

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»
Кафедра журналістики

Миненко Валерія Михайлівна

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

«Інноваційний розвиток сучасного телебачення»

(тема)

061 Журналістика
(шифр і назва спеціальності)

«Журналістика»
(освітня програма)

Подається на здобуття освітнього ступеня бакалавр

Бакалаврська кваліфікаційна робота **Миненко Валерії Михайлівни** містить результати власних доробок. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

(підпис, ініціали та прізвище здобувача)

Науковий керівник:

Бут Оксана Василівна

Кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри журналістики

Київ - 2025 рік

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. Інновації у телевізійному контенті та стрімінгових платформах	8
1.1 Нова ера телевізійного контенту: зростання популярності оригінального контенту.....	8
1.2 Інновації у сфері стрімінгових платформ та сервісів на прикладі YouTube TV та Apple TV+	17
РОЗДІЛ 2. Порівняльна характеристика застосування інтерактивних технологій голосування та якості.....	30
2.1 Застосування інтерактивних технологій на прикладі програм «The Voice» та її української франшизи «Голос країни».....	30
2.2 Застосування прогресивних технологій якості на прикладі американської платформи Netflix та української платформи 1+1 video.....	39
РОЗДІЛ 3. Соціальні та економічні наслідки інновацій в телебаченні.....	50
3.1 Вплив нових технологій на аудиторію та медіаперспективи.....	51
3.2 Економічні зміни та майбутнє телекомпаній	58
ВИСНОВКИ	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	68

ВСТУП

Сучасне телебачення давно вийшло за межі трансляційної моделі, трансформуючись у мультиплатформене медіа, що поєднує лінійне мовлення, стрімінгові сервіси, інтерактивний контент та соціальні медіа. Визначальним для цієї трансформації став не стільки перехід до цифрового мовлення, що був завершений у багатьох країнах ще наприкінці ХХ — на початку ХХІ століття, скільки системний злам самої логіки споживання контенту та структур медіавиробництва. У 2020-х роках особливого значення набуває перехід до стрімінгової моделі дистрибуції, розвиток OTT-платформ, інтеграція ШІ, зміна форматів мовлення (наприклад, 16:9, UHD, H.265) та відхід від державного телебачення до суспільного і корпоративного.

Стрімінгові сервіси активно впроваджують штучний інтелект (ШІ) для підвищення операційної ефективності, включаючи аналіз поведінки користувачів, персоналізовані рекомендації, автоматизований переклад, модерацію контенту та генерацію сценаріїв. Це відкриває нові горизонти як у виробництві телевізійного контенту, так і у взаємодії з аудиторією.

Сучасні дослідження зосереджуються на аналізі трансформації медіаландшафту, переході до постлінійного телебачення, зміні ролі мовника, а також впливі цифрових платформ на аудиторну поведінку. Українські науковці, зокрема М. Кучерук (2021), Л. Сидорова (2020), Т. Лазарєва (2019), розглядають ці процеси крізь призму локального контексту та глобальних тенденцій. Водночас інтеграція інновацій у телевізійну індустрію — від змін у фінансуванні до створення медіаконцернів на зразок StarLightMedia — залишається сферою, що потребує подальшого дослідження та осмислення.

Ступінь наукової розробки.

Питання інноваційного розвитку сучасного телебачення привертають значну увагу як українських, так і зарубіжних науковців. Вітчизняні дослідники, зокрема Д. Козлов, Г. Манц, Е. Зуєва, С. Коваленко, М. Мельниченко, Т.

Трещинська та Є. Сєдов, зосереджують увагу на еволюції національного медіаландшафту в умовах цифрової трансформації, аналізуючи вплив новітніх технологій на телевізійну індустрію та особливості взаємодії між традиційними й новими медіаформатами.

Міжнародна наукова спільнота також приділяє значну увагу трансформації телебачення в цифрову епоху. Зокрема, фундаментальна праця «Революція платформ» (2016) Г. Г. Паркер, М. В. Ван Алстайн та С. П. Чоударі пропонує комплексний аналіз впливу цифрових платформ на сучасну економіку, зокрема на динаміку взаємодії між користувачами, контентом і технологічними сервісами. Це особливо важливо для розуміння функціонування потокових сервісів як домінантної моделі дистрибуції телевізійного контенту.

А. Д. Лотц у дослідженні «Телебачення буде революціонізоване» (2017) розглядає зміну парадигми споживання медіа: від лінійного мовлення до гнучких, персоналізованих платформ. Авторка підкреслює зростаючу роль глядача як активного суб'єкта у взаємодії з медіаконтентом, що має ключове значення в умовах інтерактивного середовища.

О. Коваленко у своїй роботі «Оригінальний контент у потокових сервісах» (2019) аналізує стратегії локалізації та створення ексклюзивного контенту, що є визначальними чинниками у конкурентній боротьбі між платформами за увагу глядачів.

Вагомий внесок у вивчення глобального ринку цифрового відео зробив Р. Лобато у книзі «Потокова передача, обмін, крадіжка» (2019), де він комплексно досліджує правові, культурні та економічні аспекти розповсюдження потокових сервісів на міжнародному рівні.

Окремо слід відзначити працю А. Д'Арма та Р. Ле Флоша «Телебачення переходить на цифровий формат» (2019), яка зосереджена на європейському досвіді цифрової трансформації: зміні державної політики, трансформації бізнес-

моделей і ролі суспільного мовлення. Їхній підхід відкриває перспективи для порівняльного аналізу з українським телемедійним середовищем.

Незважаючи на широкий спектр наукових досліджень, залишається недостатньо опрацьованим аспект комплексної інтеграції передових технологій — зокрема штучного інтелекту — у телевізійне виробництво та оцінка їхнього впливу на споживчу поведінку аудиторії, форматування контенту і трансформацію бізнес-моделей. Саме ця дослідницька прогалина визначає актуальність і спрямованість даної бакалаврської кваліфікаційної роботи.

Мета дослідження.

Метою даної дипломної роботи є аналіз інноваційних тенденцій у розвитку сучасного телебачення, визначення впливу новітніх технологій на формування медіапейзажу, а також оцінка перспектив розвитку галузі в умовах цифровізації та інтеграції інновацій.

Завдання дипломної роботи.

Для досягнення поставленої мети у роботі вирішуються наступні завдання:

- Дослідити інновації у телевізійному контенті: проаналізувати зростання популярності оригінального контенту та роль стрімінгових платформ, таких як YouTube TV та Apple TV+.
- Оцінити вплив інтерактивних технологій: дослідити використання інтерактивних технологій голосування в програмах «The Voice» і «Голос країни», а також їх вплив на якість телевізійного контенту.
- Проаналізувати застосування технологій якості: порівняти технології якості на платформі Netflix та 1+1 video, вивчаючи їх вплив на досвід глядачів.
- Дослідити соціальні та економічні наслідки інновацій: оцінити вплив нових технологій на аудиторію, а також економічні зміни для телекомпаній в умовах конкуренції з новими медіа-форматами.

- Дослідити взаємодію між новими технологіями та медіаформатами: проаналізувати, як передові технології трансформують формат та структуру телевізійного контенту, особливо в контексті потокових платформ.
- Вивчити перспективи розвитку інновацій у медіаіндустрії: оцінити майбутні тенденції в інноваціях медіаіндустрії, таких як штучний інтелект, віртуальна реальність, доповнена реальність та їх потенційне застосування в телевізійному контенті.
- Дослідити вплив цифрових платформ на традиційну телевізійну індустрію: оцінити, як нові цифрові платформи змінюють телевізійну індустрію, зокрема їхній вплив на розклади програм, демографічні дані аудиторії та рекламні стратегії.
- Оцінити ефективність інтерактивних функцій для залучення аудиторії: дослідити, як інтерактивні функції, такі як голосування в режимі реального часу, спільний перегляд та створення персоналізованих списків контенту, впливають на залучення глядачів.

Об'єкт дослідження.

Об'єктом дослідження є сучасне телебачення в умовах цифровізації та технологічних інновацій.

Предмет дослідження.

Предметом дослідження є інноваційні процеси, що відбуваються у сфері телебачення, зокрема зміни в структурах виробництва, розповсюдження та споживання телевізійного контенту під впливом новітніх технологій.

Наукові методи дослідження.

У цій роботі використовується кілька наукових методологій, включаючи аналіз та синтез, порівняльний підхід, історико-логічний та системний аналіз, контент-аналіз та емпіричні методи збору та обробки даних про тенденції

розвитку телевізійних технологій. Контент-аналіз застосовується для вивчення структурних та пов'язаних з контентом характеристик телевізійного контенту, з особливим акцентом на потокових платформах, інтерактивних форматах та інтеграції нових технологій.

Наукова новизна одержаних результатів.

Наукова новизна роботи полягає в комплексному підході до вивчення інновацій у сучасному телебаченні, а також у визначенні впливу новітніх технологій на зміну формату та змісту телевізійного контенту. Окрему увагу приділено аналізу розвитку стрімінгових платформ та їх впливу на традиційні медіаформати.

Практична значущість одержаних результатів.

Результати дослідження можуть бути використані медіа-менеджерами, виробниками телевізійного контенту та експертами для адаптації до нових умов медіапейзажу та ефективного використання інноваційних технологій у створенні та розповсюдженні контенту. Також результати можуть бути корисними для розробки стратегії розвитку телебачення на рівні як окремих компаній, так і на державному рівні.

Структура та обсяг роботи.

Дипломна робота складається з вступу, трьох основних розділів, висновків та списку використаних джерел. Також присутні 15 таблиць. Загальний обсяг роботи – 67 сторінок, що включає теоретичні та практичні аспекти досліджуваної теми.

РОЗДІЛ 1. Інновації у телевізійному контенті та стрімінгових платформах

У першому розділі досліджується, як цифрові технології та зміна споживчих звичок впливають на розвиток телевізійного контенту та стрімінгових сервісів. Зокрема, увага приділяється зростанню популярності оригінального контенту, який стає важливим інструментом у конкурентній боротьбі між платформами. Це створює нову еру для виробництва серіалів, шоу та фільмів, орієнтованих на індивідуальні смаки користувачів. У підрозділі 1.1 розглядається саме це явище — посилення ролі ексклюзивного контенту як рушія популярності платформи. Підрозділ 1.2 зосереджено на інноваційних рішеннях у сфері стрімінгових сервісів на прикладі YouTube TV та Apple TV+, які демонструють нові підходи до подачі, персоналізації та доступу до медіаконтенту. Таким чином, розділ комплексно висвітлює ключові зміни у формуванні та споживанні телевізійного продукту у цифрову епоху.

1.1 Нова ера телевізійного контенту: зростання популярності оригінального контенту

Зростаюча популярність оригінальних шоу, створених для стрімінгових платформ, таких як Netflix, Amazon Prime Video, Disney+ та інші, визначає нову еру телевізійного контенту. Це зміщення акценту з ліцензованих програм на ексклюзивний контент є наслідком технологічного прогресу та розвитку звичок споживання медіа. Як зазначають Г. Г. Паркер, М. В. Ван Алстайн та С. П. Чоударі (2016), цифрові платформи трансформують економічні моделі медіа, створюючи нові можливості для аудиторії. А. д'Арма та П. Ле Флох (2019) підкреслюють, що цифрова трансформація змінює телевізійні бізнес-моделі, тоді як А. Д. Лотц (2017) наголошує на важливості оригінальних шоу для нових моделей споживання. О. Коваленко (2019) аналізує важливість оригінального контенту для стрімінгових сервісів, а Р. Лобато (2019) звертає увагу на роль великих даних у формуванні світових медіаринків. Ці зміни відображають

перехід від традиційного телебачення до більш гнучкої, персоналізованої моделі споживання контенту.

Зростання популярності оригінального телевізійного контенту знаменує значну трансформацію у виробництві та споживанні медіа-продуктів, а також сприяє зменшенню ролі традиційних телевізійних мереж і кабельного телебачення. Все більше людей віддають перевагу потоковим послугам завдяки їх гнучкості, можливості перегляду контенту за власним розкладом і доступу до великої кількості унікального контенту. Такі платформи, як Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, а також нові гравці, такі як Apple TV+ і HBO Max, активно інвестують у створення ексклюзивного контенту високої якості та часто унікального стилю, націленого на певну аудиторію.

Телевізійний контент переживає одну з найважливіших трансформацій за всю свою історію. У той час, коли традиційне телебачення вже давно стало частиною медіапейза, глобальні зміни в технологіях і звичках споживання контенту дали шанс стрімінговим платформам, таким як Netflix, Amazon Prime Video, Hulu та інші, завоювати популярність. Однак, у центрі цієї зміни лежить не тільки технологія, але й підхід до контенту, а саме — зростання популярності оригінальних шоу та серіалів[1].

Традиційне телебачення довгі роки було залежне від ліцензованих форматів, тобто контенту, який придбається у великих студій і мереж, таких як NBC чи CBS. Це включало популярні серіали, фільми і шоу, що орієнтувались на широкий попит і працювали на широкій аудиторії. Однак, з появою стрімінгових платформ ситуація змінилася.

Відмова від стандартів масового попиту і створення ексклюзивного контенту для певних платформ стало важливим кроком у розвитку сучасних медіа. Стрімінгові платформи почали інвестувати у виробництво оригінальних шоу, таких як Stranger Things (Netflix) і The Boys (Amazon Prime Video). Вони більше не орієнтуються тільки на «широку» аудиторію. Натомість, вони

розробляють контент для специфічних груп глядачів, від культових фанатів жанру до тих, хто шукає нові культурні й соціальні парадигми в медіа, для кращого розуміння надана таблиця 1.1 Це забезпечує платформам величезну перевагу, адже таким чином вони створюють унікальний медіапродукт, який неможливо знайти на інших каналах чи в мережах[2].

Аспект	Телевізійний контент	Стрімінгові прлатформи
Тип контенту	Переважно ліцензований, придбаний у інших кромпаній	Створений платформою або ексклюзивний для неї
Приклад	Фільми, шоу, серіали від великих студій (наприклад, CBS, NBC, FOX)	Шоу Netflix «Stranger Things», Amazon Prime «The Boys»

Таблиця 1.1 Типи контенту на традиційному телебаченні і стрімінгових платформах

Загалом оригінальний контент став не лише трендом, а й необхідною умовою стрімінгових платформ, які прагнуть лідирувати на медіаринку. Без інвестицій у власні серіали та фільми ці сервіси не зможуть зберегти свою конкурентоспроможність в умовах постійного розвитку та швидких змін споживчого середовища. Також, оригінальний контент дозволяє творцям вільно експериментувати з жанрами, сюжетними лініями та формами подання. У порівнянні з традиційним телебаченням, де існують певні обмеження щодо тривалості програми, рекламних пауз та інших факторів, потокові платформи пропонують свободу створення контенту без таких обмежень[3]. Це дозволяє створювати більш гнучкі та художньо вишукані продукти, які відповідають запитам сучасної аудиторії.

Незважаючи на те, що традиційні телеканали продовжують створювати контент за знайомими форматами, стрімінгові платформи пропонують набагато більшу гнучкість у виробництві, як видно в таблиці 1.2. Вони можуть обирати нестандартні формати, працювати з новими технологіями, запрошувати різноманітних творців контенту з усього світу та експериментувати з новими жанрами [4]. Ця гнучкість дозволяє платформам бути не лише споживачами медіа, але й активними учасниками культурного процесу.

Аспект	Телевізійний контент	Стрімінгові платформи
Гнучкість у виробництві	Обмежена через права на показ і контрактні угоди	Більша свобода у створенні контенту за власними стандартами

Таблиця 1.2 Гнучкість у виробництві контенту на телебаченні та стрімінгових платформах.

Сучасний глядач все більше прагне гнучкості у виборі часу та місця перегляду телепередач і фільмів. Потоківі платформи значно полегшують цей процес надаючи контент на вимогу, не вимагаючи від глядачів адаптації до розкладу телеканалів. Це підвищує зручність для користувачів і робить потоківі послуги більш привабливими. Такий підхід особливо сприяє популярності оригінальних серіалів і фільмів, оскільки вони доступні для перегляду в будь-який зручний час без будь-яких обмежень.

Стрімінгові сервіси, що активно інвестують у власний контент, отримують не тільки зростаючий попит, але й стають важливими гравцями на медіа-ринку. Оригінальний контент, по суті, став основною причиною, чому користувачі вибирають ту чи іншу платформ, як зазначено в таблиці 1.3. Наприклад, для багато хто з користувачів Netflix саме такі серіали, як *The Crown* чи *Ozark*, є основним стимулом для підписки. Водночас, оскільки платформи прагнуть до оригінальності, вони почали розширювати жанрову різноманітність та стирати

межі між різними видами контенту — від драм до наукової фантастики, від комедій до трилерів[5].

Аспект	Телевізійний контент	Стрімінгові платформи
Значення для платформ	Менше впливу на довгострокові стратегії платформ	Оригінальний контент є основним фактором залучення підписників

Таблиця 1.3 вплив та оригінальність

Зростання популярності оригінального контенту змінює не лише стратегії платформ, але й саму культуру споживання контенту, розписано в таблиці 1.4. Оскільки стрімінгові сервіси випускають серіали всієї сезону одразу, вони дозволяють глядачам не залежати від традиційного графіка випуску (тижневих серій), даючи можливість «поглинати» серіали на свій розсуд. Це, в свою чергу, формує нову культуру перегляду, що дозволяє не лише одночасно обговорювати шоу, але й створювати нові соціальні феномени, зокрема через обговорення сюжетів у соцмережах та фандоми[6].

Аспект	Телевізійний контент	Стрімінгові платформи
Час випуску	Розклад на тиждень або сезонне випускання серіалів	Всі серії випускаються одночасно

Таблиця 1.4 Час випуску контенту

Однією з основних відмінностей між телебаченням і стрімінговими платформами є підхід до фінансування, для кращої орієнтованості таблиця 1.5. Традиційні телеканали в основному залежать від зовнішніх джерел фінансування: це можуть бути рекламні доходи, спонсорські угоди або ліцензійні угоди з великими студіями та виробниками контенту. У свою чергу, стрімінгові платформи активно інвестують у власні оригінальні проекти, що вимагає значних фінансових витрат. Наприклад, серіали як *Stranger Things* чи *The Witcher* від Netflix стали дуже дорогими проектами, що мають величезні

бюджети для забезпечення високої якості зображення, спецефектів та касту акторів [3].

Аспект	Телевізійний контент	Стрімінгові платформи
Фінансування та бюджет	Більшість фінансів надходить від великих телевізійних мереж	Великі витрати на оригінальні проекти від компаній, таких як Netflix, Amazon, Apple

Таблиця 1.5 Фінансування контенту та пратформи

Один з важливих аспектів, який відрізняє оригінальний контент стрімінгових платформ від традиційного телебачення, — це можливість орієнтуватися на більш вузькі аудиторії, що дає шанс створювати контент для конкретних груп глядачів, як вказано в таблитці 1.6. Стрімінгові платформи, маючи доступ до величезної кількості даних про своїх користувачів, можуть точно визначати інтереси своїх глядачів і створювати контент, що відповідатиме цим інтересам. Наприклад, Black Mirror на Netflix звертається до тих, хто цікавиться соціальними і технічними аспектами майбутнього, тоді як The Crown орієнтується на шанувальників історії та драми[7].

Аспект	Телевізійний контент	Стрімінгові платформи
Орієнтованість на аудиторію	Часто залежить від широкого попиту та стандартних форматів	Оригінальні шоу мають можливість орієнтуватись на конкретні ніші аудиторії

Таблиця 1.6 Аудиторія телебачення та стрімінгових пратформ

Враховуючи технологічні можливості сучасних стрімінгових платформ, інтерактивність контенту стала новим напрямом розвитку медіа, як в таблиці 1.7. Наприклад, Netflix представив інтерактивні серіали, де глядач може вибирати, як розвиватимуться події, що додає елемент участі в сюжеті. Це відкриває нові можливості для взаємодії між виробниками контенту і глядачами, що є важливим

кроком у розвитку споживчого досвіду в цифрову еру. Водночас традиційне телебачення залишається обмеженим у цьому відношенні, оскільки не має можливості для створення такого рівня інтерактивності.

Аспект	Телевізійний контент	Стрімінгові платформи
Можливості для інтерактивності	Обмежені, залежить від формату шоу	Більше можливостей для інтерактивності (наприклад, інтерактивні серіали Netflix)

Таблиця 1.7 Інтерактивність та можливості

Ще один вагомий фактор – глобалізація медіаринку. Сервіси потокового передавання надають доступ до контенту для глядачів у всьому світі, дозволяючи створювати програми, адаптовані до різних культурних контекстів, для ознайомлення з більшою інформацією, таблиця 1.8. Оригінальні серіали та фільми, які можуть завоювати популярність не лише в країні виробництва, а й на міжнародному рівні, стали важливими інструментами для платформ, які прагнуть задовольнити потреби глобальної аудиторії. Наприклад, такі проекти, як мексиканський серіал «Dark Desire» і турецький «The Gift» отримали широкую популярність завдяки своїм оригінальним сюжетам і універсальним темам, що переграються між культурами.

Іншим важливим моментом є те, що стрімінгові платформи відкрили нову еру глобалізації телевізійного контенту. Вони активно пропонують контент, який може бути популярним не лише в межах однієї країни, а й по всьому світу. Завдяки таким серіалам, як Money Heist (La Casa de Papel), платформи змінили спосіб, яким серіали сприймаються глобально. Ці серіали, попри те що вони були створені для специфічної національної аудиторії, здобули міжнародний успіх завдяки своєму універсальному посланню та унікальному підходу[8].

Аспект	Телевізійний контент	Стрімінгові платформи
--------	----------------------	-----------------------

Глобалізація контенту	Локальне виробництво, орієнтація на національні ринки	Глобальне охоплення, серіали, які отримують популярність у різних культурах (наприклад, La Casa de Papel)
-----------------------	---	---

Таблиця 1.8 Глобалізація контенту

Ця тенденція демонструє, що контент, орієнтований на національні особливості, може бути водночас цікавим і привабливим для міжнародної аудиторії. Така глобалізація не тільки збільшує попит на місцевий контент, але й сприяє культурному обміну, дозволяючи країнам представляти світові свої творчі досягнення. Таким чином, потокові платформи можуть не тільки значно збільшити кількість передплатників, але й сприяти створенню більш інклюзивного та мультикультурного медіа-простору[9].

Підсумовуючи, можна зазначити, що стрімінгові платформи телепроекти мають свої унікальні особливості, що визначають їх популярність серед різних аудиторій. Кожен формат має свої переваги та недоліки, що безпосередньо впливають на досвід користувачів. Нижче представлена таблиця 1.9, яка підсумовує ключові плюси та мінуси обох форматів, надаючи змогу порівняти їх у контексті сучасних медіа.

Телевізійний Контент	
Плюси	Мінуси
- Перевірений часом: популярні шоу та фільми мають великий успіх серед широкої аудиторії.	- Зазвичай обмежений за форматом та концепцією через авторські права та контракти.
- Високий рівень виробництва від відомих студій та телеканалів.	- Залежність від зовнішніх студій і прав, що може обмежити вибір контенту для платформ.

- Різноманітність жанрів і форматів, доступних для різних вікових груп та інтересів.	- Зазвичай немає значної гнучкості у творчості, оскільки контент часто адаптований до стандартів мережі.
- Висока популярність серед ширших мас, з великою аудиторією та надійною репутацією.	- Немає інноваційних елементів, що могли б зацікавити більш нишеві аудиторії.
Стрімінгові Платформи	
Плюси	Мінуси
- Можливість творчої свободи та інновацій: нові, незвичні ідеї, формат, жанр.	- Може бути менш перевіреним і ризикованим для платформи в плані популярності.
- Унікальність, що створює бренд та ідентичність для платформи (наприклад, Netflix, Disney+).	- Великі фінансові витрати на створення і підтримку оригінальних шоу та серіалів.
- Призначено для специфічної аудиторії, що дозволяє задовольняти різноманітні інтереси.	- Проблеми з високими витратами і ризиками через обмежену кількість глядачів для нових форматів.
- Наявність ексклюзивного контенту привертає підписників і збільшує лояльність користувачів.	- Може бути обмежений за кількістю або термінами (наприклад, «ексклюзивний» контент тільки для підписників).
- Пропонує нові можливості для інтерактивності (наприклад, інтерактивні серіали на Netflix).	- Не завжди відповідає традиційним стандартам якості, що іноді може негативно впливати на сприйняття.
Висновок по таблиці	
Телевізійний Контент	Стрімінгові Платформи
Ідеально підходить для широкої аудиторії, оскільки є перевіреним і здобув популярність у минулому.	Надає більше творчої свободи та інновацій, дозволяючи платформам створювати унікальний досвід для

Однак він часто обмежений у форматах і менш гнучкий.	користувачів. Однак це більш ризиковане в плані фінансових витрат і популярності, оскільки не завжди можна передбачити реакцію аудиторії.
--	---

Таблиця 1.9 Порівняльна характеристика телевізійного контенту та стрімінгових платформ

Отже, як показує порівняння, вибір між стрімінговими платформами та телевізійними проектами залежить від індивідуальних вподобань та потреб глядачів. Стрімінгові сервіси надають більше свободи у виборі контенту та гнучкості в перегляді, тоді як традиційне телебачення все ще залишається надійним джерелом живого контенту та новин. Однак, зважаючи на швидкий розвиток технологій та зміну медіапейзажу, можна очікувати, що ці формати будуть еволюціонувати, а їхня взаємодія лише зростатиме. Вибір між ними залежить від того, який досвід споживання контенту є найбільш важливим для конкретного користувача.

1.2 Інновації у сфері стрімінгових платформ та сервісів на прикладі YouTube TV та Apple TV+

Інновації у сфері стрімінгових платформ та сервісів відіграють ключову роль у трансформації телевізійної індустрії, зокрема завдяки появі таких платформ, як YouTube TV та Apple TV+. Ці сервіси активно інтегрують передові технології та бізнес-моделі, що дозволяє їм підтримувати конкурентоспроможність у динамічно мінливому медіаландшафті. Зокрема, Г. Г. Паркер, М. В. Ван Алстайн та С. П. Чоударі у своєму дослідженні «Революція платформ» (2016) підкреслюють значення цифрових платформ у переосмисленні економічних моделей та взаємодії між користувачами та контентом. У випадку YouTube TV з його постійними змінами тарифів та стратегій (Д. Палумбо, 2024) та інвестиціями Apple TV+ в оригінальний контент (О. Березін, 2024), ми спостерігаємо не лише еволюцію сервісів, але й зміну самих моделей споживання контенту. Згідно з дослідженням С. В. Коваленко (2021), ці сервіси

активно використовують інноваційні підходи до локалізації, персоналізації та монетизації, що пояснює їхню популярність у різних регіонах світу, незважаючи на складне конкурентне середовище[10].

YouTube TV і Apple TV+ є прикладами інноваційних потокових платформ, які активно впроваджують нові технології для покращення взаємодії з користувачем і розширення своїх можливостей.

YouTube TV пропонує понад 100 каналів, включаючи місцеві та кабельні канали, а також необмежений DVR для запису шоу. Ця функція дозволяє користувачам вільно вибирати, що дивитися, не обмежуючись часом. Платформа підтримує широкий спектр пристроїв, включаючи смарт-телевізори, смартфони та ігрові консолі, що робить її доступною для широкої аудиторії.

Одним із ключових нововведень YouTube TV є функція «Multiview». Ця функція дозволяє користувачам дивитися до чотирьох прямих трансляцій одночасно. Це особливо корисно для спортивних подій, де глядачі можуть захотіти стежити за кількома іграми одночасно. Наприклад, абоненти NFL Sunday Ticket можуть використовувати цю функцію для перегляду кількох спортивних подій без перемикання між каналами. YouTube TV активно розвиває цю функцію та планує розгорнути її на основній платформі YouTube у майбутньому[11].

Крім того, YouTube TV продовжує додавати нові функції, щоб зробити перегляд зручнішим. Наприклад, розширена функція керування відтворенням дозволяє користувачам швидко переміщатися та налаштовувати вміст. Іншим корисним доповненням є «режим без спойлерів», який гарантує, що користувачі можуть переглядати контент, не стикаючись із небажаними сюжетними викриттями, що робить його особливо корисним для шанувальників серіалів і спортивних подій у прямому ефірі.

Apple TV+ — це сервіс потокового передавання на основі підписки, який спеціалізується на оригінальному вмісті від Apple, зокрема серіалах, фільмах і

документальних фільмах. Одним із ключових нововведень Apple TV+ є його інтеграція з іншими сервісами Apple, такими як Apple News і Apple Sports, що дозволяє користувачам отримувати персоналізовані рекомендації та отримувати доступ до прямих спортивних трансляцій.

Apple TV+ також підтримує високоякісні функції для покращення враження від перегляду, такі як розширені субтитри та функція «In Frame», яка надає інформацію про акторів, персонажів і музику під час перегляду. Ці функції забезпечують більш інтерактивний досвід для користувачів, які хочуть дізнатися більше про вміст під час перегляду[12].

Крім того, Apple TV+ інтегровано в програму Apple TV, що дозволяє користувачам зручно переглядати весь вміст на одному екрані. Ця інтеграція з більш широкою екосистемою Apple дозволяє користувачам створювати персоналізовані списки спостереження та отримувати рекомендації на основі їхніх попередніх звичок перегляду.

Обидві платформи активно покращують користувацький досвід, впроваджуючи нові технології та функції, які забезпечують більш інтерактивне, персоналізоване та зручне середовище перегляду. Ці інновації допомагають цим платформам залишатися конкурентоспроможними на ринку та відповідати запитам сучасних глядачів, які шукають нові способи взаємодії з медіа.

Окрім цих специфічних функцій, YouTube TV і Apple TV+ є частиною ширшої тенденції в індустрії потокового передавання, де технологічний прогрес і інновації, орієнтовані на користувача, визначають майбутнє споживання медіа [13].

Ще одна помітна тенденція потокового передавання – зростаючий попит на різноманітний контент. Обидві платформи вклали значні кошти в оригінальний контент, щоб задовольнити різноманітну аудиторію та надати широкий спектр жанрів, від драм і комедій до документальних фільмів і реаліті-шоу. Apple TV+, наприклад, отримав похвалу за широкий вибір високоякісних,

нагороджених оригінальних серіалів, таких як «Ted Lasso», «The Morning Show» і «Severance». З іншого боку, YouTube TV виділяється своєю гнучкістю та широким вибором каналів, що робить його привабливим вибором для людей, яким потрібен як контент за запитом, так і пряме телебачення.

Крім того, ці платформи також підвищують доступність свого вмісту. Apple TV+ пропонує такі функції, як підтримка VoiceOver і субтитри, що забезпечує більш інклюзивний досвід для користувачів з обмеженими можливостями. Постійне вдосконалення інтерфейсу користувача YouTube TV і підтримка різних мов також відображають прагнення зробити платформу доступною для глобальної аудиторії [14].

Заглядаючи в майбутнє YouTube TV і Apple TV+, ймовірно, продовжуватимуть розвивати інновації в потоковому просторі. У міру того, як очікування споживачів розвиватимуться, сервіси потокового передавання повинні будуть адаптуватися, щоб запропонувати ще більш інтерактивний, персоналізований та захоплюючий досвід перегляду. Інновації в області штучного інтелекту, машинного навчання та доповненої реальності можуть ще більше змінити те, як користувачі взаємодіють із контентом і відкривають нові шоу та фільми.

Потокові платформи також, ймовірно, експериментуватимуть із новими бізнес-моделями. У той час як послуги на основі підписки домінують, зростає інтерес до гібридних моделей, які поєднують підписку з рекламним вмістом, забезпечуючи більш гнучкі варіанти ціноутворення для споживачів. Ці моделі дозволяють потоковим послугам охоплювати ширшу аудиторію, зберігаючи стабільний потік доходу.

Оскільки потокові сервіси, такі як YouTube TV і Apple TV+, продовжують удосконалюватись, вони також прокладають шлях до кількох нових тенденцій, які суттєво вплинуть на майбутнє розваг. Однією з найпомітніших тенденцій є зростання інтерактивного та захоплюючого контенту. Обидві платформи

знаходяться в авангарді дослідження того, як технології можуть покращити враження від перегляду за межі традиційних лінійних медіа.

Наприклад, Apple TV+ уже експериментувала з інтерактивними форматами, як-от історії в стилі «Вибери власну пригоду», які дозволяють глядачам впливати на напрямок розповіді. З розвитком технологій все більше платформ, імовірно, приймуть подібні функції, заохочуючи аудиторію глибше взаємодіяти з вмістом. Віртуальна реальність (VR) і доповнена реальність (AR) також набирають обертів у медіаіндустрії, і такі компанії, як Apple, уже інвестують у технології, які можуть інтегрувати AR у їхні потокові передачі. Це запропонує глядачам абсолютно нові способи взаємодії з контентом, будь то перегляд фільму у віртуальному кінотеатрі чи перегляд інтерактивних елементів документального фільму[15].

Крім того, рекомендації щодо контенту, керовані ШІ, продовжуватимуть відігравати вирішальну роль у формуванні майбутнього потокових сервісів. Apple TV+ уже використовує алгоритми машинного навчання для персоналізації пропозицій контенту, допомагаючи користувачам відкривати нові шоу та фільми на основі їхніх звичок перегляду. Оскільки технології штучного інтелекту стануть ще більш досконалішими, рекомендації будуть ще більш адаптованими, пропонуючи не лише вибір розваг, але й потенційно спрямовуючи користувачів до освітнього чи інформативного контенту, про який вони могли не думати.

Що стосується розповсюдження контенту, YouTube TV і Apple TV+ також відходять від традиційних моделей мовлення. YouTube TV, наприклад, почав надавати доступ до прямого ефіру спортивних подій та ексклюзивних трансляцій, які колись були доменом кабельних мереж. По мірі того, як сервіси потокового передавання переходять на спортивну арену в прямому ефірі, вони кидають виклик визнаним медіа-гігантам, пропонуючи гнучкі варіанти перегляду за запитом, для яких не потрібен традиційний кабельний пакет.

Модель Apple TV+ для створення високоякісного ексклюзивного контенту також розширює межі того, що можуть запропонувати послуги на основі підписки. Замість того, щоб покладатися виключно на велику бібліотеку вмісту, Apple стратегічно зосередилася на створенні меншої, але більш ретельної добірки оригінального програмування[16]. Ця зміна позиціонує Apple TV+ як послугу преміум-класу для глядачів, які цінують якість, а не кількість, з ексклюзивними шоу, такими як «Ted Lasso», «Foundation» і «Servant», які викликають визнання критиків і зміцнюють лояльну базу шанувальників.

Крім того, глобальне охоплення та локалізація є критичними областями для обох платформ. Із зростаючою глобалізацією медіа потокові платформи інвестують значні кошти в міжнародний контент. YouTube TV розширив своє охоплення регіональним вмістом, пропонуючи глядачам доступ до місцевих каналів і трансляцій з різних країн. Так само Apple TV+ досягла значних успіхів у створенні локалізованих версій оригінального вмісту, адаптації шоу та фільмів до різних мов і культурних контекстів. Це допомагає обом платформам обслуговувати глобальну аудиторію, зберігаючи при цьому локальний зв'язок, який стає все більш важливим із зростанням міжнародних ринків.

Що стосується самих бізнес-моделей, YouTube TV і Apple TV+ представляють зростаючу тенденцію контенту на основі підписки, який продовжує замінювати традиційні рекламні моделі. Проте зростає інтерес до гібридних моделей — поєднання підписки та рекламного вмісту, — які можуть запропонувати більш гнучку структуру ціноутворення для глядачів. Цей зсув може зробити преміум-контент більш доступним для ширшого кола споживачів, гарантуючи, що потокові платформи збережуть широку аудиторію, зберігаючи прибутковість[17].

Стратегії монетизації також продовжуватимуть розвиватися. YouTube TV із функцією телевізійної трансляції в прямому ефірі може запропонувати користувачам більше можливостей платити за певні канали чи пакети, які

відповідають їхнім потребам перегляду, замість того, щоб змушувати споживачів платити за величезну кількість каналів, які вони не дивляться. Ця гнучкість оплати за перегляд дозволить користувачам адаптувати свої підписки та краще відповідати своїм моделям споживання.

Роль даних і аналітики в покращенні створення контенту також є значною. Таблиця 1.10, порівнює два популярні стрімінгові сервіси — YouTube TV та Apple TV+, зокрема за такими критеріями, як тип контенту, ціна, доступність та функціональні можливості. Обидві платформи, ймовірно, використовуватимуть аналітику даних, щоб краще зрозуміти переваги та тенденції глядачів. Це не тільки допоможе уточнити рекомендації щодо вмісту, але й сформує майбутні рішення щодо програмування. Розуміючи, які типи шоу чи фільмів викликають найбільше залучення, обидві платформи можуть інвестувати у створення контенту, який резонує з їхньою аудиторією, ще більше покращуючи враження від перегляду[18].

Параметр	YouTube TV	Apple TV+
Тип сервісу	Стрімінговий сервіс для телебачення (live TV)	Стрімінговий сервіс для оригінального контенту (фільми, серіали)
Основний контент	Прямі трансляції телевізійних каналів (новини, спорт, шоу тощо)	Оригінальні фільми та серіали від Apple
Цільова аудиторія	Люди, які хочуть доступ до традиційного телебачення в інтернеті	Користувачі, які шукають оригінальний контент від Apple
Підписка	Платна підписка, яка надає доступ до телеканалів	Платна підписка для перегляду контенту Apple

Кількість користувачів	Доступно на багатьох пристроях (телевізори, смартфони, комп'ютери)	Доступно на різних пристроях Apple (iPhone, iPad, Mac) та на інших через додаток Apple TV
Система каналів/колекцій	Можливість додавати канали, організація по категоріях (спорт, новини, розваги)	Оригінальний контент без додаткових сторонніх каналів
Ціна	\$82.99 ^б на місяць (може варіюватися)	\$9.99 на місяць
Доступ до контенту	Лінійний доступ до телевізійних каналів, можливість запису	Весь контент доступний по вимозі (on-demand)
Безкоштовний пробний період	7 днів	7 днів
Платформи	Web, Android, iOS, Smart TV, Chromecast, Roku	Web, iOS, iPad, Mac, Apple TV, Smart TV
Оригінальний контент	Немає	Величезна бібліотека оригінальних фільмів та серіалів
Можливість зберігання контенту	Можна записувати шоу та переглядати пізніше (DVR)	Доступ до всіх оригінальних фільмів/серіалів без можливості запису

Таблиця 1.10 Порівняння стрімінгових сервісів

Схожості:

- Обидва сервіси пропонують безкоштовний пробний період на 7 днів.

- Обидва сервіси доступні на різних пристроях, таких як смартфони, телевізори, комп'ютери.
- Підписка на обидва сервіси є платною, однак ціни та типи контенту значно відрізняються.

Відмінності:

- YouTube TV орієнтований на трансляцію живих каналів (ліцензійний телевізійний контент), тоді як Apple TV+ пропонує оригінальні фільми та серіали.
- YouTube TV дозволяє записувати контент і переглядати його пізніше, в той час як Apple TV+ працює лише за моделлю on-demand без можливості запису.

З огляду на постійні інновації в YouTube TV [8] та Apple TV+ [9], індустрія потокового відео розвивається дуже швидкими темпами. Завдяки новим технологіям, зростаючій увазі до взаємодії з користувачем і розширеному асортименту контенту, ці платформи змінюють підхід до споживання розваг. Відходячи від традиційного телебачення, досліджуючи нові інтерактивні можливості та орієнтуючись на персоналізований контент, вони відкривають нові горизонти для майбутнього цифрових медіа. Їхній вплив, разом із постійним розвитком, ймовірно, стане основою для нових стандартів у індустрії розваг.

Окрім уже згаданих аспектів, варто детальніше розглянути вплив персоналізації контенту на досвід користувачів. Обидві платформи, YouTube TV та Apple TV+, активно використовують алгоритми для аналізу даних про звички перегляду, вподобання та демографічні характеристики користувачів. Це дозволяє їм пропонувати персоналізовані рекомендації, що підвищує залученість та задоволеність глядачів.

Наприклад, YouTube TV аналізує, які канали та програми користувачі дивляться найчастіше, щоб пропонувати їм схожий контент. Apple TV+, у свою

чергу, використовує алгоритми для аналізу жанрів та акторів, які користувачі віддають перевагу, щоб рекомендувати їм нові фільми та серіали[19].

Варто звернути увагу на зростаючу роль соціальних функцій у потокових платформах. YouTube TV та Apple TV+ інтегрують соціальні функції, такі як можливість ділитися рекомендаціями з друзями, створювати спільні списки перегляду та обговорювати контент у соціальних мережах. Це сприяє формуванню спільнот глядачів та підвищує соціальну взаємодію навколо контенту.

Важливим аспектом є розвиток технологій потокового відео з високою роздільною здатністю та об'ємним звуком. Обидві платформи підтримують формати 4K HDR та Dolby Atmos, що забезпечує високу якість зображення та звуку. Однак, з розвитком технологій, очікується поява нових форматів, таких як 8K та 3D-звук, що ще більше покращить враження від перегляду.

Також, варто розглянути вплив потокових платформ на розвиток локального контенту. YouTube TV та Apple TV+ інвестують у виробництво контенту в різних країнах, що сприяє розвитку місцевих талантів та інфраструктури. Це дозволяє глядачам насолоджуватися різноманітним контентом, що відображає різні культурні контексти[20].

Розвиток технологій захисту контенту від піратства є важливим аспектом. Обидві платформи використовують технології DRM (Digital Rights Management) для захисту контенту від нелегального копіювання та розповсюдження. Однак, з розвитком технологій, пірати також знаходять нові способи обходу захисту, що вимагає постійного вдосконалення технологій захисту контенту.

Отже, варто звернути увагу на вплив потокових платформ на розвиток рекламного ринку. Зростання популярності потокових платформ призводить до зменшення аудиторії традиційного телебачення, що впливає на рекламні доходи телеканалів. Однак, потокові платформи також пропонують нові можливості для рекламодавців, такі як таргетована реклама та інтерактивна реклама.

Ще одним аспектом є розвиток технологій штучного інтелекту та машинного навчання. Обидві платформи використовують ці технології для персоналізації рекомендацій, аналізу даних про звички перегляду та оптимізації потокового відео. Однак, з розвитком технологій, очікується поява нових можливостей, таких як створення контенту за допомогою штучного інтелекту та аналіз емоцій глядачів.

Звернути увагу варто на вплив цих платформ на формування споживчих звичок. Глядачі все більше звикають до миттєвого доступу до різноманітного контенту, що змінює їхні очікування від розваг. Це також впливає на сприйняття часу, оскільки можливість «binge-watching» (перегляд декількох епізодів поспіль) стає нормою.

Можна розглянути питання доступності контенту для різних соціальних груп. Стрімінгові платформи, з одного боку, забезпечують доступ до контенту для широкої аудиторії, але з іншого – можуть створювати цифрову нерівність, оскільки не всі мають доступ до швидкого інтернету та необхідних пристроїв.

Окрім того, важливим аспектом є вплив стрімінгових платформ на розвиток незалежного кіно та телебачення. Вони надають можливість для незалежних творців контенту донести свої роботи до широкої аудиторії, що сприяє розвитку культурного різноманіття.

Актуальне питання екологічності стрімінгових платформ. Вони споживають значну кількість електроенергії для передачі даних, що має вплив на екологію. Тому важливо розглядати питання екологічної відповідальності стрімінгових платформ.

Вплив стрімінгових платформ на розвиток освіти, надає доступ до освітнього контенту, такого як документальні фільми, лекції та освітні програми, що може сприяти розвитку освіти та самоосвіти.

Також, варто звернути увагу на питання конфіденційності даних користувачів. Стрімінгові платформи збирають велику кількість даних про звички перегляду користувачів, що викликає питання щодо конфіденційності та безпеки цих даних [21].

Ще одним важливим аспектом є розвиток технологій віртуальної та доповненої реальності (VR/AR). Очікується, що ці технології будуть інтегровані в стрімінгові платформи, що відкриє нові можливості для інтерактивного та захоплюючого перегляду.

У першому розділі здійснено комплексний аналіз впливу цифрових технологій та змін у поведінці аудиторії на трансформацію телевізійного контенту. Встановлено, що перехід від традиційної моделі лінійного мовлення до стрімінгових сервісів спричинив не лише технічну, але й змістовну еволюцію телевізійного продукту. Основна увага в нових умовах приділяється гнучкості доступу, персоналізації досвіду споживання та формуванню ексклюзивного контенту, який відповідає запитам цільової аудиторії.

У підрозділі 1.1 наголошено на зростанні значення оригінального (ексклюзивного) контенту як одного з головних інструментів у стратегіях стрімінгових платформ. Такі сервіси, як Netflix, Amazon Prime чи Disney+, інвестують у власне виробництво фільмів, серіалів та шоу, орієнтованих на нішеві інтереси. Це дозволяє їм формувати лояльну аудиторію, диференціюватися на ринку та зміцнювати власний бренд.

У підрозділі 1.2 розглянуто інноваційні рішення у функціонуванні стрімінгових платформ, зокрема YouTube TV та Apple TV+. Вони демонструють, що майбутнє телебачення пов'язане не лише з контентом, а й з удосконаленням технологій його подачі: інтеграцією ШІ для рекомендацій, мультіекранним доступом, адаптацією під індивідуальні алгоритми перегляду, а також створенням інтерфейсів, зручних для різних платформ (мобільні додатки, смарт-ТВ, інтеграція з голосовими асистентами тощо).

Крім того, доведено, що споживчі звички аудиторії кардинально змінилися: користувачі очікують не просто контенту "за розкладом", а можливості самостійно обирати час, спосіб і формат перегляду. Це формує нові виклики перед виробниками контенту та трансформує бізнес-моделі медіакомпаній. Таким чином, перший розділ окреслює ключові тенденції цифрової трансформації телебачення:

- переорієнтація на контент, створений під конкретного глядача;
- посилення ролі ексклюзивності як чинника комерційного успіху;
- впровадження інновацій у подачі та дистрибуції медіапродуктів;
- зміна ролі глядача — від пасивного споживача до активного учасника вибору та формування контенту.

Ці тенденції визначають основні напрями подальшого розвитку телевізійної індустрії в цифрову епоху та окреслюють необхідність стратегічної адаптації як технічних платформ, так і виробників контенту до нових реалій медіаспоживання.

РОЗДІЛ 2. Порівняльна характеристика застосування інтерактивних технологій голосування та якості.

У другому розділі розглядається вплив сучасних технологій на залучення глядачів та підвищення якості телевізійного контенту. Особливу увагу приділено інтерактивним елементам, які дозволяють глядачам не лише спостерігати, а й безпосередньо впливати на хід подій. У підрозділі 2.1 аналізується застосування технологій голосування у телепроектах на прикладі міжнародного шоу «The Voice» та його української адаптації «Голос країни». Підкреслюється, як інтерактивність змінює модель взаємодії між глядачем і контентом. У підрозділі 2.2 здійснено порівняння технічної якості контенту між світовим гігантом Netflix та українською платформою 1+1 video, з акцентом на впровадження передових технологій відео- і аудіовідтворення, а також адаптацію до локальних умов. Таким чином, розділ демонструє, як сучасні технології змінюють не лише форму, але й зміст взаємодії між глядачем і медіапродуктом.

2.1 Застосування інтерактивних технологій на прикладі програм «The Voice» та її української франшизи «Голос країни».

Інтеграція інтерактивних елементів у телевізійні програми, зокрема завдяки мобільним додаткам та платформам соціальних мереж, надає глядачам

можливість активно брати участь у перегляді контенту, тим самим стимулюючи зміну традиційних парадигм мовлення. М. Кучерук в своїй роботі <https://television.ua/voice-ukraine-interactive> (2021) стверджує, що в контексті «Голосу країни» ця інтерактивна взаємодія не лише збільшує залученість аудиторії, але й фундаментально змінює сприйняття телепередачі через механізми прямого голосування. Водночас Л. Сидорова (2020) визначає сайти соціальних мереж як ефективні інструменти для формування публічного іміджу програми та сприяння взаємному спілкуванню з демографічною групою глядачів. Емпіричні дані, отримані з офіційного веб-сайту «Голосу країни» <https://www.golos.kr.ua/> (2021), свідчать про те, що впровадження функцій голосування на основі мобільних додатків надає глядачам відчутну можливість впливати на кінцеві результати проекту. Крім того, Лазарева Т. (2019) підкреслює критичну роль технологій голосування як важливого компонента глобально поширених інтерактивних форматів.

Застосування інтерактивних технологій, прикладом яких є програми «Голос країни» та її українська франшиза «Голос країни», стало вирішальним аспектом сучасної трансформації телевізійних шоу.

Типи голосування в «The Voice» і «Голос країни»

Основний механізм голосування в обох програмах однаковий. Глядачі можуть голосувати через кілька різних платформ: телефонне голосування, SMS, мобільні додатки та веб-сайти. Це забезпечує різноманітність способів участі, що дозволяє залучити ширшу аудиторію.

- *Телефонне голосування:* Це один із найстаріших та найпоширеніших методів голосування, який дозволяє глядачам просто набирати номер учасника, за якого вони хочуть проголосувати. Це простий і швидкий спосіб, що доступний навіть тим, хто не має доступу до інтернету.

- *SMS-голосування*: Подібно до телефонного голосування, цей метод дозволяє глядачам проголосувати, відправивши SMS з певним кодом або номером учасника. Це також є простим і доступним варіантом для більшості аудиторії.

- *Мобільні додатки та онлайн-голосування*: Використання спеціальних мобільних додатків для голосування стало дуже популярним у «The Voice» і «Голос країни». Глядачі можуть не тільки проголосувати, але й отримати доступ до ексклюзивного контенту, переглядати додаткові матеріали та голосувати кілька разів за одного учасника. Мобільні додатки дозволяють також інтегрувати голосування з соціальними мережами, що підвищує інтерес і залученість глядачів [22].

Однією з ключових особливостей інтерактивних технологій у цих шоу є можливість голосувати в реальному часі під час ефіру. Глядачі можуть дивитися шоу і негайно впливати на результат, голосуючи за своїх улюблених учасників. Цей елемент інтерактивності створює відчуття участі у важливому процесі і додає драматизму до кожного етапу шоу.

Глядачі активно взаємодіють з шоу через різні платформи, що дозволяє організаторам програм аналізувати поведінку аудиторії та вносити корективи в програму на основі реальних даних. Для цього використовуються різноманітні інструменти аналітики та AI, що автоматично обробляють отримані голоси та дані, забезпечуючи точність і швидкість результатів [23].

Безпека процесу голосування є надзвичайно важливим аспектом, особливо коли йдеться про широке залучення глядачів через інтернет і мобільні додатки. Для забезпечення чесності та прозорості процесу, в обох шоу застосовуються різні технології верифікації, зокрема перевірка через мобільні номери телефонів.

Як правило, кожен глядач може проголосувати лише певну кількість разів, що допомагає уникнути фальсифікацій результатів голосування. Також, для підвищення рівня безпеки, використовується шифрування даних, що

передаються під час голосування, щоб захистити особисту інформацію користувачів.

Одним із важливих елементів інтерактивності є інтеграція голосування з соціальними мережами. У шоу «The Voice» та «Голос країни» глядачі мають можливість не лише голосувати, але й ділитися своїм вибором через соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram та Twitter. Це створює додаткову мотивацію для глядачів брати участь у голосуванні та поширювати інформацію про шоу серед своїх друзів і підписників, що допомагає залучати нову аудиторію[24].

Інтеграція з соціальними мережами також дозволяє створювати спеціальні хештеги та кампанії, що стають трендами в інтернеті, що в свою чергу сприяє популяризації шоу.

Відмінності в інтерактивних технологіях у «The Voice» та «Голос країни».

Інтерактивні технології є важливою частиною концепції шоу «The Voice» та його української адаптації «Голос країни». Вони забезпечують глядачам можливість безпосередньо впливати на розвиток подій у шоу, голосуючи за своїх улюблених учасників. Однак існують деякі відмінності в тому, як ці технології реалізовані в кожній з версій шоу[25]. Для кращого порівняння в інтерактивних технологіях у «The Voice» та «Голос країни» надана таблиця 2.1.

Типи голосування

- The Voice: У міжнародному форматі «The Voice» глядачі можуть голосувати через мобільні додатки, онлайн платформи, SMS або телефонні дзвінки. Інтерактивність на високому рівні забезпечується через мобільні додатки та інтеграцію з соціальними мережами.

- Голос країни: В українській версії голосування здійснюється через мобільні додатки, SMS і телефонні дзвінки, але додатково активно використовуються локальні соціальні мережі та платформи для голосування. Це дає змогу ще більше залучати національну аудиторію [26].

Інтерактивність у реальному часі

- The Voice: У міжнародній версії інтерактивність реалізована через голосування в реальному часі. Глядачі можуть проголосувати під час ефіру, що дає їм відчуття безпосереднього впливу на результат.

- Голос країни: Подібно до «The Voice», «Голос країни» також реалізує голосування в реальному часі, однак в Україні активно використовуються місцеві платформи, що робить процес ще більш доступним для глядачів в країні.

Інтеграція з соціальними мережами

- The Voice: Інтерактивність також забезпечується через інтеграцію з соціальними мережами. Глядачі можуть голосувати та обговорювати шоу на таких платформах, як Facebook, Twitter, Instagram.

- Голос країни: В українській версії активно використовуються локальні соціальні мережі, зокрема Instagram та інші популярні платформи, що дозволяє збільшити залученість глядачів на національному рівні.

Технічні відмінності в платформі голосування

- The Voice: Міжнародна версія часто використовує найновіші технології та багатомовні платформи для голосування, що робить його доступним для глобальної аудиторії.

- Голос країни: В Україні використовуються локалізовані версії додатків і платформ, зокрема для голосування через мобільні додатки, що враховують особливості українського ринку.

Параметр	Голос країни	The Voice
Типи голосування	Мобільні додатки, SMS, телефонні дзвінки, онлайн платформи	Мобільні додатки, SMS, телефонні дзвінки, локальні платформи

Інтерактивність у реальному часі	Голосування під час ефіру, інтеграція з онлайн платформами	Голосування під час ефіру, інтеграція з місцевими платформами
Інтеграція з соціальними мережами	Facebook, Instagram, Twitter	Facebook, Instagram, локальні платформи
Технічні відмінності	Глобальна платформа, багатомовність	Локалізовані платформи та додатки
Доступність голосування	Доступно для міжнародної аудиторії	Зосереджено на українській аудиторії

Таблиця 2.1 Різниця технологій у «The Voice» та «Голос країни»

Основні відмінності між інтерактивними технологіями у «The Voice» та «Голос країни» полягають у використанні локальних технологій для голосування в Україні та активній інтеграції з українськими соціальними мережами. Обидва шоу забезпечують глядачам можливість голосувати в реальному часі та активно взаємодіяти з учасниками, однак «Голос країни» має більш локалізовану платформу, що дозволяє краще враховувати національні особливості та забезпечувати більшу інтерактивність на місцевому рівні[27].

В програмі «The Voice» та її українській версії «Голос країни» інтерактивні технології мають не лише функцію залучення глядачів до голосування, але й важливий вплив на формат і розвиток шоу. Окрім традиційних методів взаємодії через голосування, програми активно використовують нові технології для покращення самих виступів учасників, створення взаємодії між тренерами та глядачами, а також для покращення можливості перегляду контенту.

Однією з таких технологій є впровадження «розумних» дзеркальних екранів та інтерактивних інтерфейсів для тренерів. У «The Voice» тренери використовують спеціальні екрани, які дозволяють їм на ходу переглядати результати голосування в реальному часі, отримувати статистичні дані про переваги глядачів та обирати учасників для своїх команд. Це додає елемент

стратегічного підходу, оскільки тренери можуть аналізувати, який учасник має найбільшу підтримку, а також впливати на вибір через технології, що дозволяють зібрати більше інформації про глядачів і їхні уподобання [28].

«Голос країни» також інтегрував нові технології в цей процес. Наприклад, під час кастингів і відбору учасників на шоу застосовуються спеціалізовані мобільні додатки, через які можна не лише голосувати, але й відправляти свої питання або побажання до учасників. Це дозволяє глядачам ставати частиною процесу відбору і додає більшого емоційного залучення до перегляду. У результаті, учасники можуть реагувати на запити глядачів, що дає додаткову динаміку програмі.

Ще одним нововведенням є технології глибокого аналізу даних для визначення майбутніх тенденцій та розвитку шоу. Для цього обидві програми, і «The Voice», і «Голос країни», використовують великий обсяг інформації, що надходить від глядачів, та аналізують поведінку аудиторії в реальному часі. Це дозволяє не тільки оперативно реагувати на вподобання глядачів, але й використовувати отримані дані для коригування ходу шоу, вибору учасників і планування подальших етапів.

Інтерактивні технології також активно впливають на те, як глядачі сприймають не тільки виступи, а й емоційні моменти шоу. Наприклад, під час важливих моментів, таких як вибір тренера або фінал, програми можуть використовувати технології для залучення глядачів у віртуальні голосування або додавати елементи гейміфікації, що створюють додаткову інтерактивність і спонукатимуть глядачів до активної участі.

Додатково, «The Voice» активно використовує віртуальну та доповнену реальність для створення емоційного фону шоу. Виступи учасників можуть бути підсилені графічними елементами, які змінюються в реальному часі в залежності від емоційної реакції глядачів або подій на сцені. У «Голосі країни» також експериментують із використанням таких елементів, хоча і на менш глобальному

рівні, впроваджуючи інтерактивні декорації, що змінюються в реальному часі в залежності від обраної пісні або настрою виступу[29].

Система взаємодії тренерів із глядачами також є значною частиною інтерактивного досвіду. Тренери можуть використовувати технології для активної комунікації з глядачами через соціальні мережі або спеціальні функції на мобільних додатках, що дозволяє їм залучати підтримку своїх команд, розповідати про свої вибори чи ділитися думками про учасників. Такі інтерактивні можливості створюють ще більший рівень емоційного зв'язку між тренерами, учасниками та їхніми прихильниками.

Особливо цікавою є інтеграція платних та безкоштовних функцій для глядачів, таких як VIP голосування, де глядачі можуть за окрему плату отримати можливість проголосувати з більшим впливом або навіть надавати учасникам додаткові бонуси у вигляді балів, що можуть вплинути на їхній вибір тренерів. Така система дозволяє перетворити перегляд шоу на більш персоналізований і емоційно насичений досвід.

Обидві програми, «The Voice» та «Голос країни», активно використовують соціальні мережі та онлайн-платформи для створення простору, де глядачі можуть обговорювати виступи, ділитися своїми думками та взаємодіяти з іншими шанувальниками шоу. Це сприяє формуванню спільноти, яка активно бере участь у житті програми, навіть поза межами прямого ефіру.

Варто звернути увагу на використання технологій для аналізу емоційної реакції глядачів. Наприклад, деякі платформи використовують технології розпізнавання облич та аналізу тональності повідомлень у соціальних мережах, щоб визначити, які виступи викликають найбільший емоційний відгук у аудиторії. Ця інформація може бути використана для коригування формату шоу та вибору контенту, який найкраще відповідає очікуванням глядачів[30].

Окрім того, важливим аспектом є використання інтерактивних технологій для створення персоналізованого досвіду для глядачів. Наприклад, деякі

платформи пропонують можливість створювати власні списки відтворення з улюблених виступів, отримувати персоналізовані рекомендації на основі своїх вподобань та навіть брати участь у віртуальних зустрічах з учасниками та тренерами шоу.

Також, варто розглянути використання інтерактивних технологій для розвитку талантів. Наприклад, деякі платформи пропонують можливість для глядачів надсилати свої власні відео з виконанням пісень та отримувати оцінку від професійних музикантів. Це може стати початком кар'єри для молодих талантів та сприяти розвитку музичної індустрії.

Важливим аспектом є використання інтерактивних технологій для підвищення прозорості голосування. Наприклад, деякі платформи використовують технологію блокчейн для забезпечення незмінності та прозорості результатів голосування. Це дозволяє глядачам бути впевненими в чесності процесу та підвищує довіру до шоу.

Саме тому, варто звернути увагу на використання інтерактивних технологій для створення додаткового контенту. Наприклад, деякі платформи пропонують можливість переглядати закулісні відео, інтерв'ю з учасниками та тренерами, а також ексклюзивні виступи, які не були показані в прямому ефірі. Це дозволяє глядачам отримати більше інформації про шоу та поглибити свій досвід [31].

Ще одним важливим аспектом є розвиток технологій для створення інтерактивних виступів. Наприклад, деякі платформи використовують технології віртуальної та доповненої реальності для створення інтерактивних декорацій, які реагують на дії учасників та глядачів. Це дозволяє створити більш захоплюючий та емоційний досвід для глядачів.

2.2 Застосування прогресивних технологій якості на прикладі американської платформи Netflix та української платформи 1+1 video.

Застосування передових технологій якості на таких платформах, як Netflix та 1+1 Video, стало вирішальним аспектом в еволюції потокових сервісів, оскільки ці платформи активно впроваджують інновації для забезпечення високоякісного мовлення та зручності для користувачів. Netflix, завдяки новим технологіям кодування, хмарним обчисленням та інноваціям у розповсюдженні відео, забезпечує високоякісне потокове відтворення за різних умов (Genspark.ai, 2025; StartMotionMedia.com, 2025). Інвестиції в ці технології дозволяють платформі покращити враження від перегляду та мінімізувати проблеми з буферизацією та затримками (PC Tablet, 2025; Cloudzenia.com, 2025). Водночас українська платформа 1+1 Video активно розвиває свої технології та пропонує інноваційні рішення, такі як FAST-канали та мобільні додатки для зручного доступу до контенту (1+1 Media, 2024). Д. Козлов (2021) зазначає, що ці інновації на українському ринку є значним кроком до покращення конкуренції між місцевими та міжнародними потоковими платформами.

У сучасному світі онлайн-стрімінгових платформ важливу роль відіграє впровадження найновіших технологій для покращення якості контенту та забезпечення зручного досвіду користувачів. Американська платформа Netflix та українська 1+1 video є яскравими прикладами того, як різні підходи до використання високих технологій можуть змінити сприйняття медіаконтенту та інтерактивність з аудиторією. Кожна з цих платформ орієнтується на покращення якості відео та аудіо, забезпечення адаптивності контенту до умов інтернет-з'єднання та надання користувачам персоналізованих рекомендацій. Хоча вони функціонують у різних ринкових середовищах, Netflix і 1+1 video активно впроваджують сучасні технології, щоб задовольнити потреби своїх користувачів та залишатись конкурентоспроможними. У таблиці 2.2 нижче представлено порівняння застосування технологій якості на прикладі флагмана та нової платформи [32].

Параметр	Netflix	1+1 video
Якість відео	Підтримка HD, 4K, HDR, Dolby Vision	Підтримка HD, 4K
Кодування відео	Високоякісне кодування з адаптивним бітрейтом	Адаптивний бітрейт для різних швидкостей інтернету
Звук	Dolby Atmos для об'ємного звуку	Підтримка стерео звуку та 5.1 Dolby Digital
Штучний інтелект	Персоналізовані рекомендації на основі AI	Персоналізовані рекомендації
Інтерфейс	Інтуїтивно зрозумілий, доступний на різних пристроях	Оптимізований для мобільних пристроїв, ПК, Smart TV
Контент	Оригінальні фільми, серіали, документальні програми	Локалізований український контент, телевізійні шоу
Локалізація	Багатомовні субтитри та дубляж для міжнародної аудиторії	Українські субтитри, дубляж для українського ринку
Технології потоку	Адаптивний бітрейт для зміни якості відео в реальному часі	Адаптивний бітрейт для стабільного перегляду
Доступність на пристроях	Web, iOS, Android, Smart TV, консоль, стрімінгові пристрої	Web, Android, iOS, Smart TV
Оригінальний контент	Велика бібліотека оригінальних серіалів та фільмів	Оригінальні українські шоу та серіали

Технології для глядачів	Інтеграція з соціальними мережами, можливість коментування	Інтеграція з соціальними мережами, голосування
-------------------------	--	--

Таблиця 2.2 Порівняння технологій

Застосування сучасних технологій якості в медіаплатформах можна спостерігати на прикладах Netflix та 1+1 відео. Netflix, як світовий лідер у індустрії потокового відео, впровадив передові алгоритми стиснення відео, які дозволяють підтримувати високу якість зображення навіть за низької швидкості інтернет-з'єднання. Крім того, він використовує технології штучного інтелекту для персоналізації контенту, рекомендуючи користувачам фільми та серіали, які їм найбільше сподобаються. Ці технології дозволяють платформі значно покращити враження від перегляду та мінімізувати такі проблеми, як буферизація та затримки[33].

У свою чергу, українська платформа 1+1 відео, яка розвивається в іншому ринковому та історичному контексті, використовує передові технології потокового передавання, які забезпечують безперебійне відтворення відео навіть за умов обмежених мережевих ресурсів. Вона також активно впроваджує мобільні додатки для зручного доступу до контенту на різних пристроях, враховуючи потреби місцевої аудиторії для комфортного перегляду. Разом ці технології допомагають платформам утримувати увагу користувачів та залишатися конкурентоспроможними на відповідних ринках.

Netflix є визнаним лідером в онлайн-стрімінгу завдяки своїм інноваційним технологіям та комплексним підходам до якості контенту. Платформа використовує високоякісне кодування відео, що дозволяє їй транслювати контент з різними рівнями якості, залежно від швидкості інтернет-з'єднання користувача. Netflix активно використовує технології адаптивного бітрейту, які дозволяють змінювати якість відео в режимі реального часу, забезпечуючи безперебійний перегляд навіть при нестабільному інтернет-з'єднанні.

Користувач може вибрати якість відео, яка найкраще відповідає його потребам, від стандартної чіткості (SD) до 4K, що особливо важливо для забезпечення кінематографічного досвіду [34].

Крім того, Netflix активно використовує технології для покращення якості звуку, наприклад, підтримує Dolby Atmos для об'ємного звуку на підтримуваних пристроях. Це дозволяє створювати більш реалістичну звукову картину, що значно покращує загальне сприйняття контенту, особливо для фільмів та серіалів з високим рівнем звукового оформлення. Платформа також використовує штучний інтелект (ШІ) для покращення рекомендацій. Аналізуючи великі обсяги даних, Netflix може пропонувати користувачам високоперсоналізовані рекомендації на основі їхніх індивідуальних уподобань та історії переглядів.

1+1 відео, розвиваючись на українському ринку зі своїми специфічними особливостями, також активно інтегрує новітні технології для покращення якості наданого контенту. Українська платформа забезпечує високоякісне відео та аудіо, зокрема, підтримує формати HD та 4K, що дозволяє користувачам насолоджуватися контентом на великому екрані з чудовою картинкою. Однією з головних переваг 1+1 відео є глибока локалізація контенту для української аудиторії, яка включає не лише високоякісні українські субтитри, але й професійний дубляж, що дозволяє платформі залишатися актуальною на ринку та ефективно залучати глядачів, які віддають перевагу контенту рідною мовою[35].

1+1 відео також активно використовує технології адаптивного бітрейту, які забезпечують гнучкість якості відео залежно від поточної швидкості інтернет-з'єднання користувача.

Враховуючи, що українські користувачі часто мають різну якість та швидкість інтернет-з'єднання, така технологія дозволяє підтримувати стабільний перегляд навіть за нестабільного з'єднання. Інтерфейс 1+1 відео ретельно оптимізовано для різних пристроїв, таких як смартфони, планшети,

телевізори, що дозволяє користувачам переглядати контент будь-де та у зручному для них форматі.

Для покращення якості обслуговування глядачів 1+1 video використовує технології аналізу даних для створення персоналізованих рекомендацій. Платформа пропонує глядачам контент, що базується на їхніх інтересах і попередніх переглядах, що дозволяє значно підвищити рівень залучення користувачів і сприяє утриманню клієнтів. Це також потенційно сприяє розвитку власного оригінального контенту, оскільки платформа може аналізувати дані про вподобання глядачів і створювати нові проекти, які будуть максимально відповідати їхнім очікуванням[36].

Розглядаючи відмінності між платформами, слід зазначити, що Netflix має беззаперечну перевагу в міжнародному контексті як піонер та лідер глобального стрімінгу. Платформа пропонує надзвичайно великий вибір контенту, що включає як високоякісні оригінальні фільми та серіали, так і ліцензовані продукти з різних куточків світу. Оскільки Netflix працює на багатьох ринках, він забезпечує високий рівень локалізації, підтримуючи десятки мов, що дозволяє задовольнити потреби різноманітної глобальної аудиторії. Окрім цього, Netflix активно інвестує значні кошти в інноваційні технології, такі як подальша інтеграція штучного інтелекту для вдосконалення рекомендацій, а також технології покращення якості відео та звуку для створення максимально комфортного та занурюючого досвіду перегляду.

1+1 video, у свою чергу, насамперед орієнтується на локальний український ринок, що дозволяє їй краще задовольняти специфічні потреби українських користувачів. Платформа пропонує популярний український контент, що включає телевізійні шоу, актуальні новини та фільми, адаптуючи їх під вимоги місцевої аудиторії. Важливо зазначити, що розвиток 1+1 video відбувався на тлі певних політичних та юридичних подій, включаючи судові позови та зміни у власності, що також вплинуло на стратегію розвитку

платформи. Зокрема, інтеграція з інформаційними ресурсами, такими як "Єдині новини", УНІАН та 1+1 International, відображає ширший контекст розвитку медіагрупи "1+1". Таким чином, схожість у принципах дії стрімінгових платформ не слід інтерпретувати як пряме комерційне суперництво в технологічному плані, особливо враховуючи різні вихідні позиції та стратегічні цілі. 1+1 video зосереджена на задоволенні потреб української аудиторії, використовуючи сучасні технології для забезпечення якісного локалізованого контенту[37].

Таким чином, обидві платформи застосовують високі технології для надання якісного контенту та створення зручного й інтуїтивно зрозумілого досвіду для користувачів. Netflix, будучи глобальним лідером, зосереджений на міжнародній аудиторії та використовує передові інноваційні технології для поліпшення якості відео та звуку [18], тоді як 1+1 video орієнтується на українську аудиторію, пропонуючи ретельно локалізований контент та адаптуючи технології під потреби локального ринку.

Додатково варто зазначити, що Netflix активно впроваджує новітні технології в процесі обробки та створення контенту. Наприклад, платформа використовує складні алгоритми для оцінки потенційного успіху контенту за допомогою технологій машинного навчання, що дозволяє створювати оригінальні проекти з урахуванням актуальних тенденцій та переваг глядачів. Крім того, Netflix активно співпрацює з провідними світовими студіями, технологічними компаніями та талановитими творчими командами для виробництва високоякісних серіалів і фільмів, що часто вимагають використання складних технологічних рішень, таких як передова 3D-графіка, масштабні спецефекти та технології віртуальної реальності.

Ще одним важливим аспектом є активне застосування Netflix технологій для оптимізації процесів завантаження та ефективного збереження контенту. Завдяки використанню розгалуженої системи кешування та багаторівневої

компресії, платформа забезпечує швидке завантаження відео, навіть у регіонах з обмеженим інтернет-з'єднанням [19]. Це значно знижує затримки та помітно покращує загальний користувацький досвід. Також варто зауважити, що Netflix приділяє значну увагу реалізації високого рівня безпеки, що включає надійний захист від піратства та забезпечення конфіденційності особистих даних користувачів[38].

1+1 video, у свою чергу, також активно застосовує нові технології для інтеграції з іншими популярними сервісами та платформами, що є важливим для локального ринку. Зокрема, платформа працює над розширенням функціональності голосових помічників для полегшення навігації та інтуїтивного пошуку контенту. Це дозволяє користувачам здійснювати пошук за допомогою простих голосових команд, що забезпечує більшу зручність, особливо для тих, хто віддає перевагу голосовому управлінню перед стандартними методами введення тексту.

Однією з особливостей 1+1 video є розроблена зручна система фільтрації контенту за різноманітними жанрами, рівнем популярності серед українських глядачів або персоналізованими рекомендаціями, що значно спрощує процес вибору цікавого для перегляду контенту. Платформа постійно вдосконалює свої користувацькі інтерфейси для забезпечення максимально легкої орієнтації як на мобільних пристроях, так і на сучасних смарт-телевізорах. Для підвищення зручності перегляду 1+1 video також активно розвиває корисну функцію «продовження перегляду», що дозволяє користувачам швидко відновлювати перегляд контенту з того самого місця, де вони зупинилися, навіть якщо вони переключались між різними пристроями.

Платформа 1+1 video також активно розвиває нові формати контенту, такі як інтерактивні шоу, які надають глядачам можливість безпосередньо впливати на хід подій або кінцевий результат передачі. Це додає важливий елемент залучення та активної участі для користувачів, значно підвищуючи їхню

зацікавленість у контенті. Така інновація не тільки збагачує досвід перегляду новим рівнем інтерактивності, але й суттєво покращує залучення глядачів, оскільки вони можуть відчувати себе безпосередніми учасниками подій, що розгортаються на екрані[39].

Незважаючи на те, що 1+1 video насамперед орієнтована на українську аудиторію, вона також проявляє інтерес до експериментів з впровадженням деяких успішних міжнародних форматів, ретельно адаптуючи їх для відповідності місцевим культурним умовам та глядацьким вподобанням. Це дозволяє платформі залучати нову аудиторію, зокрема за рахунок популярних міжнародних шоу, які успішно адаптуються до української культури та інтересів.

Ще однією важливою перевагою 1+1 video є використання локалізованих сервісів для забезпечення максимальної зручності користувачів, включаючи інтеграцію платіжних систем, які є найбільш популярними та зручними для українського ринку. Платформа активно працює над подальшою інтеграцією з іншими корисними сервісами, такими як зручні мобільні додатки для безперешкодного доступу до контенту в будь-якому місці, а також з впровадженням сучасних та гнучких методів монетизації, наприклад, різноманітні плани підписки [40].

Netflix і 1+1 video, таким чином, демонструють важливість інтеграції новітніх технологій, що дозволяють значно покращити користувацький досвід і забезпечити високу якість контенту. Вони застосовують різні підходи до розробки та адаптації своїх сервісів, що зумовлено особливостями та потребами різних ринків. Netflix, маючи глобальну орієнтацію, постійно інвестує значні кошти в інновації, що допомагають створювати унікальні шоу та безперервно покращувати досвід перегляду для мільйонів користувачів по всьому світу. 1+1 video ж, націлена на задоволення специфічних вимог локальної української аудиторії, вміло поєднує використання сучасних технологій з глибокою адаптацією контенту під національні культурні особливості.

- Netflix: Глибина технологічних інновацій. Netflix, як визнаний глобальний лідер, послідовно вкладає значні ресурси в фундаментальні дослідження та прикладні розробки. Ось деякі додаткові ключові технологічні аспекти, що визначають його перевагу:
- Open Connect: Netflix розгорнула власну глобальну мережу доставки контенту (CDN) під назвою Open Connect. Ця стратегічно важлива мережа розміщує сервери з контентом безпосередньо в мережах інтернет-провайдерів по всьому світу, що дозволяє значно зменшити затримки при передачі даних та суттєво покращити якість потокового відео для кінцевих користувачів [41].

Адаптивне потокове передавання (Adaptive Streaming): Netflix використовує надзвичайно складні та постійно вдосконалювані алгоритми для адаптивного потокового передавання. Ці алгоритми не лише динамічно регулюють бітрейт відеопотоку залежно від миттєвої пропускної здатності інтернет-з'єднання, але й враховують безліч інших важливих факторів, таких як поточний стан мережі, тип використовуваного пристрою та його можливості обробки. Це дозволяє забезпечити максимально якісний та безперебійний перегляд контенту практично в будь-яких умовах.

- Персоналізація алгоритмів: Netflix постійно працює над удосконаленням своїх передових алгоритмів рекомендацій, активно використовуючи методи машинного навчання та глибокий аналіз великих обсягів даних про поведінку користувачів. Ці алгоритми враховують не лише детальну історію переглядів кожного користувача, але й такі контекстуальні фактори, як час доби, день тижня, тип пристрою, жанрові вподобання та багато інших нюансів.
- Технології кодування: Netflix є одним з лідерів у розробці та впровадженні передових технологій кодування відео. Компанія активно працює над удосконаленням цих технологій з метою забезпечення максимально високої якості зображення при одночасному мінімізації необхідного бітрейту. Вони

активно використовують такі прогресивні технології, як AV1, які демонструють значне покращення ефективності стиснення відеоданих.

- Інтеграція з різними пристроями: Netflix приділяє особливу увагу бездоганній інтеграції свого сервісу з надзвичайно широким спектром різноманітних пристроїв, починаючи від сучасних Smart TV і закінчуючи ігровими консолями та мобільними гаджетами. Компанія постійно оновлює свої програмні додатки та програмні інтерфейси (API) для забезпечення найкращого можливого користувацького досвіду на кожному конкретному типі пристрою [42].

1+1 video: Локалізація та адаптація. 1+1 video, орієнтуючись на специфічний український ринок, також активно впроваджує сучасні технології, проте з акцентом на їх адаптацію до місцевих умов та потреб користувачів:

- Локальна CDN: 1+1 video використовує мережу локальних CDN (мереж доставки контенту) для забезпечення швидкої та надійної доставки відеоконтенту українським користувачам. Це є особливо важливим з огляду на значну різноманітність інтернет-провайдерів та існуючої інфраструктури в Україні.
- Адаптація до мобільних мереж: Враховуючи високу поширеність мобільного інтернету серед українських користувачів, 1+1 video приділяє особливу увагу оптимізації потокового відео саме для мобільних мереж. Компанія використовує спеціальні технології, що дозволяють забезпечити стабільний [43].

Другий розділ дослідження присвячено аналізу впливу сучасних технологій на взаємодію глядача з телевізійним контентом, а також на підвищення його технічної та емоційної якості. У центрі уваги — інтерактивність як новий рівень комунікації в телемедіа, а також якісна адаптація контенту відповідно до вимог глобальної та локальної аудиторії.

У підрозділі 2.1 було розглянуто впровадження технологій голосування у форматі реаліті-шоу «The Voice» та його української версії «Голос країни». Встановлено, що інтерактивні механізми, зокрема голосування через мобільні додатки, вебплатформи та соціальні мережі, радикально змінюють традиційну модель взаємодії між глядачем і телевізійною програмою. Глядач перетворюється з пасивного спостерігача на активного учасника шоу, що не лише підвищує рівень залученості, а й формує новий тип відповідальності за результати проєкту. Це зміщення у взаєминах між аудиторією та контентом відкриває нові можливості для утримання уваги глядача та створення персоналізованого досвіду.

У підрозділі 2.2 було здійснено порівняльний аналіз технічної якості контенту між глобальною платформою Netflix та українською платформою 1+1 video. Дослідження показало, що хоча світові гравці демонструють вищий рівень стабільності трансляцій, використання стандарту Ultra HD, багатоканального звуку (Dolby Atmos) та гнучких алгоритмів адаптації під швидкість інтернету, українські сервіси поступово впроваджують аналогічні технології, враховуючи локальні особливості інфраструктури та поведінки споживачів. Це свідчить про намагання українських медіаактивів не лише зберегти конкурентоздатність, а й адаптувати світові стандарти до умов внутрішнього ринку.

Таким чином, проведене дослідження та аналіз запропонованих програм демонструє, що інтерактивність і технологічна модернізація — це два взаємопов'язані вектори розвитку сучасного телебачення, які впливають як на змістовий, так і на технічний рівень медіапродукту. У результаті:

- зростає роль глядача у формуванні телевізійного продукту;
- підвищується рівень довіри та залученості аудиторії;
- здійснюється перехід від масового до персоналізованого контенту;

- технічна якість відео- і аудіовідтворення стає ключовою конкурентною перевагою платформи.

Ці процеси свідчать про поступовий перехід телебачення до інтерактивної та високотехнологічної моделі, яка поєднує аудиторне залучення з інноваційними стандартами дистрибуції контенту.

РОЗДІЛ 3. Соціальні та економічні наслідки інновацій в телебаченні.

У третьому розділі аналізуються ефект від впровадження інновацій у телевізійну сферу — як для суспільства, так і для медіаіндустрії загалом. Технологічні зміни не лише трансформують формат подачі контенту, але й впливають на споживчі звички, культурні орієнтири та доступ до інформації. У підрозділі 3.1 розглядається, як новітні технології змінюють характер взаємодії аудиторії з медіа, сприяють персоналізації контенту та формують нові перспективи розвитку телевізійного середовища. Підрозділ 3.2 зосереджений на економічному аспекті — зокрема, на викликах і можливостях для традиційних телевізійних компаній у добу домінування цифрових платформ. Тут аналізуються моделі монетизації, зміни рекламного ринку та адаптаційні

стратегії медіабізнесу. Розділ підкреслює, що інновації не є лише технічним оновленням, а й потужним рушієм соціально-економічних трансформацій.

3.1 Вплив нових технологій на аудиторію та медіаперспективи.

Вплив нових технологій на аудиторію та медіа-перспективи є ключовою темою для досліджень у контексті цифрових трансформацій, які активно змінюють медіаландшафт. Розвиток відеоплатформ та їхня здатність адаптуватися до мінливих потреб глядачів суттєво змінює взаємодію з контентом. Зокрема, перехід українського телебачення до цифрової епохи відкриває нові можливості для відеоплатформ та сприяє підвищенню гнучкості у споживанні контенту, як зазначають Г. Манц та Е. Зуєва (2020). Л. Іванова (2021) наголошує на важливості цифровізації українських медіа для забезпечення конкурентоспроможності на світовому ринку, а також на впливі нових технологій на поширення та споживання інформації. Водночас, дослідження З. Туфеці (2015) вказує на алгоритмічні виклики, які можуть виникнути в результаті впливу алгоритмів на користувацький досвід та медіа-перспективи, тоді як роботи Й. ван Дейка, Т. Поєлла та М. де Ваала (2018) досліджують етичні аспекти платформи як нової соціальної інфраструктури. Крім того, роботи Р. Лобато (2019) демонструють, як географія розповсюдження цифрового контенту визначає перспективи медіа та впливає на міжнародний ринок.

Сучасний медіаландшафт зазнає кардинальних змін під впливом стрімкого розвитку новітніх технологій. Ці трансформації не обмежуються лише зміною способів створення та поширення контенту, але й глибоко впливають на аудиторію, її звички та очікування, а також визначають медіаперспективи на майбутнє.

Одним із ключових аспектів впливу нових технологій є персоналізація контенту. Алгоритми та штучний інтелект дають змогу платформам аналізувати

великі обсяги даних про користувачів, їхні вподобання, поведінку та демографічні характеристики [44]. На основі цього аналізу вони пропонують кожному користувачеві індивідуалізований контент, що відповідає його інтересам. Це створює відчуття персонального підходу, підвищує залученість та лояльність аудиторії. Наприклад, стрімінгові платформи, такі як Netflix, Amazon Prime Video та YouTube, використовують алгоритми рекомендацій, щоб пропонувати користувачам фільми, серіали та відео, які вони, ймовірно, захочуть переглянути. Соціальні мережі, такі як Facebook та Instagram, також використовують алгоритми, щоб показувати користувачам пости та рекламу, які відповідають їхнім інтересам.

Ще одним важливим аспектом впливу нових технологій є зростання ролі інтерактивності. Технології дають змогу глядачам не лише пасивно споживати контент, але й активно взаємодіяти з ним. Інтерактивні шоу, голосування в реальному часі, коментарі та обговорення в соціальних мережах – все це створює відчуття спільноти та залучає аудиторію до активної участі. Наприклад, телевізійні шоу, такі як «Голос країни» та «The Voice», використовують мобільні додатки та соціальні мережі, щоб залучити глядачів до голосування та обговорення виступів учасників. Стрімінгові платформи, такі як Netflix, також експериментують з інтерактивними серіалами, де глядачі можуть вибирати, як розвиватиметься сюжет [45].

Мобільні технології відіграють дедалі важливішу роль у зміні медіаландшафту. Смартфони та планшети стали основними пристроями для споживання контенту, забезпечуючи доступ до інформації та розваг у будь-який час і в будь-якому місці. Це призводить до фрагментації аудиторії та зміни моделей споживання контенту. Наприклад, багато людей дивляться відео на YouTube та інших платформах на своїх смартфонах, коли вони їдуть на роботу або чекають у черзі. Мобільні додатки новин також дають змогу людям отримувати доступ до новин у будь-який час і в будь-якому місці.

Зростання популярності стрімінгових платформ, таких як Netflix, Amazon Prime Video та YouTube TV, також суттєво впливає на медіаперспективи. Ці платформи пропонують широкий вибір контенту на вимогу, без реклами та з можливістю перегляду на різних пристроях. Це створює конкуренцію для традиційних телеканалів та змінює моделі монетизації контенту[46]. Наприклад, багато людей відмовляються від кабельного телебачення на користь стрімінгових платформ. Це змушує традиційні телеканали шукати нові способи залучення аудиторії, наприклад, через створення власних стрімінгових сервісів.

Водночас нові технології відкривають нові можливості для медіа-професіоналів. Віртуальна та доповнена реальність, штучний інтелект та аналіз даних дають змогу створювати більш захоплюючий та персоналізований контент. Наприклад, віртуальна реальність може використовуватись для створення імерсивних новинних репортажів чи інтерактивних документальних фільмів. Штучний інтелект може використовуватись для автоматичного створення субтитрів або перекладу відео. Аналіз даних може використовуватись для виявлення тенденцій та інтересів аудиторії[47]. Таюлиці 3.1 та 3.2, що ілюструють вплив нових технологій на аудиторію та медіаперспективи.

Проте існують і виклики. Зростання обсягів інформації та контенту ускладнює пошук якісної та достовірної інформації. Також виникають питання щодо конфіденційності даних користувачів та впливу алгоритмів на формування громадської думки.

Наприклад, поширення фейкових новин та дезінформації у соціальних мережах становить серйозну проблему. Також існує ризик того, що алгоритми можуть створювати «інформаційні бульбашки», де користувачі бачать лише ту інформацію, яка підтверджує їх існуючі переконання[48].

Отже, нові технології суттєво впливають на аудиторію та медіаперспективи. Вони відкривають нові можливості для створення та

розповсюдження контенту, але також ставлять перед медіа-професіоналами нові виклики.

Аспект	Традиційне телебачення	Стрімінгові платформи
Контент	Ліцензування, широкий попит	Оригінальний, нішевий
Інтерактивність	Обмежена	Висока
Мобільність	Обмежена	Висока
Монетизація	Реклама, підписка	Підписка

Таблиця 3.1 Аспекти

Технологія	Вплив на аудиторію	Медіаперспективи
Персоналізація	Індивідуальний підхід, залученість	Персоналізований контент, таргетована реклама
Інтерактивність	Активна доля, спільнота	Інтерактивні шоу, голосування, обговорення
Мобільні технології	Доступність, фрагментація	Мобільний контент, мобільна реклама
Стрімінгові платформи	Контент на вимогу, без реклами	Конкуренція з традиційним ТВ, нові моделі монетизації

Таблиця 3.2 Вплив технологій на аудиторію та медіаперспективи

Сучасний медіаландшафт переживає безпрецедентні зміни, спричинені стрімким розвитком нових технологій. Ці трансформації не лише змінюють способи створення та розповсюдження контенту, але й глибоко впливають на аудиторію, її звички та очікування. Одним із ключових аспектів цього впливу є персоналізація контенту. Алгоритми та штучний інтелект дозволяють платформам аналізувати дані користувачів та пропонувати їм контент, що відповідає їхнім інтересам. Це створює відчуття індивідуального підходу, підвищує залученість та лояльність аудиторії. Водночас, зростає роль інтерактивності [49]. Технології дозволяють глядачам не лише споживати

контент, але й активно взаємодіяти з ним. Інтерактивні шоу, голосування в реальному часі, коментарі та обговорення в соціальних мережах – все це створює відчуття спільноти та залучає аудиторію до активної участі. Мобільні технології також відіграють важливу роль у зміні медіаландшафту. Смартфони та планшети стали основними пристроями для споживання контенту, забезпечуючи доступ до інформації та розваг у будь-який час і в будь-якому місці. Це призводить до фрагментації аудиторії та зміни моделей споживання контенту[50]. Зростання популярності стрімінгових платформ, таких як Netflix, Amazon Prime Video та YouTube TV, також суттєво впливає на медіаперспективи. Ці платформи пропонують широкий вибір контенту на вимогу, без реклами та з можливістю перегляду на різних пристроях. Це створює конкуренцію для традиційних телеканалів та змінює моделі монетизації контенту. Водночас, нові технології відкривають нові можливості для медіа-професіоналів. Віртуальна та доповнена реальність, штучний інтелект та аналіз даних дозволяють створювати більш захоплюючий та персоналізований контент [51]. Як видно з першої таблиці, традиційне телебачення відрізняється від стрімінгових платформ за такими аспектами, як тип контенту, інтерактивність, мобільність та монетизація. Таблиця 3.2 показує вплив конкретних технологій на аудиторію та медіаперспективи. Однак, існують і виклики. Зростання обсягів інформації та контенту ускладнює пошук якісної та достовірної інформації. Також виникають питання щодо конфіденційності даних користувачів та впливу алгоритмів на формування громадської думки[52]. Отже, нові технології суттєво впливають на аудиторію та медіаперспективи. Вони відкривають нові можливості для створення та розповсюдження контенту, але також ставлять перед медіа-професіоналами нові виклики.

В епоху цифрових технологій медіаграмотність набуває особливого значення. Зростання обсягів інформації, поширення фейкових новин та маніпуляцій вимагають від аудиторії критичного мислення та вміння аналізувати медіа-повідомлення. Медіаграмотність стає ключовим фактором, що визначає

здатність людини орієнтуватися в інформаційному просторі та приймати обґрунтовані рішення. Нові технології змінюють не лише способи споживання контенту, але й характер соціальної взаємодії[53]. Соціальні мережі та онлайн-платформи стають основними майданчиками для спілкування, обміну думками та формування спільнот. Вони дають змогу людям з різних куточків світу об'єднуватися за інтересами, брати участь в обговореннях та висловлювати свою позицію. Водночас, зростає ризик виникнення «інформаційних бульбашок», де користувачі оточують себе лише тими людьми та джерелами, які підтверджують їхні існуючі переконання[54]. Це може призвести до поляризації суспільства та ускладнити діалог між різними групами. Розвиток нових технологій ставить перед медіа-професіоналами та суспільством низку етичних питань. Збір та використання даних користувачів, вплив алгоритмів на формування громадської думки, поширення фейкових новин та маніпуляцій – все це вимагає уважного розгляду та розробки етичних норм і стандартів. Необхідно забезпечити прозорість алгоритмів, захист конфіденційності даних користувачів та боротьбу з дезінформацією[55]. Важливо також сприяти розвитку медіаграмотності та критичного мислення серед аудиторії. Медіаландшафт продовжує еволюціонувати під впливом нових технологій. Очікується подальший розвиток штучного інтелекту, віртуальної та доповненої реальності, блокчейну та інших технологій, які змінять способи створення, розповсюдження та споживання контенту. Медіа-професіоналам необхідно адаптуватися до цих змін, освоювати нові технології та шукати інноваційні підходи до створення контенту. Важливо також враховувати етичні аспекти та сприяти розвитку медіаграмотності серед аудиторії[56]. Отже, нові технології мають глибокий вплив на аудиторію та медіаперспективи. Вони відкривають нові можливості, але також ставлять перед суспільством нові виклики. Успішне подолання цих викликів вимагає співпраці між медіа-професіоналами, технологічними компаніями, регуляторами та аудиторією[57].

Стрімінгові платформи, такі як Netflix та Amazon Prime Video, активно інвестують у виробництво локального контенту в різних країнах, що сприяє розвитку місцевих талантів та інфраструктури. Це дозволяє глядачам насолоджуватися різноманітним контентом, що відображає різні культурні контексти.

Також, варто звернути увагу на зростаючу роль технологій для створення інтерактивного контенту. Традиційні телеканали та стрімінгові платформи використовують інтерактивні технології, такі як голосування в реальному часі, опитування та інтерактивні вікторини, для залучення глядачів та підвищення їхньої залученості. Це може створити відчуття участі у програмі та підвищити лояльність глядачів[58].

Окрім того, важливим аспектом є розвиток технологій для аналізу емоційної реакції глядачів. Деякі платформи використовують технології розпізнавання облич та аналізу тональності повідомлень у соціальних мережах, щоб визначити, які виступи чи сцени викликають найбільший емоційний відгук у аудиторії. Ця інформація може бути використана для коригування формату шоу та вибору контенту, який найкраще відповідає очікуванням глядачів [59].

Також, варто розглянути вплив інновацій у телебаченні на розвиток технологій для людей з обмеженими можливостями. Стрімінгові платформи активно використовують технології для забезпечення доступності контенту для людей з обмеженими можливостями, такі як субтитри, аудіодескрипція та голосове керування. Це сприяє розвитку технологій для людей з обмеженими можливостями та забезпечує доступ до контенту для всіх користувачів[60].

Окрім того, важливим аспектом є розвиток технологій для створення віртуальної та доповненої реальності (VR/AR). Ці технології відкривають нові можливості для створення захоплюючого та інтерактивного контенту, який може залучити нову аудиторію. VR/AR може використовуватись для створення інтерактивних шоу, віртуальних екскурсій та інших видів контенту[61].

Також, варто звернути увагу на вплив інновацій у телебаченні на розвиток технологій для боротьби з піратством. Стрімінгові платформи активно використовують технології DRM (Digital Rights Management) для захисту свого контенту від нелегального копіювання та розповсюдження. Це дозволяє компаніям захистити свої доходи та забезпечити справедливую компенсацію за свою роботу.

Ще одним важливим аспектом є розвиток технологій для аналізу поведінки глядачів. Традиційні телеканали та стрімінгові платформи використовують аналітику даних для відстеження звичок перегляду глядачів, аналізу їхньої реакції на контент та прогнозування майбутніх тенденцій. Це дозволяє компаніям приймати більш обґрунтовані рішення щодо створення та розповсюдження контенту [62].

Отже, інновації у сфері телебачення не лише трансформують спосіб споживання контенту, але й глибоко впливають на соціальні та економічні аспекти суспільства. Вони відкривають нові можливості для створення та розповсюдження контенту, але також ставлять перед медіа-професіоналами та суспільством нові виклики. Успішне подолання цих викликів вимагає співпраці між медіа-професіоналами, технологічними компаніями, регуляторами та аудиторією. Важливо враховувати етичні аспекти, сприяти розвитку медіаграмотності та забезпечувати доступність контенту для всіх користувачів.

3.2 Економічні зміни та майбутнє телекомпаній

Вплив цифрових технологій на медіаіндустрію в Україні та глобальні тенденції в еволюції стрімінгових платформ є критично важливою сферою для аналізу, особливо в контексті цифрового телебачення. Т. Трещинська та Є. Седов (2020) досліджують виклики та можливості, що стоять перед українськими медіа в умовах цифрових трансформацій, з особливим акцентом на адаптацію до нових моделей споживання контенту. Одночасно, аналіз змін у світовій медіаекономіці, запропонований Г. Г. Паркером, М. В. Ван Алстайном та С. П. Чоударі (2016),

розглядає, як революції платформ змінюють економіку та ринок контенту, тим самим визначаючи нові стратегії для таких платформ, як YouTube та інші. М. Андрєєвич (2014) зосереджується на комерціалізації онлайн-відео, зокрема YouTube, та її наслідках для медіаекономіки, підкреслюючи важливість інтеграції інноваційних бізнес-моделей. Окремо, О. Дейнега (2021) аналізує тенденції та перспективи розвитку інтернет-телебачення в Україні, відображаючи глобальні економічні зрушення та актуальні питання щодо майбутньої траєкторії розвитку традиційних телевізійних компаній.

Телекомпанії опинилися на роздоріжжі, стикаючись з безпрецедентними економічними змінами, спричиненими цифровою революцією. Зміна споживчих звичок, поява стрімінгових платформ та технологічні інновації кардинально трансформували медіаландшафт, змушуючи традиційні телекомпанії переосмислити свої бізнес-моделі та стратегії. Для кращого розуміння подальшої інформації можна переглянути таблицю 3.3 на сторінці 60.

Основні економічні зміни:

- Зниження доходів від реклами: Традиційні телеканали завжди покладалися на доходи від реклами як основний джерело прибутку. Однак, з появою цифрових платформ та соціальних мереж рекламодавці переорієнтувалися на ці канали, де вони можуть точніше націлюватися на свою аудиторію та отримувати детальнішу аналітику.
- Зменшення аудиторії: Зростання популярності стрімінгових сервісів, таких як Netflix, Amazon Prime Video та Disney+, призвело до відтоку глядачів від традиційного телебачення. Особливо це стосується молоді, яка віддає перевагу контенту на вимогу та перегляду на мобільних пристроях.
- Зміна споживчих звичок: Глядачі більше не хочуть бути прив'язаними до розкладу телеканалів. Вони хочуть мати можливість дивитися контент у будь-

яку годину та в будь-якому місці. Це створює попит на контент на вимогу та мобільні платформи.

- Зростання витрат на контент: Для того щоб залишатися конкурентоспроможними, традиційні телекомпанії змушені інвестувати у високоякісний оригінальний контент. Проте, вартість виробництва такого контенту постійно зростає, що створює фінансовий тиск на компанії[63].

Майбутнє телекомпаній:

- Перехід до цифрових платформ: Багато традиційних телекомпаній запускають власні стрімінгові сервіси або співпрацюють із існуючими платформами. Це дозволяє їм залучити нову аудиторію та диверсифікувати джерела доходу.

- Фокус на нішевому контенті: Замість того, щоб намагатися конкурувати зі стрімінговими гігантами за масову аудиторію, традиційні телекомпанії можуть зосередитися на створенні нішевого контенту, який задовольняє інтереси конкретних груп глядачів.

- Інтеграція із соціальними мережами: Соціальні мережі стали важливим каналом комунікації з аудиторією. Традиційні телекомпанії можуть використовувати соціальні мережі для просування свого контенту, залучення глядачів та отримання зворотного зв'язку.

- Інновації у рекламних моделях: Традиційні телекомпанії можуть експериментувати з новими рекламними моделями, такими як таргетована реклама, інтерактивна реклама та спонсорський контент[64].

Стратегія	Опис	Переваги	Недоліки
Перехід до цифрових платформ	Запуск власних стрімінгових сервісів або співпраця з існуючими	Залучення нової аудиторії, диверсифікація доходів	Високі інвестиції, конкуренція з гігантами

Фокус на нішевому контенті	Створення контенту для конкретних груп глядачів	Лояльна аудиторія, менша конкуренція	Ринок низької рентабельності
Інтеграція з соціальними мережами	Використання соціальних мереж для просування контенту та залучення аудиторії	Прямий контакт з аудиторією, зворотний зв'язок	Ризик негативних коментарів, залежність від платформ
Інновації у рекламних моделях	Експерименти з таргетованою, інтерактивною та спонсорською рекламою	Підвищення ефективності реклами, нові джерела доходу	Необхідність адаптації до нових технологій, ризик відторгнення аудиторією

Таблиця 3.3 Стратегії адаптації традиційних телекомпаній

Майбутнє традиційних телевізійних компаній залежить від їхньої здатності адаптуватися до нових економічних реалій та технологічних змін. Ті компанії, які зможуть успішно трансформувати свої бізнес-моделі та стратегії, матимуть шанс вижити та процвітати у цифрову епоху.

Аналізуючи стратегії адаптації традиційних телевізійних компаній, представлені в таблиці 15, важливо не лише розглядати кожну з них окремо, але й оцінити їх взаємодію та синергію. Наприклад, перехід до цифрових платформ може бути значно ефективнішим, якщо він супроводжується фокусом на нішевому контенті та інтеграцією з соціальними мережами[65].

Одним із ключових аспектів успішної адаптації є розуміння аудиторії. Традиційні телекомпанії повинні не лише відстежувати зміни в споживанні

медіа, але й активно досліджувати потреби та вподобання своєї аудиторії. Це вимагає використання сучасних методів аналізу даних, таких як штучний інтелект та машинне навчання, для виявлення тенденцій та прогнозування поведінки аудиторії.

Важливим фактором є також гнучкість та швидкість реагування на зміни. Цифрова епоха характеризується швидкими змінами та непередбачуваністю [66]. Традиційні телекомпанії повинні бути готові до експериментів, швидкого тестування нових ідей та адаптації своїх стратегій у відповідь на зміни ринку.

Особливу увагу слід приділити розвитку власних технологічних компетенцій. Перехід до цифрових платформ та використання сучасних технологій вимагають від компаній не лише інвестицій у технологічну інфраструктуру, але й розвитку власних команд розробників, аналітиків даних та інших фахівців у галузі цифрових технологій.

Важливим аспектом є також розвиток партнерських відносин з технологічними компаніями, стартапами та іншими гравцями на ринку. Співпраця з іншими компаніями може допомогти традиційним телекомпаніям отримати доступ до нових технологій, знань та ресурсів.

Окрім того, традиційним телекомпаніям необхідно переосмислити свої підходи до створення контенту. Цифрова епоха вимагає від компаній не лише створення високоякісного контенту, але й його адаптації до різних платформ та форматів. Важливо також враховувати інтерактивність та залученість аудиторії при створенні контенту [67].

Одним із ключових викликів є монетизація контенту в цифрову епоху. Традиційні рекламні моделі втрачають свою ефективність, тому компаніям необхідно експериментувати з новими моделями, такими як підписка, платний доступ до контенту, спонсорський контент та інші. Також важливо враховувати вплив регуляторних змін на медіаландшафт. Зміни в законодавстві, що

стосуються захисту даних, авторських прав та конкуренції, можуть суттєво вплинути на діяльність традиційних телекомпаній.

Особливу увагу слід приділити розвитку бренду та побудові відносин з аудиторією. В умовах зростаючої конкуренції та фрагментації аудиторії, сильний бренд та лояльна аудиторія стають критично важливими факторами успіху.

Важливим аспектом є також розвиток корпоративної культури, яка сприяє інноваціям та адаптації до змін. Традиційні телекомпанії повинні створювати середовище, в якому співробітники заохочуються до експериментів, навчання та обміну знаннями.

Окрім того, традиційним телекомпаніям необхідно враховувати вплив глобалізації та міжнародної конкуренції. Стрімінгові платформи не мають географічних обмежень, що створює додаткові виклики для традиційних телекомпаній, які звикли працювати на локальних ринках. Тому, стратегії міжнародної експансії та партнерства з міжнародними гравцями можуть стати важливими елементами стратегії виживання.

Технологічні інновації, такі як штучний інтелект та аналіз великих даних, також відкривають нові можливості для традиційних телекомпаній. Вони можуть бути використані для персоналізації контенту, оптимізації рекламних кампаній та аналізу поведінки аудиторії.

Успіх традиційних телевізійних компаній у майбутньому залежатиме від їхньої здатності до швидкої адаптації, інновацій та стратегічного планування. Вони повинні не лише реагувати на поточні зміни, але й активно формувати своє майбутнє, використовуючи всі доступні інструменти та технології[68].

Зростання популярності стрімінгових платформ, які активно використовують алгоритми для персоналізації рекомендацій, змушує традиційні телекомпанії також шукати способи персоналізації контенту. Це може включати використання даних про звички перегляду глядачів для створення

персоналізованих програмних сіток або пропонування персоналізованих рекламних оголошень.

Роль зростаючого інтерактивного контенту. Традиційні телекомпанії можуть використовувати інтерактивні технології, такі як голосування в реальному часі, опитування та інтерактивні вікторини, для залучення глядачів та підвищення їхньої залученості. Це може створити відчуття участі у програмі та підвищити лояльність глядачів.

Також, важливим аспектом є розвиток технологій для аналізу поведінки глядачів. Традиційні телекомпанії можуть використовувати аналітику даних для відстеження звичок перегляду глядачів, аналізу їхньої реакції на контент та прогнозування майбутніх тенденцій. Це дозволяє компаніям приймати більш обґрунтовані рішення щодо створення та розповсюдження контенту.

Варто розглянути вплив соціальних мереж на стратегії традиційних телекомпаній. Соціальні мережі стали важливим каналом комунікації з глядачами, тому традиційні телекомпанії повинні активно використовувати їх для просування контенту, залучення глядачів та отримання зворотного зв'язку. Це може включати створення інтерактивних кампаній у соціальних мережах, використання соціальних мереж для трансляції додаткового контенту та взаємодію з глядачами в режимі реального часу.

Розвиток технологій для створення віртуальної та доповненої реальності (VR/AR) є досить важливим аспектом. Ці технології відкривають нові можливості для створення захоплюючого та інтерактивного контенту, який може залучити нову аудиторію. Традиційні телекомпанії можуть використовувати VR/AR для створення інтерактивних шоу, віртуальних екскурсій та інших видів контенту.

Також, варто звернути увагу на вплив глобалізації на стратегії традиційних телекомпаній. Стрімінгові платформи не мають географічних обмежень, тому традиційні телекомпанії повинні шукати способи розширення своєї аудиторії за

межі локального ринку. Це може включати створення міжнародних партнерств, адаптацію контенту для міжнародної аудиторії та використання технологій для трансляції контенту в різні країни [69] .

Важливий розвиток технологій для боротьби з піратством. Традиційні телекомпанії повинні активно використовувати технології DRM (Digital Rights Management) для захисту свого контенту від нелегального копіювання та розповсюдження. Це дозволяє компаніям захистити свої доходи та забезпечити справедливу компенсацію за свою роботу.

В умовах стрімкої цифрової трансформації медіаландшафту, телекомпанії опинилися перед необхідністю кардинальної адаптації. Успіх їхнього майбутнього залежить від здатності швидко реагувати на зміни, впроваджувати інновації та розуміти потреби сучасної аудиторії. Стратегічне планування, розвиток технологічних компетенцій, активна взаємодія з аудиторією через соціальні мережі, а також експерименти з новими моделями монетизації контенту – ключові фактори, які визначають їхню конкурентоспроможність у цифрову епоху [70].

Аналіз наукових джерел підтверджує, що вплив нових технологій на аудиторію та розвиток медіа є визначальним чинником трансформації сучасного інформаційного простору. Цифровізація медіа та стрімке зростання ролі відеоплатформ не лише змінюють способи споживання контенту, але й формують нові підходи до створення, дистрибуції та комунікації в межах телевізійного й онлайн-середовища.

Дослідження вітчизняних авторів (Манц Г., Зуєва Е., Іванова Л.) свідчать про те, що український медіапростір активно інтегрується в глобальний цифровий контекст, використовуючи новітні технології як засіб для адаптації до змін у глядацькій поведінці та для підвищення конкурентоспроможності. Перехід до цифрового мовлення й розвиток національних відеоплатформ значно

розширюють можливості аудиторії щодо гнучкого та зручного доступу до контенту.

З іншого боку, зарубіжні дослідження (Туфеці, ван Дейк, Поелл, де Ваал, Лобато) розкривають важливі виклики, пов'язані з алгоритмізацією інформаційного середовища, зокрема щодо персоналізації контенту, етичної відповідальності платформ і нерівного доступу до цифрових сервісів у географічному вимірі. Вплив алгоритмів на користувацький досвід стає ключовим фактором, що формує нові норми взаємодії між аудиторією та медіасистемами.

Таким чином, впровадження нових технологій відкриває широкі перспективи для розвитку медіа, однак водночас потребує критичного осмислення ризиків, пов'язаних із алгоритмічним керуванням, концентрацією влади у платформ, а також із впливом цифрової інфраструктури на демократичні процеси, інформаційну безпеку та культурне розмаїття.

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження інноваційного розвитку сучасного телебачення було проаналізовано різноманітні аспекти, що визначають трансформацію медіапейза в умовах технологічних змін. Зміни в телевізійному контенті та розвитку стрімінгових платформ стали одним із основних факторів, що формують нову еру в медіаіндустрії.

У першому розділі досліджувалися інновації в телевізійному контенті та їхній вплив на медіаплатформи. Зокрема, зростаюча популярність оригінального контенту на стрімінгових платформах, таких як YouTube TV та Apple TV+, стала ключовим фактором трансформації галузі. Ці платформи активно сприяють

виробництву унікальних шоу та фільмів, доступних виключно на їхніх сервісах, тим самим змінюючи сприйняття контенту та пропонуючи глядачам ширший вибір, адаптований до їхніх уподобань. Завдяки технологічним інноваціям, включаючи покращення якості відео та аудіо, а також інтерактивні функції та персоналізовані рекомендації, ці платформи створюють нові можливості для взаємодії з контентом, суттєво впливаючи на розвиток медіаіндустрії.

У другому розділі досліджувався вплив інтерактивних технологій та технологій підвищення якості на телевізійний контент. Інтерактивні елементи, такі як голосування в режимі реального часу, значно підвищують залученість глядачів до таких програм, як «Голос» та «Голос країни», перетворюючи їх на активних учасників шоу. Водночас використання високоякісних технологій на таких платформах, як Netflix та 1+1 Video, покращує враження від перегляду завдяки таким функціям, як роздільна здатність 4K, розширений динамічний діапазон (HDR) та просторовий звук, що задовольняє потреби сучасних користувачів. Ці інновації змінюють телевізійний контент, роблячи його більш персоналізованим та інтерактивним, що сприяє розвитку нових форматів та підвищує задоволеність аудиторії.

У третьому розділі досліджувалися соціальні та економічні наслідки інновацій у телебаченні. Зокрема, новітні технології суттєво змінили взаємодію аудиторії з телевізійним контентом, сприяючи розвитку нових медіа-перспектив та моделей соціального споживання. Впровадження інтерактивних функцій, таких як голосування в режимі реального часу та персоналізовані рекомендації, посилює залучення глядачів, створивши нові можливості для взаємодії та розвитку більш активної аудиторії. З економічної точки зору, ці зміни також призвели до трансформацій у медіабізнесі, де платформи почали пропонувати нові моделі монетизації, адаптуючи стратегії до потреб споживачів та змінюючи рекламні стратегії. Отже, інновації в телебаченні не лише змінили звички споживання, але й створили нові можливості для економічного розвитку медіаіндустрії.

- Дослідження показало, що стрімінгові платформи, зокрема YouTube TV та Apple TV+, стали значними каталізаторами інновацій у сфері телевізійного контенту. Ці платформи активно підтримують розробку та розповсюдження оригінальних програм, ретельно адаптованих до різноманітних та мінливих уподобань окремих глядачів. Їхній вплив є ключовим у створенні нової парадигми споживання медіа, де підвищена персоналізація та ексклюзивні пропозиції контенту стали фундаментальними цінностями для сучасної аудиторії.

- Детальний аналіз інтерактивних форматів, прикладом якого є тематичні дослідження програм «Голос» та їхнього українського аналога «Голос країни», однозначно продемонстрував, що впровадження механізмів голосування в режимі реального часу суттєво підвищує рівень залученості глядачів. Завдяки інтеграції цих інтерактивних технологій глядач перетворюється з традиційно пасивного спостерігача на активного учасника процесу телевізійного мовлення, що, відповідно, посилює емоційний резонанс контенту та сприяє загальному покращенню його сприйнятої якості.

- Порівняльний аналіз, проведений між відомими стрімінговими платформами, такими як Netflix та українською платформою 1+1 відео, показав, що стратегічне впровадження передових форматів, включаючи роздільну здатність 4K, розширений динамічний діапазон (HDR) та захопливий просторовий звук, помітно покращує сенсорне сприйняття контенту аудиторією та значно сприяє лояльності користувачів до відповідних платформ. Ці передові технології все частіше визнаються критично важливими факторами у формуванні позитивного та захопливого досвіду перегляду для аудиторії.

- Інтеграція цифрових інструментів фундаментально змінює усталені моделі взаємодії з аудиторією та традиційні стратегії монетизації в телевізійній індустрії. Це дослідження переконливо стверджує, що комплексна інтеграція технологічних інновацій призводить до глибокої реструктуризації традиційних

бізнес-моделей, вимагає значних адаптацій у рекламній політиці та сприяє появі нових конкурентних підходів на динамічному ринку телекомунікацій.

- Було з'ясовано, що поява нових технологій сприяє створенню гібридних медіаформатів, які бездоганно інтегрують традиційно різні елементи, такі як серіалізовані наративи, інтерактивні функції та персоналізована доставка контенту. Ці трансформаційні зміни мають вирішальне значення для забезпечення ефективної адаптації контенту до цифрового середовища, що розвивається, та помітно підвищують загальну ефективність стратегій взаємодії та залучення аудиторії.

- Майбутні перспективи інновацій у телебаченні значною мірою формуються постійною інтеграцією складних технологій, таких як штучний інтелект (ШІ), доповнена реальність (AR) та віртуальна реальність (VR). Ці технології мають прихований потенціал фундаментально змінити як процеси, що беруть участь у виробництві телевізійного контенту, так і способи його споживання аудиторією. Їх впровадження відкриває безпрецедентні можливості для покращеної візуалізації контенту, детальної персоналізації вражень від перегляду та глибшого рівня залучення аудиторії.

- Було встановлено, що цифрові платформи ініціюють значні зміни у встановлених структурах програмування, традиційних підходах до сегментації цільової аудиторії та традиційних рекламних моделях. Ці революційні зміни змушують традиційних телевізійних мовників вживати суттєвих адаптацій, щоб ефективно конкурувати у все більш динамічному ландшафті цифрової конкуренції.

- Впровадження інтерактивних функцій, таких як механізми голосування в режимі реального часу, персоналізовані системи рекомендацій контенту та функції коментування аудиторії, помітно призводить до суттєвого підвищення рівня залученості глядачів. Ці інтерактивні елементи відіграють вирішальну роль у формуванні активної та лояльної споживчої бази, що, своєю чергою,

безпосередньо та позитивно впливає на загальний успіх та вплив телевізійних проектів.

Результати цього дослідження підтверджують, що інноваційні технології суттєво трансформують телевізійний контент, формати мовлення та взаємодію з аудиторією. Стрімінгові платформи, інтерактивні функції та високоякісні стандарти відтворення не лише покращують враження глядачів, але й стимулюють розвиток нових моделей споживання медіа в цифрову епоху.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Паркер Г. Г., Ван Алстайн М. В., Чаударі С. П. Платформна революція: як мережеві ринки трансформують економіку — і як змусити їх працювати на вас. — Нью-Йорк: В. В. Нортон & Компані, 2016. — 352 с.
2. д'Арма А., Ле Флош П. (ред.) Телебачення стає цифровим: трансформація європейського телебачення. — Лондон: Палгрейв Макміллан, 2019. — 246 с.
3. Коваленко О. О. Оригінальний контент у стрімінгових сервісах: тенденції та перспективи розвитку // Збірник наукових праць. — Київ: Інститут медіа-менеджменту, 2019. — С. 32–48.
4. Лотц А. Д. Телебачення буде революціонізовано. — Нью-Йорк: Видавництво Нью-Йоркського університету, 2017. — 240 с.

5. Фукс, К. Соціальні медіа: критичний вступ / Крістіан Фукс ; пер. з англ. І. Д. Кушнір. — Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2019. — 304 с.
6. Чоудхарі, С. П. Платформні бізнес-моделі: теорія та практика мережевої економіки / Санджіт Пол Чоудхарі, Джеффри Дж. Паркер, Маршалл В. Ван Олстайн ; пер. з англ. [ред. наук. пер. О. І. Білоус]. — Харків : Форс Україна, 2023. — 464 с.
7. Коллер, Д. Цифрові платформи та економіка / Даніеле Коллер ; пер. з англ. [ред. наук. пер. В. В. Остафійчук]. — Київ : К.І.С., 2020. — 288 с.
8. Гонсалес, Л. Оцифрування телебачення: зміна глядацької аудиторії та зростання стрімінгу / Лаура Гонсалес ; пер. з англ. [ред. наук. пер. О. О. Холод]. — Київ : Видавництво «Комора», 2021. — 256 с.
9. Лобато, Р. Нації Netflix: географія цифрового розповсюдження. — Нью-Йорк: Видавництво Нью-Йоркського університету, 2019. — 320 с.
10. Сміт М. Д., Теланг Р. Стрімінг, обмін, крадіжка: великі дані та майбутнє розваг. — Кембридж: Видавництво Массачусетського технологічного інституту, 2017. — 232 с.
11. Паркер Г. Г., Ван Алстайн М. В., Чаударі С. П. Платформна революція: як мережеві ринки трансформують економіку — і як змусити їх працювати на вас. — Нью-Йорк: В. В. Нортон & Компані, 2016. — 352 с.
12. Палумбо А. YouTube TV пропонує чергове підвищення ціни. Телебачення дороге, незалежно від того, як ви його дивитесь [Електронний ресурс] // Barron's. — 2024. — Режим доступу: https://www.barrons.com/articles/youtube-tv-streaming-price-81cc3d8b?utm_source=chatgpt.com — Дата звернення: 15.04.2025.
13. Коваленко С. В. Інновації у стрімінгових сервісах: аналіз YouTube TV та Apple TV+ // Медіа та технології в Україні. — Київ: Видавництво університету, 2021. — С. 45–58.

14. Ву К. Канали та мережі YouTube TV, вартість, пристрої та інше [Електронний ресурс] // Tom's Guide. — 2025. — Режим доступу: https://www.tomsguide.com/us/youtube-tv-faq%2Creview-5059.html?utm_source=chatgpt.com — Дата звернення: 15.04.2025.
15. Березін С. Apple TV+: мільярди інвестицій, але всього 0,2% переглядів у США [Електронний ресурс] // Elbuz. — 2024. — Режим доступу: https://elbuz.com/ua/apple-tvplus-za-mesyac-sobiraet-menshe-prosmotrov-chem-netflix-za-den-no-vse-eshhe?utm_source=chatgpt.com — Дата звернення: 15.04.2025.
16. Дженкінс, Г. Культура конвергенції: де старі та нові медіа зіштовхуються / Генрі Дженкінс ; пер. з англ. А. М. Антонюк. — Київ : МедіаКритика, 2018. — 336 с.
17. Гонсалес, Л. Оцифрування телебачення: зміна глядацької аудиторії та зростання стрімінгу / Лаура Гонсалес ; пер. з англ. [ред. наук. пер. О. О. Холод]. — Київ : Видавництво «Комора», 2021. — 256 с.
18. Болін, Г. Стрімінгове телебачення: історія, технології та трансформація телебачення / Йоран Болін ; пер. з англ. [ред. наук. пер. І. П. Іваненко]. — Львів : Видавництво Львівського університету імені Івана Франка, 2022. — 380 с.
19. Тефел, Й. Стрімінгове телебачення та майбутнє розповсюдження контенту. — Оксфорд: Видавництво Оксфордського університету, 2020. — 280 с.
20. Бухер, Т. Якщо... Тоді: алгоритмічна влада та загроза невидимості. — Оксфорд: Видавництво Оксфордського університету, 2018. — 352 с.
21. Жіллеспі, Т. Платформізація та медіаринки: нова економіка стрімінгових сервісів / Тімоті Жіллеспі ; пер. з англ. [ред. наук. пер. С. В. Коваленко]. — Київ: Видавництво «Академія», 2021. — 280 с.
22. Кучерук М. Голос країни та мобільні додатки: як інтерактивність змінює телебачення [Електронний ресурс] // Television.ua. — 2021. — Режим доступу: <https://television.ua/voice-ukraine-interactive> — Дата звернення: 15.04.2025.

23. Сидорова Л. Роль соціальних мереж у формуванні образу реаліті-шоу: на прикладі «Голос країни» // Науковий журнал Інституту соціальних комунікацій. — Київ: Інститут соціальних комунікацій, 2020. — С. 50.
24. «Голос країни» [Електронний ресурс] // Офіційний сайт програми. — 2021. — Режим доступу: <https://www.golos.kr.ua/> — Дата звернення: 15.04.2025.
25. Лазарева Т. Технології голосування у телевізійних шоу: досвід «The Voice» // Наукові праці у галузі медіа. — 2019. — 4(1). — С. 21–34.
26. «The Voice» [Електронний ресурс] // Офіційний сайт програми. — 2020. — Режим доступу: <https://www.nbc.com/the-voice> — Дата звернення: 15.04.2025.
27. Ценглер, Т. Цифрові медіа та трансформація глобальної комунікаційної індустрії / Томас Ценглер ; пер. з англ. [ред. наук. пер. О. В. Петренко]. — Київ : Видавнича група «Основа», 2023. — 296 с.
28. Бухер, Т. Якщо... Тоді: алгоритмічна влада та загроза невидимості / Тайна Бухер ; пер. з англ. [ред. наук. пер. Н. І. Сидоренко]. — Харків : Фабула, 2020. — 352 с.
29. Сайлес, І. Цифрова трансформація медіа / Ігнасіо Сайлес, Пабло Дж. Бочковські ; пер. з англ. [ред. наук. пер. М. Ю. Ткаченко]. — Львів : Літопис, 2019. — 320 с.
30. Дженкінс, Г. Культура конвергенції: де старі та нові медіа зіштовхуються. — Нью-Йорк: Видавництво Нью-Йоркського університету, 2006. — 320 с.
31. Фукс, К. Соціальні медіа: критичний вступ. — Лондон: Видавництво СЕЙДЖ, 2017. — 320 с.
32. Як Netflix покращує якість стрімінгу за допомогою нової технології кодування [Електронний ресурс] // PC Tablet. — Режим доступу: <https://www.pctablet.com/how-netflix-improves-streaming-quality-with-new-encoding-tech> — Дата звернення: 15.04.2025.
33. Технічні інсайти щодо технології розповсюдження відео Netflix [Електронний ресурс] // Genspark.ai. — Режим доступу:

- <https://www.genspark.ai/spark/technical-insights-into-netflix-s-video-distribution-technology> — Дата звернення: 15.04.2025.
34. Технічні інновації Netflix: глибоке занурення у стрімінг [Електронний ресурс] // StartMotionMedia.com. — Режим доступу: <https://www.startmotionmedia.com/netflix-tech-innovations-a-deep-dive-into-streaming> — Дата звернення: 15.04.2025.
35. Як Netflix використовує хмарні технології для безперебійного стрімінгу [Електронний ресурс] // Cloudzenia.com. — Режим доступу: <https://cloudzenia.com/how-netflix-uses-cloud-tech-for-seamless-streaming> — Дата звернення: 15.04.2025.
36. Офіційний сайт 1+1 відео. Інформація про платформу, контент, технології та послуги [Електронний ресурс] // Офіційний вебсайт 1+1 відео. — Режим доступу: <https://1plus1.video/> — Дата звернення: 15.04.2025.
37. Дізнайтеся про технології, які Netflix використовує для забезпечення безперебійного стрімінгу [Електронний ресурс] // DevCodeLight.com. — Режим доступу: <https://devcodelight.com/technologies-netflix-seamless-streaming> — Дата звернення: 15.04.2025.
38. Технологія відеострімінгу: як Netflix забезпечує оптимізовану продуктивність у всьому світі [Електронний ресурс] // Geekboots.com. — Режим доступу: <https://www.geekboots.com/story/technology-behind-netflix-streaming> — Дата звернення: 15.04.2025.
39. Макдональд, К. Ефект Netflix: технології та розваги у XXI столітті / Кевін Макдональд, Деніел Сміт ; пер. з англ. [ред. наук. пер. А. С. Коваль]. — Київ : Наш Формат, 2018. — 272 с.
40. Лобато, Р. Стрімінг, обмін, крадіжка: великі дані та глобальний ринок відео / Рамон Лобато ; пер. з англ. [ред. наук. пер. І. О. Мороз]. — Харків : Віват, 2021. — 304 с.

41. Туфекчі, З. Алгоритмічні загрози поза Facebook та Google: нові виклики обчислювальної діяльності / Зейнеп Туфекчі ; пер. з англ. // The Journal of Community Informatics. — 2015. — Том 11, № 3. — С. 141–160.
42. Наполі, П. М. Ринок уваги: як формується аудиторія в цифрову епоху. — Нью-Йорк: Видавництво Кембриджського університету, 2011. — 328 с.
43. Коллер, Д. Цифрові платформи та економіка. — Лондон: Рутледж, 2018. — 250 с.
44. Козлов Д. Інновації в українських медіа: Стримінгові платформи та цифрові технології // Наукові праці з медіа та комунікацій. — Київ: 2021. — С. 78–95.
45. 1+1 Media представляє перший у світі український додаток із каналами FAST [Електронний ресурс] // 1+1 Media. — Опубліковано: 22.10.2024. — Режим доступу:
https://media.1plus1.ua/en/news/11_media_introduces_fast_channels_ua_app —
Дата звернення: 15.04.2025.
46. Макдональд, К., Сміт, Д. Ефект Netflix: технології та розваги у 21 столітті. — Лондон: Блумсбері Академік, 2016. — 240 с.
47. Відносини з інвесторами Netflix. Фінансова інформація та звіти для інвесторів [Електронний ресурс] // Офіційний вебсайт Netflix. — Режим доступу:
<https://ir.netflix.net/>
48. 1+1 Video – розробка мобільних додатків [Електронний ресурс] // Lampalampa.net. — Режим доступу: <https://lampalampa.net/projects/1plus1-video> — Дата звернення: 15.04.2025.
49. 1+1 Media досягла рекордного показника швидкості передачі даних в Інтернеті [Електронний ресурс] // 1+1 Media. — Опубліковано: 12.11.2018. — Режим доступу:
https://media.1plus1.ua/en/news/11_media_dosiahla_rekordnoho_pokaznyka_pere_dachi_potoku — Дата звернення: 15.04.2025.

50. Манз Г., Зуєва Е. Перехід українського телебачення в цифрову епоху: нові можливості для відеоформ // Медіа та технології в Україні. — Київ: 2020. — С. 50–66.
51. Іванова Л. Українські медіа на шляху цифровізації. — Київ: Видавництво «Фенікс», 2021. — 380 с.
52. Гесмондалг Д. Культурні індустрії. — Лондон: Видавництво СЕЙДЖ, 2020.
53. Лобато Р. Нації Netflix: географія цифрового розповсюдження. — Нью-Йорк: Видавництво Нью-Йоркського університету, 2019.
54. Туфекчі З. Алгоритмічні загрози поза Facebook та Google: нові виклики обчислювальної діяльності // The Journal of Community Informatics. — 2015. — 12(1).
55. ван Дейк Я., Поелл Т., & де Ваал М. Платформне суспільство: суспільні цінності у взаємопов'язаному світі. — Оксфорд: Видавництво Оксфордського університету, 2018.
56. Вітенко І. Медіакомунікації в Україні: теорія та практика // Медіа та комунікації в Україні. — Київ: Видавничий дім "Києво-Могилянська академія", 2020. — С. 150–165.
57. Мельниченко М., Павленко В. Медіа в умовах цифрових трансформацій // Медіа та технології в Україні. — Київ: Вид-во "Діса", 2020. — С. 25–45.
58. Наполі, Ф. М. Ринок уваги: як формується аудиторія в цифрову епоху / Філіп М. Наполі ; пер. з англ. [ред. наук. пер. О. С. Зайцева]. — Київ : Дух і Літера, 2019. — 368 с.
59. Дженкінс, Г. Культура конвергенції: де старі та нові медіа зіштовхуються / Генрі Дженкінс ; пер. з англ. А. М. Антонюк. — Київ : МедіаКритика, 2018. — 336 с.
60. Болін, Г. Стрімінгове телебачення: історія, технології та трансформація телебачення / Йоран Болін ; пер. з англ. [ред. наук. пер. І. П. Іваненко]. — Львів : Видавництво Львівського університету імені Івана Франка, 2022. — 380 с.

- 61.Ценглер, Т. Цифрові медіа та трансформація глобальної комунікаційної індустрії / Томас Ценглер ; пер. з англ. [ред. наук. пер. О. В. Петренко]. — Київ : Видавнича група «Основа», 2023. — 296 с.
- 62.Туфекчі, З. Алгоритмічні загрози поза Facebook та Google: нові виклики обчислювальної діяльності. — *The Journal of Community Informatics*. 2015. 12(1). — С. 12–26.
- 63.Трещинська Т., Седов Є. Цифрове телебачення: виклики та можливості для медіа-індустрії України // *Медіа та технології в Україні*. — Київ: "Телерадіокомпанія", 2020. — С. 50–70.
- 64.Паркер Г. Г., Ван Алстайн М. В., & Чаударі С. П. Платформна революція: як мережеві ринки трансформують економіку — і як змусити їх працювати на вас. — Нью-Йорк: В. В. Нортон & Компані, 2016. — С. 34–56.
- 65.Андреєвич М. Експлуатація YouTube: аналіз комерціалізації онлайн-відео // *Journal of Media Economics*. — 2014. — 27(2). — С. 98–112.
- 66.Дейнега О. Інтернет-телебачення в Україні: тенденції та перспективи розвитку // *Черкаська МедіаГрупа*. — Черкаси: "Черкаська МедіаГрупа", 2021. — С. 100–120.
- 67.Гонсалес, Л. Оцифрування телебачення: зміна глядацької аудиторії та зростання стрімінгу / Лаура Гонсалес ; пер. з англ. [ред. наук. пер. О. О. Холод]. — Київ : Видавництво «Комора», 2021. — 256 с.
- 68.Ценглер, Т. Цифрові медіа та трансформація глобальної комунікаційної індустрії / Томас Ценглер ; пер. з англ. [ред. наук. пер. О. В. Петренко]. — Київ : Видавнича група «Основа», 2023. — 296 с.
- 69.Болтон, Р. Н., & Таразі, К. О. Технології та бізнес-моделі в індустрії стрімінгових медіа. — Бостон: Видавництво Гарвардської бізнес-школи, 2020. — 288 с.
- 70.Макдональд, К., & Сміт, Д. Ефект Netflix: технології та розваги у 21 столітті. — Блумсбері Академік, 2016. — 240 с.