> Саме в Ужгороді 12 років тому троє людей об'єдналися, щоб створити «Нашу Файту» — колоритний мультсеріал, який без перебільшення став візитівкою краю. І сьогодні ми тут, щоб наживо поговорити з авторами, які подарували нам автентичну анімаційну історію. \nЗдавалося, надія на нові серії вже згасла — але у 2024 соцмережі сколихнув анонс, що не лише оживив фанбазу, а й відкрив цей проєкт для нової аудиторії.	<i>Стендап.</i>
<b>КАРПЕНКО (00:14:57)</b> «Ми і є звичайними хлопцями в провінційному місті, які повірили в цю ідею. І почали її розкручувати, і ми це називаємо “прикол, який занадто далеко зайшов”. Тобто “Наша Файта” — це дійсно прикол, який занадто далеко зайшов. Коли ми приїхали на Film.UA і показали цю 10-річну анімацію, і сказали, що ми отаке хочемо тепер зробити, але повний метр... Я не знаю, що вони тоді побачили у нас. Але я думаю, що “Анімаград”, Film.UA — вони дійсно мають смак і зрозуміли, що це може перерости».	<i>На фоні цитати — кадри з Ужгорода.</i>

Сьогодні для багатьох закарпатців знайомство гостей із регіоном починається не з прогулянок містом, а саме з цього мультфільму. Вони просто відкривали YouTube, вмикали одну із серій — і через неї пояснювали, що це за регіон, які там люди і який у них гумор.

**КАРПЕНКО (00:19:43)**

«Коли через 7–8 років після виходу проєкту нам почали різні люди розповідати, що коли до них приїжджають родичі або друзі з інших куточків України, то знайомство із Закарпаття починають не з прогулянок нашого обласного центру чи якихось традицій. А починали з мультіка. “Що таке Закарпаття? Ось, зараз тобі включу”. І на YouTube шукали якусь нашу серію, показували. І отак вони знайомили. Ми такі: “О, таку штуку...” Ми реально, мені здається, тільки зараз почали розуміти, що цей мультфільм виявився не просто якимось ютубівським проєктом. Він виявився якимось культурним відбитком, рівноцінним якійсь книзі наших потужних письменників або якійсь пісні, яку написали наші, не знаю, відомі закарпатські артисти. Тобто це вже якийсь такий культурний код».

Рішення відновити серіал після майже десяти років паузи мало єдину мету — волонтерство.

**КАРПЕНКО (00:41:12)**

«Ми дуже активно тоді займалися волонтерством. У нас це все приміщення до стелі було забите різною волонтеркою. І десь влітку 22-го була перша хвиля падіння донатів. І ми подумали, що треба чимось цікавим людей заохочувати».

Так народилася ідея створити фінальну серію як компроміс із глядачами, які роками просили про продовження. А історія повнометражної «Файти» почалася з кави — як і більшість доленосних справ на Закарпатті.

**КАРПЕНКО (00:42:33 / 00:43:17)**

«Ще цікаво, як саме ваше життя звело з Лукічем? Нас звела кава. На Закарпатті дуже багато справ починається з кави. \nМи встали, випили по еспресо, і він: “А чим займаєтесь?” Я сказав: “А ми пишемо зараз серію під таку донатну історію маємо”. І він такий: “Да ну, прочитай”. Я говорю: “Та йдемо до нас в офіс. Маєш час?” — “Маю”. — “Давай”. Всього, я прийшов, я йому прочитав пару шуток. Він такий: “Беріть це за голову, чуваки. Всього, і працюйте”».

**ЕРВІН НІМЕЦЬ (00:19:26)**

«Спочатку повномасштабної війни ми хотіли робити продовження серіалу. Ми почали робити серіал, і потім Антоніо Лукіч сказав: “Хлопці, та давайте зробимо повний метр”. І ми такі: “Та ні”. А вони такі: “Та давайте”. “Та ні”. “Та давайте”. “Ну добре”. І приблизно так ми в цю штуку вписалися. Тобто ми не вірили, що ми колись, в принципі, підпишемося, але і не могли відмовитися від такої пропозиції, скажімо, бо це був гріх».

**МІКІ (00:14:43 / 00:14:59 / 00:15:32 / 00:15:40 / 00:15:47)** «Йди, зайти, нам почитай, Антоніо. Робить повний. Ну, я, може, і повірив, але я точно не думав, що це повний метр. Я думав, якщо ми 20 хвилин написали за місяць, не напружаючись, то значить 60–80 хвилин ми напишемо за 3–4 місяці, і все. Ну давай, повний так повний. Отак я це собі в голові прокрутив. Але ні. Категорично ні. Ми почали писати, в мене народилася донька. Їй скоро буде чотири роки. Ми почали писати, ще її не було тиждень чи скільки. Вона народилася — ми вже писали. Вона, до речі, дивиться старі серії, просить, щоб ми включали».

— «А вона впізнає ваш голос?»

— «Так, звичайно. Вона каже: “Це тато мій говорить”».

Щоб витягнути проєкт на світовий рівень, автори пішли на логічний крок: сценарну та авторську роботу залишили за собою, а технічне виробництво довірили професіоналам зі студії Animagrad.

**ЕРВІН НІМЕЦЬ (00:41:28 / 00:41:40 / 00:42:55)**

«Зараз іде етап сторітелу. Поки що, коротше, аніматик. І це, мені здається, дуже важливий етап. Це фактично режисура, поєднана з досить чорною анімацією. І там базовий каркас, в принципі, все є основою, щоб фільм був класний, бо воно зараз робиться. І дуже відповідальний момент. \nЯ намагаюсь по максимуму в усі етапи залізи, щоб просто отримати досвіду побільше. Бо там все-таки працюють в Анімограді ребята, які вже щось поробили на “Мавках” і на подібних штуках. І реально там дуже класні художники, дуже класний режисер, який має такий файний досвід за плечима і є в нього чому вчитися. Тобто намагаюся туди влізти, а потім вже, можливо, наступного разу буду претендувати на щось більше, ніж робити все підряд, що дадуть».

Якщо 12 років тому вебсеріал був просто фаном без зобов'язань, то зараз це виснажлива щоденна робота. За плечима — Держкіно, величезна команда і мільйони очікувань.

**КАРПЕНКО (00:54:28)**

«Перший, другий рік — це був найдраматичніший період, де треба було навчитись прощатись зі своїм матеріалом. Тобто вже далі, на третьому році, коли нам щось треба було вирізати, ми казали: “Ріжте! Ще раз напишем”. Це найскладніше, що молодим сценаристам і режисерам побажаю — чим швидше навчитись не боятись прощатись зі своїм дорогим матеріалом».

**МІКІ (00:21:12 / 00:09:25)**

«Ми ж не розуміли ніякі арки, як це будується, як іде взагалі. Ні хронометраж, ні зав'язка, ні розв'язка. Взагалі цих всіх термінів я до сих пір і не знаю. Тут у нас двері билися, закривалися. “Все, вийдіть просто. Просто через 20 хвилин”. Були такі дні, що ми прям зібралися писати з початку дня. Ще каву не випили — вже всі розісралися».

Від старого серіалу лишилися тільки персонажі — все інше, від мотивації героїв до логіки світу, писали з нуля.

**КАРПЕНКО (00:33:27)**

«Можливо, багато хто з людей дивитиметься повний метр і буде відчувати різний вайб. Але коли ми писали мультсеріал, нам було 19–20 років. Зараз нам 35. У нас сім'ї, діти. І це було б супердивно, якби ми так само думали і такими речами цікавилися, як тоді. Звісно, ми мушили подорослішати».

**МІКІ (00:19:39 / 00:20:10)**

«І ми постаралися вкласти туди абсолютно щось таке, що аукнеться, відукнеться кожному. Я впевнений, що дехто... Та не дехто. Я би плакав в кінці, чесно. Я. Мікі би плакав. Але чи буде круто, весело, смішно — буде однозначно. Чи буде лірично — 100% буде. Там буде все абсолютно. І хто захоче, хто зрозуміє — той поплаче, хто зрозуміє — той посміється».

**КАРПЕНКО (01:02:04)**

«Я пам'ятаю, мені перший раз наш художник Крижанський кинув відмальовані локації на небесах, вони такі там фіолетові, то у мене сльоза пробилася на обличчі, бо я дійсно не так це бачив. І в цьому весь кайф роботи з іншими».

Цікаво, що новини про проєкт з'являються буквально в реальному часі, і ми вже знаємо, хто озвучить головних персонажів. Голосом Серого став актор Олександр Рудинський. Це його дебют в анімації, але досвід вражає: від звання Заслуженого артиста України та участі в проєктах світового рівня, відзначених премією ВАФТА, до майбутньої ролі в адаптації «Гандам» від Netflix разом із Сідні Свіні та Джейсон Айзекс. В офіційному Instagram проєкту зазначили, що влучання в образ — абсолютне.

<p>За той самий фірмовий закарпатський колорит відповідає стендап-артистка Лера Мандзюк. Вона озвучить Ларису з Ужгорода. А роль «пухнастого ангела смерті» Мікі дісталася актору Олексій Гнатковський, знайомому багатьом за фільмом Довбуш.</p>	
<p><b>ПРОДЮСЕРКА (00:14:25)</b>          «І наші персонажі, вони такі спеціально стилізовані, карикатурні, утровані, а бекграунди, локації, навпаки, дуже стилізовані, реалістичні, продумані до деталей».</p> <p>У повному метрі масштаб історії виходить далеко за межі Закарпаття. Глядачі побачать локації, натхненні різними куточками України, які команда досліджувала особисто — наприклад, острів Джарилгач. Але попри такий розмах база залишається незмінною: Ужгород — це точка старту.</p>	
<p><b>ПРОДЮСЕРКА (00:15:00)</b>          «Ви легко впізнаєте Ужгород, легко впізнаєте Південь України, заправки, на яких ви бували. Тому саме такою мовою було легше і правдивіше розказати таку історію, як “Наша Файта”».</p>	
<p><b>КАРПЕНКО (00:11:04 / 00:11:32)</b>          «Ми поставили собі за ціль, щоб коли люди придуть у кінотеатр в Запоріжжі, в Харкові, в Києві, щоб не треба було їм нічого допояснювати.</p> <p>При цьому нам хочеться не втрачати своє лице, свою автентичність, колоритність. Тому частина героїв не спілкуватиметься діалектом. Але теми ми підніматимемо такі, які знайомі всім українцям».</p>	
<p><b>МІКІ (00:07:44)</b>          «Я не пам’ятаю контекст жарту, але жарт полягав у тому, що повар тулив вегетаріанцю свинину і якимось старався говорити, що йому можна цю свиню, бо вона по гороскопу риба. І це мій улюблений... Якимось там такий контекст жарту. Ну це я прям був: “Вау, ну будь ласка, свиня по гороскопу риба, ну це ж круто, її можна їсти”. Ми його просто вирізали через хронометраж».</p>	
<p><b>ЕРВІН НІМЕЦЬ (00:31:07)</b> «Я здивований, що хтось про “Нашу Файту” дипломну роботу пише, якщо чесно».</p> <p>Ми хотіли почути цю історію з перших вуст. Адже «Наша Файта» — унікальний для української анімації кейс, що створюється прямо зараз. За ним стоять роки життя, особисті трансформації і все те, що автори вкладають у слово «файта».</p>	
<p><b>МІКІ (00:16:17 / 00:16:24 / 00:16:32 / 00:16:40)</b>          «Це просто наша файта. Ви знаєте переклад. Оце воно і є. Родина, сім’я. А будучи взагалі правильним, то не тільки родина. Фамілія. Просто “фамілія” не в російській мові. На Закарпатті говорять так — “фамілія”, але це через те, що були... Як рід. Так, як рід. Фамілія, файта. Тобто не тільки сім’я з чотирьох чи восьми чоловік, а взагалі всі, хто тебе оточує».</p>	
<p><b>КАРПЕНКО (01:03:06 / 01:03:27)</b>          «Ну це... Частина мого життя, дуже велика частина мого життя. Це головний проєкт мого життя, який ніяк не закінчиться.</p> <p>Тепер це повнометражний мультфільм. І це класно. Тобто ми змінюємося, дорослішаємо, еволюціонуємо — і “Наша Файта” разом з нами».</p>	
<p><b>АЛІНА:</b> Тепер залишається тільки чекати на результат у 2027-му. Але, як на мене, найцікавіше в цій історії те, що вона почалась як звичайний студентський прикол на YouTube.</p>	<p><i>Динамічна нарізка: кадри старого мультфільму 2013 року.</i></p>
<p>І це справді ключовий момент. Бо з появою YouTube і взагалі інтернету анімація перестала бути чимось закритим і недосяжним. Це відкрило нову, зухвалу сторінку в культурі — інді-анімацію.</p>	<p><i>Уже інша локація, стендап у кадрі.</i></p>

Звісно, цей процес безпосередньо вплинув і на розвиток української анімації — і частково ми це вже побачили на прикладі «Нашої Файти».

У другій частині ми детально розберемо анатомію успіху незалежних авторів, зазирнемо в залаштунки перших кроків «Файти» на YouTube та спробуємо з'ясувати — чи дійсно саме інді-сектор сьогодні є головним двигуном інновацій в українській анімації. Складаємо цей пазл далі — «Покадрово». До зустрічі!

## АНОТАЦІЯ

**Музира А. А. Професійна студійна анімація в Україні: інтеграція у міжнародний кіноринок та адаптація контенту для закордонної аудиторії**

*Ключові слова: анімація, документальний YouTube-проект, міжнародний кіноринок, медіакомунікація, українська анімація, аудіовізуальний контент, цифрові медіа, адаптація контенту, YouTube, креативні індустрії.*

У кваліфікаційній бакалаврській роботі досліджено особливості створення документального ютуб-проекту про професійну студійну анімацію в Україні, її інтеграцію у міжнародний кіноринок та адаптацію контенту для закордонної аудиторії. У роботі проаналізовано теоретичні засади створення документального аудіовізуального контенту в умовах цифрових медіа, визначено роль YouTube як платформи поширення сучасних журналістських продуктів та розглянуто специфіку функціонування української анімаційної індустрії.

Практична частина роботи полягає у створенні документального YouTube-проекту «Покадрово», присвяченого розвитку української студійної анімації, її історії, сучасним викликам та міжнародному визнанню. У межах проекту використано інтерв'ю з представниками анімаційної індустрії, архівні матеріали, фрагменти анімаційних робіт, авторські стендапи та елементи візуального сторітелінгу. Особливу увагу приділено аналізу анімаційних проєктів «Мавка. Лісова пісня» та «Наша Файта» як прикладів адаптації українського культурного продукту до міжнародної аудиторії.

У роботі охарактеризовано структуру, жанрові особливості, драматургію та візуальне рішення створеного медіапроекту. Визначено значення української анімації як елемента культурної дипломатії та інструменту формування національного культурного коду у глобальному медіапросторі.

## ANNOTATION

### **Muzyra A. A. Professional Studio Animation in Ukraine: Integration into the International Film Market and Adaptation of Content for Foreign Audiences**

*Keywords: animation, documentary YouTube project, international film market, media communication, Ukrainian animation, audiovisual content, digital media, content adaptation, YouTube, creative industries.*

The qualification bachelor's thesis examines the peculiarities of creating a documentary YouTube project about professional studio animation in Ukraine, its integration into the international film market, and the adaptation of content for foreign audiences. The paper analyzes the theoretical foundations of documentary audiovisual content creation in the context of digital media, defines the role of YouTube as a platform for distributing modern journalistic products, and considers the specifics of the functioning of the Ukrainian animation industry.

The practical part of the thesis consists in creating the documentary YouTube project "Pokadrovo," dedicated to the development of Ukrainian studio animation, its history, current challenges, and international recognition. The project uses interviews with representatives of the animation industry, archival materials, fragments of animated works, original stand-ups, and elements of visual storytelling. Particular attention is paid to the analysis of the animation projects "Mavka. The Forest Song" and "Nasha Faita" as examples of adapting Ukrainian cultural products for international audiences.

The paper characterizes the structure, genre features, dramaturgy, and visual design of the created media project. The importance of Ukrainian animation as an element of cultural diplomacy and a tool for forming the national cultural code in the global media space is determined.