

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕАТРУ, КІНО
І ТЕЛЕБАЧЕННЯ ІМЕНІ І. К. КАРПЕНКА-КАРОГО

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ГОРОБЕЦЬ КИРИЛО ЮРІЙОВИЧ

УДК 791.242:654.197(477:4)

ДИСЕРТАЦІЯ

**ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА ТЕЛЕВІЗІЙНИХ
СЕРІАЛІВ У КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ТЕЛЕРИНКУ**

021 «Аудіовізуальне мистецтво і виробництво»

02 «Культура і мистецтво»

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ К. Ю. Горобець

Науковий керівник:

Новікова Людмила Євгеніївна,
кандидат мистецтвознавства

АНОТАЦІЯ

Горобець К. Ю. Особливості українського виробництва телевізійних серіалів в контексті європейського телеринку. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 021 «Аудіовізуальне мистецтво і виробництво». – Київський національний університет театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого. Київ, 2026.

Актуальність дослідження зумовлена глибокою трансформацією медіагалузі у XXI столітті, що перетворила її на вагомий чинник міжнародної репрезентації держави. У сучасних умовах телевізійний серіал постає не лише формою аудіовізуального мистецтва, а й важливим інструментом культурної комунікації, соціального впливу та інтеграції у світовий медіапростір. Особливої значущості ця проблематика набуває у контексті європейської інтеграції України, що супроводжується переорієнтацією національного серіального виробництва на європейський телеринок. Визначальними чинниками актуальності є зміна зовнішньополітичного та культурного вектора розвитку українського медіапростору, що особливо загострилася після 2014 року та набула остаточного оформлення після 2022 року.

У цих умовах серіальне виробництво трансформується відповідно до європейських стандартів. Вагомим чинником є технологічна динаміка аудіовізуального виробництва: розвиток цифрових технологій, постпродакшну та платформної дистрибуції змінює естетику, наративні моделі й виробничі практики серіалів. Водночас сучасний серіал виходить за межі розважального жанру та набуває статусу складного соціокультурного явища, функціонуючи як інструмент репрезентації цінностей і суспільних процесів.

Попри зростання уваги до серіального виробництва в сучасному науковому дискурсі, проблема системного осмислення українських телевізійних серіалів у контексті їх інтеграції до європейського аудіовізуального ринку залишається недостатньо розробленою. Наявні дослідження здебільшого

зосереджені або на теоретичних аспектах серіалу як культурної форми, або на окремих індустріальних практиках, не пропонуючи цілісної моделі аналізу виробничих, технологічних і дистрибуційних процесів у їх взаємозв'язку. Це зумовлює необхідність комплексного дослідження, яке поєднує культурологічний, соціокультурний та виробничий підходи.

Наукова новизна одержаних результатів дисертації полягає у комплексному дослідженні особливостей виробництва українських телевізійних серіалів у контексті їх інтеграції до європейського аудіовізуального ринку. Основні результати, отримані дисертантом під час розв'язання поставлених завдань:

уперше:

- визначено специфіку виробництва сучасних українських серіалів, спрямованих на європейський телеринок, що полягає у поєднанні міжнародної копродукції, високих виробничих стандартів формату *high-end fiction*, платформної дистрибуції та репрезентації українського досвіду повномасштабної війни;

- обґрунтовано модель інтеграції українських телесеріалів до європейського аудіовізуального ринку, що охоплює продаж готового продукту, форматний експорт і міжнародну копродукцію, а також визначено ступінь їх реалізації у вітчизняній серіальній практиці;

- запропоновано періодизацію розвитку українського серіального виробництва в контексті європейської інтеграції, що охоплює пострадянський (1991–2013), перехідний (2014–2021) та євроінтеграційний (з 2022 року) етапи, які відображають трансформацію мовної, виробничої та ринкової парадигм.

удосконалено:

- методологію комплексного аналізу телесеріалів, що ґрунтується на поєднанні культурологічного, соціокультурного та виробничого підходів і дає можливість оцінювати їх відповідність сучасним вимогам європейського телеринку;

- наукові підходи до визначення стандартів *high-end fiction* шляхом їх систематизації як комплексу технологічних, індустріальних і культурних вимог, що забезпечують конкурентоспроможність серіалу на європейському аудіовізуальному ринку;

набули подальшого розвитку:

- теоретичні положення щодо трансформації телевізійного серіалу як аудіовізуального формату в умовах цифровізації медіапростору та переходу від *quality television* до *high-end fiction*;

- наукові уявлення про функціонування телесеріалу як інструменту культурної дипломатії, що забезпечує введення українського соціокультурного досвіду до європейського аудіовізуального простору;

- виробничі та індустріальні стандарти сучасного серіального виробництва.

Результати дослідження. У першому розділі узагальнено наукові підходи до вивчення серіалу як аудіовізуального формату, обґрунтовано його місце в системі екранної культури та визначено теоретичні основи дослідження. Розкрито еволюцію серіалу від *quality television* до *high-end fiction* та охарактеризовано трансформацію ролі телебачення в умовах поширення стримінгових платформ. Обґрунтовано методологію дослідження, що базується на поєднанні культурологічного, соціокультурного та виробничого підходів.

Особливу увагу приділено систематизації понятійно-категоріального апарату дослідження, зокрема уточненню дефініцій термінів «телевізійний серіал», «*high-end fiction*», «копродукція», «форматний експорт» та «платформна дистрибуція». Обґрунтовано, що сучасний серіал функціонує як складний аудіовізуальний формат, який поєднує художні, технологічні та індустріальні характеристики, формуючи нові моделі медіаспоживання та міжнародної комунікації. Теоретичним підґрунтям дослідження стали праці зарубіжних і українських науковців, присвячені трансформації телебачення, розвитку серіальної культури та еволюції аудіовізуального виробництва в умовах цифровізації.

У межах розділу також окреслено концептуальні засади дослідження європейського аудіовізуального простору, зокрема принципи культурного різноманіття, регуляторні положення Директиви про аудіовізуальні медіапослуги (AVMSD) та сучасні індустріальні стандарти *high-end fiction*. Доведено, що інтеграція українських телесеріалів до європейського ринку потребує відповідності не лише технологічним і виробничим вимогам, а й культурним та інституційним нормам, що визначають конкурентоспроможність аудіовізуального продукту в умовах глобалізації медіаіндустрії.

У другому розділі проаналізовано особливості розвитку української серіальної індустрії від початку незалежності до сьогодення та визначено її відповідність сучасним стандартам європейського аудіовізуального ринку. Встановлено ключові вимоги до серіалів, зокрема відповідність стандартам *high-end fiction*, технологічну якість, міжкультурну зрозумілість і конкурентоспроможність. Проведено культурологічний, соціокультурний і виробничий аналіз українських телесеріалів, що дозволило визначити їх художні, соціальні та індустріальні характеристики.

Також здійснено комплексний аналіз українського серіального виробництва в контексті вимог європейського телеринку. Особливу увагу приділено визначенню ключових критеріїв відповідності сучасним стандартам *high-end fiction*, серед яких кінематографічна якість зображення і звуку, складність наративної структури та поєднання культурної автентичності з транснаціональною зрозумілістю. На основі культурологічного, соціокультурного та виробничого підходів досліджено українські телесеріали «Нюхач» (2013–2020), «Слуга народу» (2015–2019), «Схованки» (2019), «Кріпосна» (2019–2021), «Перші дні» (2023) та «Перевізниця» (2024), що дало змогу встановити їхню відповідність сучасним європейським індустріальним стандартам і визначити їхній інтеграційний потенціал.

У межах розділу обґрунтовано, що відповідність українських телесеріалів вимогам європейського ринку визначається синергією художніх, технологічних і виробничих чинників. Проведений аналіз засвідчив поступову еволюцію

національної серіальної індустрії – від орієнтації на пострадянський ринок до створення конкурентоспроможного аудіовізуального продукту, здатного інтегруватися до європейського медіапростору. Особливу увагу приділено ролі мовної політики, цифрових технологій та індустріальних стандартів у формуванні сучасної моделі українського серіального виробництва.

У третьому розділі визначено та схарактеризовано основні моделі інтеграції українських телесеріалів до європейського аудіовізуального простору, зокрема продаж готового продукту, форматний експорт і міжнародну копродукцію. Встановлено, що найбільш ефективною моделлю виходу на міжнародний ринок є копродукція, яка забезпечує об'єднання фінансових і творчих ресурсів, відповідність європейським індустріальним стандартам та розширення можливостей міжнародної дистрибуції.

Обґрунтовано роль інструментів реалізації інтеграційних моделей, серед яких діяльність сейлз-агентів, участь у міжнародних телеринках і фестивалях, а також використання стримінгових платформ. Окрему увагу приділено сучасним серіалам «Перші дні» та «Перевізниця», які демонструють нову модель українського аудіовізуального виробництва, орієнтовану на стандарти *high-end fiction* та репрезентацію українського досвіду повномасштабної війни в європейському медіапросторі. Це підтверджує інтеграційний потенціал української серіальної індустрії та її здатність функціонувати в умовах сучасного європейського телеринку.

Отже, отримані результати засвідчують, що українське серіальне виробництво поступово трансформується в конкурентоспроможний сегмент європейського аудіовізуального простору. Його подальший розвиток визначатиметься здатністю поєднувати національну самобутність з вимогами міжнародного ринку, впроваджувати сучасні виробничі моделі та створювати серіальний контент, релевантний як для української, так і для європейської глядацької аудиторії.

Ключові слова: сучасна екранна культура; аудіовізуальне мистецтво та виробництво; кінематограф; цифрова епоха; кіновиробництво; телебачення;

телевізійний серіал; екранна репрезентація; європейський телеринок; європейська інтеграція; культурна дипломатія; стримінгові платформи; копродукція; міжнародна дистрибуція; форматний експорт.

ABSTRACT

Horobets K. Features of Ukrainian Television Series Production in the Context of the European Television Market. A dissertation for obtaining the degree of Doctor of Philosophy in the specialty 021 «Audiovisual Arts and Productions». – Kyiv National I. K. Karpenko-Kary Theatre, Cinema and Television University. Kyiv, 2026.

The relevance of the research is determined by the profound transformation of the media industry in the twenty-first century, which has turned it into a significant instrument of a country's international representation. Under contemporary conditions, the television series has evolved beyond a form of audiovisual art to become an important means of cultural communication, social influence, and integration into the global media landscape. This issue has acquired particular importance in the context of Ukraine's European integration, accompanied by the reorientation of national television series production towards the European television market. The relevance of the study is primarily determined by the transformation of the foreign policy and cultural orientation of the Ukrainian media landscape, a process that intensified after 2014 and became fully established following the events of 2022.

Under these circumstances, television series production has been undergoing transformation in accordance with European standards. A significant factor in this process is the technological development of the audiovisual industry: advances in digital technologies, post-production, and platform distribution have reshaped the aesthetics, narrative models, and production practices of television series. At the same time, the contemporary television series has transcended the boundaries of entertainment, acquiring the status of a complex socio-cultural phenomenon that functions as an instrument for representing cultural values and social processes.

Despite the growing scholarly interest in television series production, the problem of a comprehensive understanding of Ukrainian television series within the context of their integration into the European audiovisual market remains insufficiently explored. Existing studies are primarily focused either on the theoretical aspects of television series as a cultural form or on particular industrial practices, without proposing an integrated model for analysing production, technological, and distribution processes in their interrelation. This necessitates a comprehensive study combining cultural, socio-cultural, and production-based approaches.

The scientific novelty of the dissertation lies in the comprehensive study of the specific features of Ukrainian television series production within the context of its integration into the European audiovisual market. The principal results obtained in the course of the research are as follows.

For the first time:

- the specific features of contemporary Ukrainian television series production oriented towards the European television market have been identified. These include the combination of international co-production, the high production standards of high-end fiction, platform distribution, and the representation of the Ukrainian experience of the full-scale war;
- a model of the integration of Ukrainian television series into the European audiovisual market has been substantiated, encompassing the sale of completed productions, format export, and international co-production, while also determining the degree of implementation of these models in Ukrainian television series production;
- a periodisation of the development of Ukrainian television series production within the context of European integration has been proposed, comprising the post-Soviet period (1991–2013), the transitional period (2014–2021), and the European integration period (from 2022 onwards), reflecting transformations in linguistic, production, and market paradigms.

The following have been further developed:

- the methodology for the comprehensive analysis of television series based on the integration of cultural, socio-cultural, and production approaches, making it

possible to assess their compliance with the contemporary requirements of the European television market;

- scientific approaches to defining the standards of high-end fiction through their systematisation as a set of technological, industrial, and cultural requirements ensuring the competitiveness of television series within the European audiovisual market.

Further development has been achieved in:

- theoretical approaches to the transformation of the television series as an audiovisual format under conditions of media digitalisation and the transition from quality television to high-end fiction;

- scholarly understanding of the television series as an instrument of cultural diplomacy that facilitates the integration of the Ukrainian socio-cultural experience into the European audiovisual space;

- production and industrial standards of contemporary television series production.

Research findings. The first chapter summarises scholarly approaches to the study of the television series as an audiovisual format, substantiates its place within the system of screen culture, and establishes the theoretical foundations of the research. It examines the evolution of the television series from quality television to high-end fiction and characterises the transformation of television in the context of the expansion of streaming platforms. The research methodology is substantiated on the basis of an integrated combination of cultural, socio-cultural, and production approaches.

Particular attention is devoted to the systematisation of the conceptual and terminological framework of the study, including the clarification of the definitions of such terms as television series, high-end fiction, co-production, format export, and platform distribution. It is argued that the contemporary television series functions as a complex audiovisual format integrating artistic, technological, and industrial characteristics, thereby shaping new models of media consumption and international communication. The theoretical framework of the dissertation is based on the works of Ukrainian and international scholars devoted to the transformation of television, the

development of serial culture, and the evolution of audiovisual production in the context of media digitalisation.

The chapter also outlines the conceptual foundations of the European audiovisual space, including the principles of cultural diversity, the regulatory framework established by the Audiovisual Media Services Directive (AVMSD), and the contemporary industrial standards of high-end fiction. It is demonstrated that the integration of Ukrainian television series into the European market requires compliance not only with technological and production requirements but also with the cultural and institutional standards that determine the competitiveness of audiovisual content within the globalised media industry.

The second chapter analyses the development of the Ukrainian television series industry from the restoration of Ukraine's independence to the present day and evaluates its compliance with the contemporary standards of the European audiovisual market. The key requirements for television series are identified, including compliance with the standards of high-end fiction, technological quality, cross-cultural accessibility, and market competitiveness. A comprehensive cultural, socio-cultural, and production analysis of Ukrainian television series is conducted, making it possible to identify their artistic, social, and industrial characteristics.

The chapter also presents a comprehensive analysis of Ukrainian television series production in the context of the requirements of the European television market. Particular attention is paid to identifying the principal criteria of compliance with the contemporary standards of high-end fiction, including cinematic image and sound quality, narrative complexity, and the combination of cultural authenticity with transnational accessibility. Based on cultural, socio-cultural, and production approaches, the dissertation examines the Ukrainian television series *The Sniffer* (2013–2020), *Servant of the People* (2015–2019), *Hide and Seek* (2019), *Love in Chains* (2019–2021), *Those Who Stayed* (2023), and *The Carrier* (2024). This analysis makes it possible to determine their compliance with contemporary European industrial standards and to assess their integration potential.

The chapter further demonstrates that the compliance of Ukrainian television series with the requirements of the European market is determined by the synergy of artistic, technological, and production factors. The analysis reveals the gradual evolution of the national television series industry—from its orientation towards the post-Soviet market to the creation of a competitive audiovisual product capable of integrating into the European media space. Particular attention is paid to the role of language policy, digital technologies, and industrial standards in shaping the contemporary model of Ukrainian television series production.

The third chapter identifies and characterises the principal models for the integration of Ukrainian television series into the European audiovisual space, including the sale of completed productions, format export, and international co-production. It is established that international co-production represents the most effective model for entering the international market, as it enables the pooling of financial and creative resources, ensures compliance with European industrial standards, and expands opportunities for international distribution.

The chapter substantiates the role of the key mechanisms facilitating the implementation of these integration models, including the activities of sales agents, participation in international television markets and festivals, and the use of streaming platforms. Particular attention is devoted to the contemporary television series *Those Who Stayed* (2023) and *The Carrier* (2024), which exemplify a new model of Ukrainian audiovisual production oriented towards the standards of high-end fiction and the representation of the Ukrainian experience of the full-scale war within the European media space. These case studies confirm the integration potential of the Ukrainian television series industry and its capacity to operate successfully within the contemporary European television market.

The findings of the dissertation demonstrate that Ukrainian television series production is gradually evolving into a competitive segment of the European audiovisual space. Its further development will depend on its ability to combine national cultural identity with the requirements of the international market, implement

contemporary production models, and create television series content that is relevant to both Ukrainian and European audiences.

Key words: contemporary screen culture; audiovisual art and production; cinematography; digital era; film production; television; television series; screen representation; European television market; European integration; cultural diplomacy; streaming platforms; co-production; international distribution; format export.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті в наукових фахових виданнях України, включених до міжнародних наукометричних баз

1. Горобець К. Сучасний контекст українського виробництва телевізійних серіалів. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка Карого*. 2024. № 34. С. 143–150. DOI: [10.34026/1997-4264.34.2024.305207](https://doi.org/10.34026/1997-4264.34.2024.305207)

2. Горобець К. Технологічні особливості українського виробництва телевізійних серіалів. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка Карого*. 2025. № 37. С. 186–195. DOI: [10.34026/1997-4264.37.2025.345168](https://doi.org/10.34026/1997-4264.37.2025.345168).

3. Горобець К. Серіал у сучасному науковому дискурсі: від теоретичних підходів до української інтерпретації скандинавського нуару. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Мистецтвознавство*. 2026. № 54. С. 65–74. DOI: [10.31866/2410-1176.54.2026.362230](https://doi.org/10.31866/2410-1176.54.2026.362230)

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

Горобець К. Продюсування українського ігрового кіно під час війни: проблеми та шляхи їх вирішення. *Продюсування фільмів у 21 столітті: основні виклики*: зб. мат. I Щорічної міжнародної науково-практичної конференції. КНУТКіТ імені І. К. Карпенка-Карого, Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології імені М. Т. Рильського НАН України (28–29 вересня 2023). К., 2023. С. 20–22.

URL: <https://ir.knutkt.edu.ua/bitstream/handle/123456789/966/Tezy-Mizhnarodnoi-naukovopraktychnoi-konferentsii-20.02.24.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Горобець К. Реалії сучасного копродукційного кіновиробництва. *Продюсування фільмів у 21 столітті: основні виклики*: зб. мат. II Щорічної міжнародної науково-практичної конференції. КНУТКіТ імені І. К. Карпенка-Карого, Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології імені

М. Т. Рильського НАН України (16–17 грудня 2024 р.). К., 2024. С. 27-31. URL: <https://ir.knutkt.edu.ua/handle/123456789/967>

Горобець К. Роль українського телесеріалу як інструменту культурної дипломатії. *ArtVision: актуальні питання музичного, театрального та кіномистецтва: Збірник матеріалів Всеукраїнської наукової конференції студентів, аспірантів та науковців (Київ, 19-20 листопада 2025 р.)*. К., 2025. С. 52-54.

URL: https://drive.google.com/file/d/13JT8_noFndv67zdgQg6RKBKCnekRqKQR/view

Горобець К. Мова українських телесеріалів у контексті трансформації серіального виробництва. *Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі: аспекти міжмовної комунікації та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця*: зб. мат. Міжнар. науково-практична інтернет-конференція пам'яті філолога, журналіста та захисника України Володимира Мукана (Ірпінь – Ломжа, 20 лютого 2026). Ірпінь : Державний податковий університет ; Ломжа : Міжнародна академія прикладних наук в Ломжі. Видавництво : MANS w Łomży, 2026. С. 165–171.

URL:

https://dpu.edu.ua/images/2026%20plus/2026/1_Photo_dlya_novyn_2026/Naukovi%20zahodi/04%20kviten%20Naukovi%20zahodi/Zbirnik%20konferencii%20Ukrainska%20mova%20ta%20kultura%20v%20sucasnomu%20gumanitarnomu%20casoprostori.pdf

Горобець К. Функціонування європейського ринку телесеріалів: стандарти до аудіовізуального продукту. *Новітні тенденції в медіагалузі*: зб. мат. VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених (14 квітня 2026 р.). Київ, 2026. С. 117–120. URL: https://science.journ.knu.ua/wp-content/uploads/2026/06/novitni_tendencziyi_2026.pdf

ЗМІСТ

ВСТУП.....	16
Розділ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ СЕРІАЛІВ.....	23
1.1. Теоретичні основи дослідження телевізійних серіалів.....	23
1.2. Методологія дослідження телевізійних серіалів.....	46
1.3. Трансформація ролі телебачення в умовах поширення стримінгових платформ: від <i>quality television</i> до <i>high-end fiction</i>	60
Висновки до розділу 1.....	78
РОЗДІЛ 2. УКРАЇНСЬКЕ ВИРОБНИЦТВО СЕРІАЛІВ У КОНТЕКСТІ ВИМОГ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ТЕЛЕРИНКУ.....	81
2.1. Європейські стандарти виробництва аудіовізуального контенту.....	81
2.2. Виробничі механізми та індустріальні стандарти створення конкурентоспроможного телесеріалу.....	99
2.3. Технологічні засади виробництва сучасних українських серіалів.....	115
Висновки до розділу 2.....	126
РОЗДІЛ 3. ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ СЕРІАЛІВ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО РИНКУ.....	129
3.1. Моделі інтеграції українських серіалів до європейського телеринку.....	129
3.2. Відповідність українських телесеріалів сучасним стандартам європейського телеринку.....	147
3.3. Еволюція українського телесеріалу та його роль як інструменту культурної дипломатії в європейському медіапросторі.....	162
Висновки до розділу 3.....	180
ВИСНОВКИ.....	184
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	189
ДОДАТКИ.....	216

ВСТУП

В сучасних реаліях українське серіальне виробництво зазнало докорінних трансформацій під впливом зовнішньополітичних чинників та глобальних технологічних зрушень, пов'язаних з переходом до платформної екосистеми. Унаслідок цих змін ключового значення набуває адаптація виробничих моделей до нових умов функціонування аудіовізуального ринку, де поєднання культурної автентичності з високими технічними стандартами європейського ринку стає ключовою умовою міжнародної інтеграції.

Актуальність обраної теми дослідження зумовлена глибокою трансформацією медіагалузі в ХХІ ст., що посприяло її перетворенню на вагомий чинник міжнародної репрезентації держави. Можна виділити такі вагомі причини, що обґрунтовують необхідність цього дослідження:

- зміною зовнішньополітичного та культурного вектора розвитку українського медіапростору, що особливо загострився після 2014 року та набув остаточного оформлення після 2022 року. У цих умовах серіальне виробництво переорієнтовується на європейський телеринок, що потребує теоретичного осмислення механізмів цієї трансформації та її впливу на зміст і форму аудіовізуального продукту;

- технологічною динамікою аудіовізуального виробництва, яка радикально змінює естетику, наративні моделі та виробничі практики серіалів. Розвиток цифрових технологій, постпродакшену та платформної дистрибуції уможливорює створення контенту, що відповідає стандартам глобального ринку, і водночас потребує наукового аналізу нових виробничих підходів;

- трансформацією серіалу як культурної форми, що вийшов за межі розважального жанру й набув статусу складного соціокультурного явища. Сучасний серіал функціонує як інструмент репрезентації цінностей та суспільних процесів, що зумовлює необхідність його дослідження в межах медіадискурсивних і культурологічних підходів;

- потребою теоретичного узагальнення індустріальних практик, що вже склалися в українському серіальному виробництві у зв'язку з орієнтацією на міжнародний ринок. Оскільки індустрія випереджає наукове осмислення, актуалізується завдання систематизації цих процесів, виявлення їх закономірностей та формування цілісної дослідницької моделі.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дисертацію виконано на кафедрі продюсерства аудіовізуального мистецтва та виробництва Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого. Тему затверджено на засіданні Вченої ради Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І.К. Карпенка-Карого (протокол №12 від 25.10.2022).

Мета дисертаційної роботи – з'ясувати особливості виробництва українських телевізійних серіалів та обґрунтувати моделі їх інтеграції до європейського аудіовізуального ринку в умовах трансформації телевізійної індустрії та цифровізації аудіовізуального середовища.

Об'єкт дослідження – українські телевізійні серіали як складник сучасного аудіовізуального виробництва.

Предмет дослідження – особливості виробництва та моделі інтеграції українських телевізійних серіалів до європейського аудіовізуального ринку.

Сформульована **мета дослідження** зумовлює виконання таких **завдань**:

- схарактеризувати телевізійний серіал як аудіовізуальний формат з огляду на технологічні та індустріальні трансформації телевізійної індустрії;
- окреслити етапи становлення та розвитку виробництва українських телевізійних серіалів кінця XX – першої чверті XXI ст.;
- з'ясувати функції українського серіалу як інструменту культурної дипломатії та «м'якої сили»;
- визначити ключові тенденції трансформації європейського телевізійного ринку;
- оприятити технологічні особливості сучасного серіального виробництва;

- окреслити моделі інтеграції українських серіалів до європейського ринку іта схарактеризувати ступінь їх реалізації;
- з'ясувати специфіку виробництва сучасних українських серіалів, спрямованих на європейський телеринок.

Хронологічні межі дослідження ретроспективно охоплюють кінець ХХ – першу чверть ХХІ ст., де нижня межа зумовлена початком періоду незалежності України, а верхня – пов'язана зі стрімким входженням українського телесеріалу на європейський телеринок після початку повномасштабного вторгнення рф в Україну.

Методи дослідження. Методологічне підґрунтя дисертації становить взаємодія міждисциплінарних підходів та загальнонаукових методів, що дозволило забезпечити єдність теоретичного аналізу й практичної інтерпретації динамічних процесів в українському аудіовізуальному виробництві.

Культурологічний підхід використано під час осмислення серіалу як складника сучасної аудіовізуальної культури та інструменту культурної присутності України в європейському медіапросторі.

Соціокультурний підхід став основою для осмислення телевізійного серіалу як суспільно значущої аудіовізуальної практики, що бере участь у процесах ідентифікації та консолідації суспільства. Його застосування дало можливість з'ясувати ключові суспільні функції серіалу – консолідаційну, меморіальну та іміджеву.

Виробничий підхід було спрямовано на дослідження індустріальних механізмів створення, фінансування та дистрибуції українського аудіовізуального продукту відповідно до технічних і правових вимог європейського телеринку.

У дослідженні було застосовано такі загальнонаукові та спеціальні методи: *аналізу* – для виокремлення ключових особливостей етапів розвитку українського серіального виробництва у ХХІ ст.; *синтезу* – для формування цілісної картини еволюції телесеріального виробництва упродовж 1991–2025 рр.; *індукції та дедукції* – для узагальнення результатів окремих успішних

кейсів копродукції та прогнозування подальших шляхів інтеграції українського контенту в глобальні цифрові платформи; *діахронічний* – для простеження часової трансформації галузі та *порівняльний* – для виявлення відмінностей у фінансових моделях, акторському складі й наративних моделях.

До спеціальних методів дослідження належать *кінознавчий аналіз* – для вивчення художньо-естетичних особливостей українських телесеріалів; *аналіз серіального наративу* – для дослідження принципів організації сюжетної структури та серіальної драматургії; *аналіз кіномови* – для виявлення особливостей візуальної стилістики, монтажних рішень і звукової організації серіального твору.

Теоретичну базу дисертації становлять:

- дослідження з теорії серіальних студій і сучасного телевізійного виробництва, у яких висвітлено трансформацію телевізійного контенту та його індустріальних моделей, зокрема праці М. Вінклера, Ж.-П. Ескенназі, Дж. Маккейба, Дж. Міттелла, Р. Дж. Томпсона, Т. Данліві, Г. Крібера, А. Лотц;
- праці, що розкривають особливості глобалізації аудіовізуальної індустрії та взаємодії виробництва і дистрибуції, зокрема дослідження Г. Дойла, Т. Гейвенса, М. Кертіна, Р. Лобато, К. Сансона, Ж. Чалабі, К. Меєра;
- праці українських науковців, присвячені проблемам екранної культури та аудіовізуального виробництва, зокрема дослідження З. Алфьорової, С. Гулевського, Т. Журавльової, І. Зубавіної, А. Канівець, Н. Корабльової, Т. Кохана, О. Ландяк, Л. Новікової, М. Собуцького, Г. Чміль;
- праці українських науковців, присвячені технічним аспектам аудіовізуального виробництва, зокрема проблемам цифровізації, віртуального виробництва, звукового дизайну та екранних технологій, серед яких дослідження О. Безручка, І. Канівця, О. Прядка, В. Скуратівського, О. Шаповал.

Джерельну базу дослідження становлять монографії, наукові публікації філософського, культурологічного та комунікативного спрямування, дотичні до напряму дисертаційного дослідження. Також використано матеріали довідкового характеру, друковані й електронні версії матеріалів наукових

конференцій, наукову періодику, результати соціологічного опитування, нормативно-правові та аналітичні документи, публікації в медіа за проблематикою дисертації.

Емпіричною базою дослідження стали серіали українського виробництва від початку незалежності України і до сьогодення, що репрезентують еволюцію національної аудіовізуальної індустрії та процес її інтеграції до європейського медіапростору. Відповідно до критеріїв міжнародної дистрибуції, продажу форматів та копродукції для поглибленого аналізу обрано шість телесеріалів українського виробництва: «Нюхач», «Слуга народу», «Схованки», «Кріпосна», «Перші дні» та «Перевізниця».

Наукова новизна одержаних результатів дисертації полягає у комплексному дослідженні особливостей виробництва українських телевізійних серіалів у контексті їх інтеграції до європейського аудіовізуального ринку. Основні результати, отримані дисертантом під час розв’язання поставлених завдань:

уперше:

- визначено специфіку виробництва сучасних українських телесеріалів, спрямованих на європейський телевізійний ринок, що полягає у поєднанні міжнародної копродукції, відповідності стандартам *high-end fiction*, орієнтації на платформну дистрибуцію та репрезентації українського досвіду повномасштабної війни;

- обґрунтовано модель інтеграції українських телесеріалів до європейського аудіовізуального ринку, що охоплює продаж готового продукту, форматний експорт і міжнародну копродукцію, а також визначено ступінь їх реалізації у вітчизняній серіальній практиці;

- запропоновано періодизацію розвитку українського серіального виробництва в контексті європейської інтеграції, що охоплює пострадянський (1991–2013 рр.), перехідний (2014–2021 рр.) та євроінтеграційний (з 2022 р.) етапи, які відображають трансформацію мовної, виробничої та ринкової парадигм.

удосконалено:

- методологію комплексного аналізу телесеріалів, що ґрунтується на поєднанні культурологічного, соціокультурного та виробничого підходів і дає можливість оцінювати їх відповідність сучасним вимогам європейського телеринку;

- наукові підходи до систематизації вимог формату *high-end fiction* як комплексу технологічних, індустріальних і культурних вимог, що забезпечують конкурентоспроможність серіалу на європейському аудіовізуальному ринку;

набули подальшого розвитку:

- теоретичні положення щодо трансформації телевізійного серіалу як аудіовізуального формату в умовах цифровізації медіапростору та переходу від *quality television* до *high-end fiction*;

- наукові уявлення про функціонування телесеріалу як інструменту культурної дипломатії, що забезпечує введення українського соціокультурного досвіду до європейського аудіовізуального простору;

- виробничі та індустріальні стандарти сучасного серіального виробництва.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їх застосування в освітній, науковій та професійній діяльності у сфері аудіовізуального виробництва.

Результати дослідження можуть бути використані:

- у навчальному процесі закладів вищої освіти під час викладання дисциплін, пов'язаних із продюсуванням, телевиробництвом, серіальними студіями та міжнародною дистрибуцією аудіовізуального контенту;

- у професійній діяльності продюсерів, сценаристів і менеджерів аудіовізуальної індустрії для розробки моделей створення та просування серіального продукту;

- у діяльності державних і галузевих інституцій як аналітична основа для формування політик у сфері розвитку аудіовізуального виробництва та інтеграції українського контенту до європейського медіапростору;

- у подальших наукових дослідженнях, присвячених проблемам розвитку серіальної культури, цифрових медіа та міжнародної комунікації.

Особистий внесок здобувача. Усі результати дослідження є особистими напрацюваннями дисертанта. За темою дослідження опубліковано 8 одноосібних наукових праць.

Апробація результатів дисертації. Основні положення дисертаційного дослідження викладено та обговорено на науково-практичних конференціях різного рівня: I Щорічна міжнародна науково-практична конференція «Продюсування фільмів у 21 столітті: основні виклики» (Київ, 28–29 вересня 2023 р.); II Щорічна міжнародна науково-практична конференція «Продюсування фільмів у 21 столітті: основні виклики» (Київ, 16–17 грудня 2024 р.); Всеукраїнська наукова конференція студентів, аспірантів та науковців «ArtVision: актуальні питання музичного, театрального та кіномистецтва» (Київ, 19-20 листопада 2025 р.); Міжнародна науково-практична інтернет-конференція пам'яті філолога, журналіста та захисника України Володимира Мукана «Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі: аспекти міжмовної комунікації та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця» (Україна – Польща, Ірпінь – Ломжа, 20 лютого 2026 р.); VIII Всеукраїнська науково-практична конференція студентів та молодих вчених «Новітні тенденції в медіагалузі» (Київ, 14 квітня 2026 р.).

Публікації. Основні положення та результати дослідження викладено у 8 одноосібних публікаціях, з яких: 3 статті – у виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України за спеціальністю 021 «Аудіовізуальне мистецтво і виробництво», 5 праць апробаційного характеру.

Структура та обсяг дисертації. Структура складається з титульного аркуша, анотації українською та англійською мовами, списку публікацій здобувача за темою роботи, змісту, переліку умовних позначень, вступу, трьох розділів, висновків у кінці розділів та загальних висновків, списку використаних джерел, додатків. Дисертація обсягом 224 с., основний текст становить 188 стор., список використаних джерел розміщений на 28 с. і містить 233 позиції.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ СЕРІАЛІВ

1.1. Теоретичні основи дослідження телевізійних серіалів

Українське телевиробництво на сучасному етапі розвивається в умовах сучасної екранної культури, зокрема постійної взаємодії зі світовою кіно- й телеіндустрією, що зумовлює необхідність розглядати телесеріал як складний аудіовізуальний продукт, сформований унаслідок взаємодії художніх, виробничих і суспільних процесів. Осмислення телесеріалу як об'єкта наукового дослідження доцільно здійснювати в ширшому європейському та міжнародному контексті, з урахуванням трансформацій моделей виробництва, дистрибуції та споживання контенту, а також змін у структурі глядацької аудиторії та її запитів. У цьому вимірі українське серіальне виробництво розглядаємо як складову сучасного аудіовізуального ринку, функціонування якого визначається процесами міжнародної інтеграції, технологічної модернізації та посиленням конкуренції за увагу аудиторії.

Тож важливо з'ясувати ті історичні закономірності розвитку телевиробництва, що сформували індустріальні обриси сучасного серіального ринку й досі впливають на специфіку українського телесеріалу. На це слушно звертає увагу Т. Сидорчук, окреслюючи одну з визначальних особливостей становлення серіальної форми в українському медіапросторі: «Для українського глядача “циклічний спосіб телевізійного мистецтва” є відносно новим: якщо в США зародження серіалу ознаменувалось 1937-м роком, то на наших теренах популяризація цього формату (такого, яким він є сьогодні) почалася лише в 1990-х» [83, с. 98]. На повторюваності як визначальній рисі нормативно-ритуальної функції українського телесеріалу наголошує С. Гулевський [21, с. 148]. Наведені спостереження дають можливість встановити історичну асиметрію розвитку

українського й західного серіального виробництва: український телепростір увійшов у цю модель значно пізніше, коли в західній індустрії вже були сформовані базові принципи функціонування серіалу.

Водночас становлення українського серіалу відбувалося в умовах активного наповнення інформаційного простору закордонною продукцією, комерціалізації медіаринку та зміни економічних засад функціонування телебачення. За таких обставин серіал поступово утвердився як одна з найперспективніших форм телевізійного продукту, здатна поєднувати художню привабливість із програмною та економічною ефективністю. Т. Сидорчук пов'язує зростання популярності серіального виробництва в Україні з переходом телебачення до ринкової моделі функціонування. На думку дослідниці, в умовах конкуренції за аудиторію та рекламні доходи телесеріал виявився найбільш вигідним видом телевізійного контенту, оскільки забезпечував тривале наповнення ефіру та стабільний інтерес глядачів. Саме економічна ефективність серіальної продукції стала одним із чинників активізації виробництва власного контенту українськими телеканалами [83, с. 99].

Отже, вже на початковому етапі розвитку українського серіального виробництва сформувалися риси, що згодом набули особливої ваги й у контексті європейського ринку: орієнтація на глядацький попит, програмна функціональність серіалу та його економічна ефективність. Водночас історична асиметрія розвитку українського й західного телеринків зумовила тривалу залежність українського серіального виробництва від зовнішніх моделей, а згодом – його поступову переорієнтацію на європейський аудіовізуальний простір. Детальніше ці процеси буде розглянуто в наступних розділах.

З огляду на окреслені історичні та індустріальні передумови, подальше осмислення телесеріалу як складного аудіовізуального феномену потребує звернення до тих теоретичних підходів, у межах яких було сформовано базові моделі його аналізу. Насамперед ідеться про американських дослідників аудіовізуальних творів, які одними з перших комплексно проаналізували телевізійний серіал.

Американський сегмент досліджень серіалів сформував теоретичне підґрунтя для розуміння телесеріалу як самостійної форми аудіовізуального виробництва, що має власну логіку функціонування та не розглядається як вторинна щодо кінематографа.

Важливий внесок у дослідження наративної організації аудіовізуальних творів зробив Д. Бордвелл, який розглядав наратив як систему взаємопов'язаних подій, що формується в процесі активної інтерпретації глядачем. Дослідник наголошував, що сприйняття екранного твору ґрунтується на постійному конструюванні причинно-наслідкових зв'язків між окремими сюжетними елементами, а тому глядач виступає не пасивним споживачем інформації, а активним учасником процесу смислотворення [120]. Особливу увагу вчений приділяв принципам організації сюжетної інформації, способам керування глядацьким сприйняттям та взаємозв'язку між формою і змістом аудіовізуального твору [121]. Водночас запропонована ним когнітивна модель наративу дала можливість пояснити механізми функціонування складних сюжетних конструкцій, характерних для сучасної серіальної продукції. Такий підхід заклав теоретичне підґрунтя для подальших досліджень складних наративних структур у телесеріалах.

Однією з ключових позицій, запропонованих у межах американської дослідницької традиції, є концепція наративної складності Дж. Міттелла, у межах якої зазначається, що «наративна складність переозначає епізодичні форми під впливом серіальної оповіді» [195, р. 18]. У цій перспективі телесеріал постає як структурно організована система, де ускладнення наративу виконує функцію залучення глядача до активної інтерпретації. Такий підхід дає можливість розглядати серіал як форму аудіовізуального наративу, що передбачає активну інтерпретаційну участь глядача.

Водночас суттєвий внесок у переосмислення телесеріалу як індустріально зумовленого феномена здійснила А. Лотц, яка перенесла аналітичний фокус із тексту на умови виробництва, дистрибуції та споживання контенту. Дослідниця підкреслювала, що «постмережева епоха визначається контролем глядача над

тим, коли і як споживається контент» [185, р. 5], а також наголошувала, що «індустріальні структури визначають не лише те, який контент створюється, але й те, як він циркулює та сприймається» [182, р. 34]. Це дає можливість встановити, що трансформація телебачення в цифрову епоху пов'язана не лише зі зміною технологій, а й із переорганізацією виробничих процесів, форматів контенту та моделей його споживання.

Цей аспект додатково увиразнюється у межах концепції партисипативної культури Г. Дженкінса, який акцентує на активній ролі аудиторії в інтерпретації та поширенні медіаконтенту: «потік медіаконтенту між різними медіасистемами, конкуруючими медіаекономіками та національними кордонами значною мірою залежить від активної участі споживачів» [173, р. 3]. Таким чином, аудиторія перестає бути пасивним споживачем контенту й стає учасником його поширення та переосмислення, що суттєво впливає на міжнародну циркуляцію серіальних продуктів.

Доповненням до цього підходу є концепція «медіакапіталів» М. Кертіна, яка дає можливість інтерпретувати серіальне виробництво як результат функціонування специфічних вузлових центрів глобальної аудіовізуальної взаємодії. Дослідник наголошує, що медіакапітали (такі як Голлівуд, Бомбей чи Гонконг) є не просто географічними локаціями, а центрами інтенсивної акумуляції талантів, капіталу й технологій, які забезпечують масштабне виробництво контенту для транснаціональних аудиторій [133]. Як зазначає М. Кертін, медіакапітали виникають там, де логіка накопичення капіталу переплітається з траєкторіями творчої міграції, перетворюючи окремі міста на домінантні хаби, що визначають вектори поширення серіальних форматів у глобальному просторі [134]. З цього погляду серіал постає як результат поєднання локальних культурних особливостей і наднаціональних індустріальних стандартів, що забезпечує його циркуляцію в міжнародному медіапросторі.

Отже, американська дослідницька традиція сформувала комплексне бачення телесеріалу як самостійної форми аудіовізуального виробництва та

заклала теоретичні засади його аналізу в умовах цифрової трансформації медіа. Водночас ці підходи потребують подальшого уточнення в контексті європейського аудіовізуального простору. Йдеться насамперед про зміщення аналітичного акценту від індустріально-технологічної логіки до соціокультурної релевантності контенту, його здатності до проблематизації та репрезентації складних суспільних процесів. Саме ці аспекти визначають специфіку європейської дослідницької традиції, у межах якої телесеріал постає як форма соціального осмислення реальності.

Особливо показовою в цьому контексті є італійський сегмент досліджень телесеріалів, у межах якого телесеріал розглядається як складна культурна форма, у якій наративні механізми стають інструментом осмислення суспільних процесів і колективного досвіду.

Італійський сегмент серіалознавчих досліджень формується в межах естетико-філософського підходу, у якому серіал осмислюється як специфічна форма переживання часу, наративу та реальності. Узагальнення цих підходів представлено, зокрема, у спеціальному випуску часопису «*Rivista di estetica*» (2023) за редакцією М. Слугана, Е. Терроне [222]. У центрі уваги італійських дослідників – філософське осмислення сутності серіалу як культурного феномена та його здатності формувати тривалий досвід взаємодії з глядачем. Перевіряючи «загальне тлумачення телесеріалів як наративних епосів», М. Сегала підкреслює, що «серійність кіно і телебачення є різними естетичними формами» [219], оскільки серіал відрізняється від фільму не лише структурно, а й за характером впливу на глядача. Якщо кіно тяжіє до завершеності та композиційної замкненості, то серіал функціонує через механізм часової пролонгації, що уможливорює формування особливого типу наративної взаємодії з аудиторією. У цьому контексті дослідник визначає серіал як форму, що відповідає потребі в «оповіді, розгорнутій у часі та заснованій на повторюваних персонажах, які стимулюють зацікавленість і очікування» [219].

Зазначені характеристики дають можливість визначити серіал як модель тривалого емоційного залучення, у межах якої формується стабільна глядацька

прив'язаність до персонажів і світу історії. Водночас у цьому підході важливо не лише саме залучення, а його структурна організація – ритм повторюваності, очікування та поступового розгортання наративу.

Проблему глядацької привабливості серіалу деталізує І. Йованович, який виокремлює чинники, що «викликають інтерес глядачів та довгострокову відданість: загальна естетика серіалів, їхня складність наративу, сильна емоційна привабливість та серйозний міметичний аспект» [177]. Водночас дослідник наголошує, що тривала прихильність аудиторії формується не лише через емоційну ідентифікацію з персонажами, а через складніший механізм – ефект залученості до самого наративного світу, який забезпечує регулярне переживання значущих емоційних станів [177].

У ширшому медійному контексті ці ідеї розвиває А. Маєлло, яка розглядає серіальність як відповідь на трансформації сучасного комунікаційного середовища. Дослідниця зазначає, що «поширення серійних аудіовізуальних історій... є відповіддю на медійну фрагментацію нашого життя... Телесеріали є формою культурної адаптації до цього нового гібридного медіасередовища» [186]. У цій оптиці серіал постає як форма, що відображає логіку цифрової комунікації – фрагментарної, відкритої та процесуальної.

Важливим є і висновок дослідниці про зміну мотивації глядацького перегляду: інтерес спрямований не лише на сюжетний фінал, а на саму структуру й функціонування серіального світу, тобто на спосіб його побудови та розвитку [186]. Це підсилює розуміння серіалу як відкритої системи, здатної до постійного смислового розширення.

Цю логіку просторово-часової організації серіалу поглиблює Д. Чеккі, який пропонує аналіз через категорію хронотопу [129]. Дослідник розглядає серіал як форму, у якій хронотоп функціонує водночас як структура наративу і як модель глядацького досвіду. При цьому трансформація серіального формату в цифрову епоху супроводжується посиленням інтерактивності та включенням аудиторії в нові соціальні практики, що, за його визначенням, призводить до

формування «нової форми соціальності, відомої як цифрова “тотальна мобілізація”» [129].

У цьому контексті серіал постає не як завершений текст, а як відкритий комунікативний простір, що стимулює тривалу глядацьку активність, інтерпретацію та участь у циркуляції змісту. Таким чином, італійська дослідницька традиція дозволяє розглядати серіал як форму, у якій поєднуються естетична організація, соціокультурна функція та нові моделі взаємодії з аудиторією.

Сформульоване в межах італійської дослідницької традиції розуміння серіалу як відкритої хронотопічної та соціокультурної форми знаходить подальший розвиток у французькій традиції серіалознавства. Якщо італійські дослідники акцентують на онтології та естетиці серіалу, то французька традиція зміщує фокус на його соціосеміотичну функцію, культурний статус і здатність відображати та осмислювати суспільну реальність.

Французька традиція дослідження телесеріалів розглядає телесеріал у межах соціології мистецтва та соціосеміотики, надаючи йому статусу повноцінної культурної форми, співмірної з класичною літературною традицією. Для глибшого осмислення цього підходу показовими є праці Ж.-П. Ескенназі та М. Вінклера, які інтерпретують серіал як сучасний інструмент репрезентації соціального досвіду.

У концепції Ж.-П. Ескенназі телесеріал постає як форма, що успадковує функції великого реалістичного роману XIX ст. [146]. Дослідник проводить паралелі між сучасними серіалами та романами-фейлетонами О. Бальзака і Ч. Діккенса, обґрунтовуючи тезу про те, що саме серіальна оповідь у сучасних умовах найбільш повно виконує роль «дзеркала суспільства» [146]. У цьому контексті серіал уможливорює тривале розгортання характерів і соціальних конфліктів, що забезпечує глибину психологічного та соціального аналізу, недосяжну для обмеженого у часі кінематографічного формату.

Важливим аспектом підходу Ж.-П. Ескенназі є концепція «правди серіалів», яка передбачає їхню здатність не лише відображати, а й соціально

верифікувати реальність, формуючи простір публічного обговорення актуальних проблем [146]. У цьому зв'язку дослідник актуалізує постать автора-шоураннера, який виступає медіатором між суспільним запитом і художнім втіленням, трансформуючи колективний досвід у цілісну наративну систему. Таким чином серіал постає як автономна культурна екосистема, інтегрована в повсякденне життя глядача та здатна формувати нові колективні уявлення і смисли.

Інший вимір осмислення серіалу пропонує М. Вінклер, який розглядає його крізь призму гуманістичного підходу як інструмент емпатії та соціального досвіду. На відміну від суто теоретичного аналізу, дослідник акцентує на здатності серіальної форми супроводжувати глядача впродовж тривалого часу, уможливорюючи осмислення складних етичних і соціальних ситуацій. У цьому контексті серіали постають як «сучасна міфологія», що сприяє формуванню здатності розуміти «іншого» та переосмислювати моральні орієнтири в умовах суспільних змін [230].

Особливого значення М. Вінклер надає наративній близькості серіалу до повсякденного життя, яка забезпечує формування глибокого емоційного зв'язку між глядачем і персонажами [230]. Саме ця тривала взаємодія перетворює перегляд на форму колективного переживання соціальних травм, конфліктів і пошуків справедливості. Важливо, що дослідник реабілітує жанрові серіали, зокрема медичні та юридичні, доводячи, що вони часто стають простором артикуляції суспільно значущих проблем, які залишаються поза увагою інших медіаформ.

Як зазначає М. Вінклер, «замість того, щоб проходити через короткі спалахи емоцій, як у фільмах, або повільне блукання словами, як у романах, серіали протікають через регулярні, періодичні та повторювані сплески; у нас є час, між двома епізодами, поміркувати над сказаним і підготуватися до того, що буде сказано. З цієї точки зору, драматичні серіали видаються мені еквівалентом “розумових експериментів” філософів...» [230, р. 99].

Таким чином, у межах французької дослідницької традиції телесеріал осмислюється як соціокультурно значуща форма, що поєднує наративну тривалість, емоційну залученість і здатність до глибокої соціальної рефлексії. Його цінність визначається не лише індустріальними характеристиками, а передусім функцією інтерпретації суспільної реальності, формування емпатійного досвіду та створення простору для колективного осмислення актуальних проблем.

Британська традиція дослідження телесеріалів сформувалася в межах культурних студій і практик суспільного мовлення, що зумовило її виразну орієнтацію на соціокультурний аналіз медіаконтенту. У цій оптиці серіал розглядається як форма, у якій поєднуються жанрові, інституційні та суспільні виміри функціонування медіа.

Одним із ключових дослідників у цьому контексті є Г. Крібер, який зосереджується на трансформації жанрової природи телесеріалів. Учений доводить, що в умовах цифровізації та глобалізації медіапростору жанр перестає бути стабільною структурою і набуває динамічного характеру, функціонуючи як гнучкий інструмент взаємодії з аудиторією. У праці «The Television Genre Book» за редакцією Г. Крібер проаналізовано процеси жанрової гібридизації, що виявляються у поєднанні різних наративних моделей і тематичних пластів [132]. Такі гібридні структури (зокрема інтеграція соціальної проблематики в межах кримінального чи драматичного наративу) постають не як формальний прийом, а як спосіб осмислення складних соціальних реалій. Відповідно жанр функціонує як відкрита система, здатна адаптуватися до змін у суспільстві та медіасередовищі.

Вагомий внесок у розвиток британської дослідницької традиції здійснила К. Джонсон, яка аналізує трансформацію телебачення в умовах цифрового середовища. У своїй праці «Online TV» (2019) дослідниця обґрунтовує перехід від лінійного мовлення до онлайн-моделей дистрибуції, у межах яких телесеріал постає не лише як наративна форма, а як елемент платформної моделі функціонування медіа та засіб соціальної репрезентації [175]. Особливу увагу

вона приділяє ролі суспільних мовників (зокрема BBC та Channel 4), які використовують серіальний контент для артикуляції цінностей інклюзивності, культурного різноманіття та національної ідентичності.

У цьому контексті серіал функціонує як носій «суспільної цінності», виходячи за межі розважального продукту. Його виробництво пов'язане з формуванням культурного образу країни, де поєднання локальної специфіки та універсальних наративних моделей уможливлює ефективну присутність у глобальному медіапросторі. Таким чином, цифрові платформи виступають не лише каналами дистрибуції, а й інструментами конструювання ідентичностей.

Особливе місце в межах британської традиції посідає концепція «культурного громадянства», розроблена Дж. Гермес. У праці «Re-reading Popular Culture» (2005) дослідник пропонує розглядати рецепцію популярного контенту як форму повсякденної соціальної практики, що уможливлює осмислення індивідом власної приналежності до спільноти [166]. Обговорення серіалів у цьому контексті постає як форма «щоденної демократії», у межах якої формуються ціннісні орієнтири та моделі соціальної взаємодії.

З цього погляду телесеріал виконує функцію своєрідного «соціального тренажера», де через емоційне залучення до наративу глядачі опрацьовують складні етичні ситуації, засвоюють моделі поведінки та долучаються до ширших суспільних дискусій. У цій оптиці серіал стає медіатором між індивідуальним досвідом і колективними процесами, перетворюючи споживання медіаконтенту на форму соціальної участі.

Отже, британська дослідницька традиція концептуалізує телесеріал як соціокультурно значущу форму, що поєднує жанрову гнучкість, інституційні механізми функціонування та практики аудиторної участі. Її ключовий внесок полягає у визначенні серіалу як простору формування «культурного громадянства», у якому через механізми жанрової гібридизації, платформної організації та глядацької взаємодії відбувається осмислення сучасної соціальної реальності.

Якщо британська дослідницька традиція зосереджується передусім на соціокультурних функціях телесеріалу, його ролі у формуванні ідентичностей та практиках «культурного громадянства», то німецька дослідницька традиція зміщує аналітичний фокус у бік осмислення серіальності як базового принципу організації медіареальності. У цьому переході від аналізу соціальних ефектів до розуміння внутрішньої логіки серіального мислення телесеріал постає вже не лише як інструмент репрезентації, а як форма, що структурно визначає способи пізнання, комунікації та інтерпретації сучасного світу.

Німецька дослідницька традиція вирізняється виразним медіафілософським і культурологічним спрямуванням, у межах якого центральним об'єктом аналізу постає феномен «серіальності» як базовий принцип організації сучасної культури, мислення та соціального досвіду. У цій оптиці серіал розглядається не лише як формат аудіовізуального продукту, а як специфічна форма осмислення реальності.

Одним із перших системних дослідників серіальності є Л. Енгель, який інтерпретує телесеріал як форму саморефлексії медіа. Учений доводить, що серіальна структура, побудована на повторюваності та варіативності, дає можливість телебаченню осмислювати власні механізми функціонування та впливу на глядача. За його визначенням, серіальність становить онтологічну основу телебачення, що уможливлює спостереження за процесами конструювання реальності [144, s. 215]. У цьому контексті серіал постає не лише як наратив, а як своєрідна операційна система медіа, що фіксує та інтерпретує зміни в суспільстві. Відповідно пізнання у серіальній формі відбувається не через завершення історії, а через тривале спостереження за трансформацією персонажів і ситуацій.

Подальший розвиток цієї проблематики пов'язаний із працями Ф. Келлетера, який розглядає серіальність як еволюційний механізм популярної культури. У межах дослідницького проєкту «Popular Seriality» та колективної монографії «Media of Seriality» (2017) він обґрунтовує розуміння серіалу як «саморушної системи», розвиток якої визначається взаємодією контенту,

технологічних платформ і аудиторії [179, р. 11]. У цій моделі серіальне виробництво постає як відкритий процес, що функціонує на основі постійного зворотного зв'язку, унаслідок чого серіали формують розгалужені наративні світи, які виходять за межі екрану та реалізуються у різних формах культурної взаємодії.

Транснаціональний вимір серіальності розкривається в спільному дослідженні Р. Маєр та Д. Штайна, які аналізують циркуляцію серіальних форматів у глобальному медіапросторі [187]. Дослідниця зосереджується на процесах адаптації сюжетів і форматів до різних культурних контекстів, підкреслюючи, що серіальність функціонує як універсальний комунікативний механізм, здатний поєднувати глобальні моделі з локальною специфікою. У цій перспективі серіал постає як форма, що одночасно забезпечує культурну трансляцію та репрезентацію національно-культурної специфіки.

Тож німецькі дослідники Л. Енгель, Ф. Келлер, Р. Маєр, Д. Штайн та ін. концептуалізують серіальність як фундаментальний принцип сучасної медіакультури, що визначає способи організації наративу, виробництва та глядацької взаємодії. Її ключовий внесок полягає у трактуванні серіалу як відкритої, динамічної системи, здатної до саморефлексії, еволюції та формування комплексних наративних світів у межах глобального медіапростору.

Отже, узагальнення підходів американської та європейської дослідницьких традицій дає можливість встановити, що сучасний телесеріал функціонує як багатовимірний аудіовізуальний феномен, дослідження якого потребує врахування виробничих, наративних, культурних і комунікаційних чинників.. У працях А. Лотц така трансформація описується як перехід до «портальної» моделі телебачення, де ключову роль відіграють цифрові платформи, каталоги контенту та алгоритмічні системи доступу [185]. Водночас Д. Міттелл, окреслюючи феномен «складного телебачення» (complex TV), наголошує на ускладненні наративних структур і зростанні ролі глядача як активного інтерпретатора [195].

Поєднання цих індустріальних і наративних трансформацій, доповнених європейським акцентом на соціокультурній репрезентації (G. Creeber, C. Johnson) та медіафілософському осмисленні серіальності (L. Engell, F. Kelleter), зумовлює формування нового типу серіального продукту, який у сучасному науковому й індустріальному дискурсі окреслюється як *high-end fiction* (високобюджетна серіальна продукція). Тож варто одразу дати визначення формату *high-end fiction* як виду серіальної продукції, що сформувався на сучасному етапі розвитку телесеріального виробництва і характеризується високими виробничо-технологічними стандартами, складною багаторівневою наративною організацією, орієнтацією на платформну та міжнародну дистрибуцію, а також соціокультурно значущою проблематикою за умови збереження локальної культурної специфіки.

Дослідження телесеріалу як форми сучасного аудіовізуального мистецтва та виробництва було б неповним без звернення до українського наукового дискурсу. Попри відносно пізнє становлення серіалознавчих студій в Україні, у вітчизняній науці сформовано низку підходів до осмислення серіалу як екранного твору, феномена екранної культури та складного аудіовізуального продукту [100; 37; 54]. На відміну від американського дослідницького корпусу, зорієнтованого переважно на індустріальні параметри й наративну складність, а також європейських підходів, у яких домінують культурні та естетичні інтерпретації, український сегмент досліджень характеризується міждисциплінарністю. У його межах поєднуються культурологічний, мистецтвознавчий, медіакомунікаційний, виробничий і соціокультурний підходи, що дає можливість розглядати серіал як комплексний аудіовізуальний феномен [80; 58].

Однією з ключових теоретичних опор у цьому процесі є праці Т. Кохана, який послідовно вводить проблему серіалу в контекст сучасної культурології та екранних мистецтв. Дослідник наголошує, що «різні модифікації феномену “серіал” доцільно розглядати в контексті сучасної культурології», а дослідницький рух має здійснюватися «від конкретної “проблемної теоретичної

площини”: “серія – серіал – серіальна продукція” – до свідомого опертя... на теоретичний потенціал культурології» [55, с. 41]. У цьому формулюванні принципово важливим є перенесення акценту з опису окремих форм серіального контенту на встановлення їхнього місця в системі культурних процесів. Такий підхід уможлиблює розгляд серіалу не як периферійного продукту масової культури, а як явища, що бере участь у сучасному культуротворенні [56].

Логіку розгортає концепція екранної культури І. Зубавіної, у межах якої серіал набуває ширшого онтологічного статусу. Дослідниця підкреслює, що «“екран”, “екранна реальність”, пов’язана з нею “віртуальна реальність” є центральними культуроутворювальними феноменами», а «XX – початок XXI ст. актуалізували тип культури, основним матеріальним носієм якої є “екранність”» [39, с. 59]. У цьому контексті серіал постає як форма екранної реальності, що репрезентує та водночас конструює соціальний досвід. У праці про художнє моделювання часопростору дослідниця уточнює, що із запуском камери «виникає нова реальність, інший “паралельний” світ» [39, с. 225], що дає можливість встановити серіал як механізм художнього моделювання дійсності. Водночас Г. Чміль та Н. Корабльова акцентують увагу на складноспостережній ознаці екранної реальності: «Екранні образи формують нову реальність, яка стає все більш образною, штучною і віртуальною, оскільки, порівняно з іншими видами реальності – соціальною, поетичною, знаковою, географічною, вона принципово неспостережна, нерестрована» [99, с. 7]. Отже, у межах концепції екранної культури серіал доцільно розглядати не лише як форму репрезентації дійсності, а як самостійний аудіовізуальний твір, що моделює власну художню реальність засобами екранної мови.

У межах мистецтвознавчого підходу дослідниці наголошують на визначальній ролі аудіовізуальної форми у сприйнятті екранного твору в контексті аудіовізуального мистецтва і виробництва. Такий підхід має особливе значення для дослідження серіалу, оскільки дає можливість аналізувати його не лише як наративну конструкцію, а як систему візуальних і звукових засобів, що формують специфічний глядацький досвід [99, с. 46]. Тож у серіалі глядач

опиняється в ситуації регулярних «домашніх зустрічей» із персонажами, що формує звичку та тривалу емоційну прив'язаність [99, с. 46]. Загалом поява кіно зумовлена внутрішньою потребою людини винести назовні власний внутрішній світ, а подальший розвиток кінематографа пов'язаний з формуванням автономної образної системи, конструюючи при цьому специфічну кінематографічну реальність [98, с. 22].

Водночас М. Собуцький стверджує, що «світ серіалу є саме альтернативним світом... Це не просто півтори чи дві години екранного дійства; це очікування наступного сезону, обмін фанатською творчістю, ідентифікації шанувальників з героями» [86, с. 32]. Узгодженою з цими положеннями є концепція І. Зубавіної, у якій екранна реальність визначається як один із ключових культуруотворювальних феноменів сучасності [38, с. 59]. З огляду на це серіал доцільно розглядати як складний аудіовізуальний продукт, у межах якого наративні, естетичні й техніко-виражальні засоби формують цілісний екранний світ і забезпечують довготривалу взаємодію з аудиторією.

Важливим кроком у теоретичному осмисленні серіалу є уточнення його як специфічного типу аудіовізуального твору. У працях Т. Сидорчук акцентовано відкритість серіальної форми: «телефільм передбачає створення драматургічно завершеного продукту, тоді як телесеріал може містити відкритий фінал» [83, с. 99]. Це твердження дає можливість схарактеризувати серіал як наративну систему з потенційно необмеженою розгорткою, що функціонує за принципом тривалого сюжетного розвитку. Така характеристика має принципове значення для подальшого аналізу, оскільки дозволяє пов'язати наративну організацію серіалу з індустріальними та виробничими чинниками.

У межах українського дослідницького дискурсу водночас формується розуміння серіалу як феномена масової культури, що зазнає переоцінки свого статусу. О. Ванюшина наголошує, що серіал не може оцінюватися виключно через опозицію «висока – масова культура», оскільки «серіали... поступово підкоряють собі “страт високої культури”» [8, с. 112]. Це спостереження фіксує зміщення культурних ієрархій та уможливорює розгляд серіалу як повноцінного

об'єкта естетичного аналізу. Відповідно, у сучасному українському науковому полі закріплюється тенденція до інтеграції серіалу в систему «високого» аудіовізуального мистецтва, що корелює з європейською концепцією *high-end fiction*.

У цьому ж руслі О. Безручко та О. Анікіна розглядають аудіовізуальне мистецтво як сферу взаємодії автора й глядача, акцентуючи увагу на «взаємозв'язках та взаємодії аудіовізуального митця з аудиторією, ступені контролю, доступного споживачеві над ідеєю» [118, с. 43]. Це дає підстави розглядати серіал як форму комунікації, у межах якої відбувається активна взаємодія між творцем і аудиторією.

Такий підхід узгоджується з позицією І. Зубавіної, яка, розглядаючи сучасну екранну культуру в умовах ринкових трансформацій, акцентує на зростанні ролі психологічних особливостей глядацького сприйняття. Дослідниця підкреслює, що «в епоху цифрового кіно на авансцену теоретичного осмислення виходять певні аспекти психології глядацького сприйняття, відчуття тілесної присутності», що дає можливість встановити зміщення акценту з раціонального осмислення на емоційно-сенсорне переживання та посилення ефекту залучення аудиторії [35, с. 133].

Поглиблення цього підходу відбувається через залучення медіакомунікаційної перспективи. Н. Зражевська розглядає серіал як «складну комунікаційну систему», що впливає на формування соціальних уявлень і моделей поведінки [34]. У цьому контексті серіал функціонує як канал виробництва і трансляції соціальних смислів. Дослідження глядацьких практик у руслі постмодернізму, що розглядає А. Мішустіна, доповнюють цю позицію, акцентуючи на зміні способів споживання серіального контенту в цифровому середовищі, що зумовлює нові моделі взаємодії аудиторії з екранним продуктом: «Споживання серіалів пов'язане з новими типами взаємодії між глядачем та авторами, такими як інтерактивні ігри, обговорення на форумах, опитування у соціальних мережах та написання фанфіків» [64, с. 85]. Питання інтерактивних можливостей варіативних екранних творів вивчає також І. Канівець [44]. Отже,

цифрове середовище розширює межі взаємодії між творцями та аудиторією, перетворюючи глядача з пасивного споживача на активного учасника серіального процесу.

Паралельно в українських дослідженнях посилюється увага до виробничого виміру серіалу. У праці О. Прядка, Н. Костюк, Н. Черкасової та ін. зазначено, що сучасний телесеріал, орієнтований на міжнародний ринок, має відповідати вимогам концептуальної цілісності, жанрової визначеності, чіткого окреслення аудиторії та стабільного фінансування [207, с. 269–270]. Таке формулювання засвідчує тісний зв'язок творчих та індустріальних чинників у процесі виробництва.

Особливого значення цей напрям набуває в умовах інтеграції українського серіального виробництва до європейського аудіовізуального простору. У цьому контексті серіал розглядається як результат взаємодії творчих, технологічних, організаційних і фінансових чинників, що визначають його конкурентоспроможність на міжнародному ринку. Таке акцентування не заперечує ролі культурних і соціальних факторів, а радше окреслює зміну їхньої ієрархії в умовах технологічної трансформації медіасередовища, у межах якої саме виробничі можливості значною мірою визначають естетичні рішення, наративні моделі та формати взаємодії з аудиторією.

Особливого значення в українському науковому дискурсі набуває соціокультурний вимір серіалу. Т. Конівіцька та І. Бабій наголошують, що «кінематограф має бути одним із правдивих джерел інформування, розуміння краси української мови, формування її престижу та національної ідентичності» [52, с. 311]. У цьому контексті серіал постає як один із механізмів формування культурних кодів, утвердження мовної норми та репрезентації українського соціокультурного досвіду. Цю думку розвиває Т. Журавльова, яка наголошує, що тривалий час розвиток українського екранного продукту стримувався орієнтацією на ринок рф та російськомовний сегмент аудиторії, тоді як сучасний етап характеризується переорієнтацією на національного та європейського глядача [30, с. 98]. Водночас дослідниця зауважує, що «національний тип у

сюжетах про сучасність (до 2014 року) в українському екранному просторі майже не був відтворений...» [30, с. 96], що дає можливість встановити глибинні трансформації у змісті та функціях серіального виробництва.

У цьому ж контексті Г. Погребняк, аналізуючи сучасний український кінематограф, звертає увагу на процеси інтеграції у європейський аудіовізуальний простір і зазначає, що «українські кінематографісти завдяки участі у копродукціях, незважаючи на постійні проблеми виробництва та дистрибуції міжнародних кінопроектів в Україні, інтегруються в європейську систему копродукції» [205, с. 109]. Це положення дає можливість встановити серіал як складову ширших транснаціональних виробничих процесів і водночас як інструмент екранної репрезентації України на європейському рівні.

Водночас у статті групи дослідників під керівництвом З. Алфьорової підкреслюється, що «наразі ми можемо спостерігати відродження українського кінематографа, про що свідчать численні фільми, що вийшли в український та європейський прокат», а також «визнання робіт українських режисерів на кінофестивалях Європи та світу» [112]. Спостереження українських дослідників фіксують ширший процес інституційного відновлення української аудіовізуальної сфери та її поступового входження до європейського культурного простору [3; 111; 36]. Водночас у працях українських науковців дедалі більше уваги приділяється трансформації кіновиробництва в умовах повномасштабної війни, зокрема переорієнтації тематичних і жанрових пріоритетів, розвитку міжнародної співпраці, зміні виробничих моделей та посиленню ролі аудіовізуального контенту як інструменту культурної дипломатії [25; 42; 88].

Водночас у межах сучасних українських досліджень посилюється увага до технологічної зумовленості аудіовізуального виробництва. Як зазначено в розділі монографії Г. Чміль, Н. Корабльової та О. Безручка, «оскільки мова екрану зумовлена специфікою технічних можливостей екрану, стає зрозумілим, що визначальними стають, в першу чергу, не суспільно-психологічні та культурні чинники, а економічні та технічні» [96, с. 224]. Це положення фіксує

принципову залежність екранного продукту від виробничих і технологічних параметрів та дає можливість встановити, що сучасний серіал формується в полі взаємодії технічних, економічних і творчих чинників.

Технологічний вимір сучасного серіального виробництва репрезентований у працях І. Канівця, який описує інтеграцію технологій віртуальної реальності у серіальний формат, підкреслюючи, що глядач отримує можливість взаємодіяти з наративом [45, с. 123].

Водночас одним із найпомітніших напрямів технологічної модернізації сучасного аудіовізуального виробництва стає використання технологій Virtual Production, що поєднують цифрові декорації, комп'ютерну графіку та рендеринг у реальному часі безпосередньо під час знімального процесу. Як зазначають О. Прядко та М. Сіренко, упровадження таких технологій не лише оптимізує виробничий цикл і розширює творчі можливості режисера, а й наближає українське кіно- і серіальне виробництво до сучасних світових індустріальних стандартів [217].

Така трансформація змінює саму природу серіалу, розширюючи його межі як аудіовізуального твору. У цьому контексті вагомими є також спостереження В. Скуратівського та В. Андрієнка щодо ролі звуку у формуванні екранного образу [85] та В. Шаповала щодо трансформації візуальної мови [101], що дозволяє встановити серіал як синтетичну форму, у якій поєднуються технології, естетика і наратив.

Узагальнення українського сегмента досліджень телесеріалів дає підстави стверджувати, що вітчизняний науковий дискурс сформував вагоме підґрунтя для осмислення серіалу як феномена екранної культури, форми аудіовізуального мистецтва та виробництва, інструменту суспільної комунікації. Водночас порівняно із зарубіжними дослідженнями менш розробленими залишаються питання індустріальної організації серіального виробництва, його адаптації до міжнародних стандартів, механізмів дистрибуції та функціонування форматів *high-end fiction*.

Порівняльний аналіз засвідчує, що український науковий дискурс тяжіє до культурологічного та мистецтвознавчого осмислення серіалу, тоді як зарубіжні дослідження більшою мірою інтегрують виробничі, індустріальні та наративні аспекти його функціонування. Саме ця відмінність зумовлює потребу поєднання зазначених підходів для комплексного дослідження українського серіального виробництва в контексті європейського телеринку.

Отже, сформоване теоретичне підґрунтя дає можливість розглядати телесеріал як складний аудіовізуальний продукт, у якому взаємодіють художні, технологічні, виробничі та соціокультурні чинники. Саме такий підхід є необхідним для встановлення особливостей функціонування українських телесеріалів у сучасному європейському аудіовізуальному просторі.

Виробничі моделі телесеріалів. Систематизація теоретичних підходів американського, європейського та українського сегментів дослідження телесеріалів засвідчує, що сучасний серіал є складним аудіовізуальним продуктом, у якому взаємодіють художні, наративні, технологічні та виробничі чинники. Це дає можливість розглядати телесеріальне виробництво не лише як творчий процес, а як складову сучасної аудіовізуальної індустрії, конкурентоспроможність якої визначається здатністю поєднувати естетичну якість із відповідністю виробничим, технологічним та ринковим вимогам.

Практичним втіленням цих теоретичних підходів є моделі драматургічної організації серіалу, характерні телевізійним серіалам. Тож у сучасній серіальній індустрії є три типи структурування контенту:

- *серіали з горизонтальною (серіалізованою) структурою*, де розгортання єдиної сюжетної лінії забезпечує згаданий дослідниками ефект «занурення» та потребує послідовного перегляду;
- *серіали з вертикальною (епізодичною) структурою*, що пропонують завершеність історії в межах одного епізоду (модель *case-of-the-week*);
- *серіали-антології*, де кожна серія функціонує як автономний художній твір.

Як засвідчує досвід українських та зарубіжних продакшенів, вибір певної моделі визначає художню концепцію твору та економіку його виробництва, безпосередньо впливаючи на бюджет, тривалість підготовчого періоду й знімального процесу.

Зокрема, вибір між горизонтальною та вертикальною моделями або форматом антології визначає принципи організації наративу й структурування смислів, а також впливає на виробничі витрати, графіки знімального процесу та потенціал міжнародної дистрибуції.

Горизонтальна модель серіального виробництва передбачає поступове розгортання єдиної сюжетної лінії протягом усього сезону або навіть кількох сезонів. Кожен епізод у такому форматі є невід'ємною частиною загальної драматургічної конструкції, де події та сюжетні арки набувають значення лише у взаємозв'язку з попередніми й наступними серіями. На відміну від вертикальних кейсів, що дозволяють глядачеві почати перегляд з будь-якої серії, горизонтальні наративи вимагають послідовності, оскільки саме сюжетна інтрига й розвиток персонажів забезпечують утримання уваги.

В українському телесеріальному виробництві горизонтальна модель набула поширення у сучасних серіалах, орієнтованих від початку на міжнародний ринок. Показовим прикладом є нуарний трилер «Схованки» (2019), де головна сюжетна інтрига – зникнення дитини та пов'язане з цим розслідування – розгортається поступово впродовж усього сезону. Кожна серія додає нові елементи до складної мозаїки подій, формуючи цілісну картину лише у фіналі. Такий підхід реалізований і в серіалі «Перевізниця» (2019), який поєднує кримінальну драму з особистою історією героїні: сюжетні таємниці розкриваються поетапно, а емоційна напруга посилюється завдяки багаторівневим конфліктам.

Отже, горизонтальні серіали виконують функцію поглибленого залучення глядача, оскільки дозволяють розгортати багатопланові конфлікти й акцентувати на психологічній еволюції персонажів. Саме цей формат виявився найбільш придатним для міжнародних продажів, адже відповідає сучасним тенденціям

глобального ринку, зорієнтованого на складні драматургічні історії, що утримують інтерес аудиторії протягом тривалого часу.

Іншою поширеною моделлю серіального виробництва є формат із так званими *вертикальними кейсами* (case-of-the-week). Його визначальною рисою є завершеність сюжетної лінії в межах однієї серії: кожен епізод презентує окремий випадок, який має власний початок, розвиток і розв'язку. За таких умов глядач може долучитися до перегляду з будь-якої серії, не втрачаючи розуміння загальної логіки. Ця модель відрізняється від горизонтальних наративів, де сюжетні лінії розгортаються протягом усього сезону і потребують послідовного перегляду. Вертикальний формат виявився надзвичайно популярним у глобальній телевізійній практиці завдяки універсальності й можливості поєднання із жанром процедуралу (детективні, медичні чи юридичні драми).

В українському контексті вертикальні кейси поширилися переважно у детективних та кримінальних серіалах, де кожна серія присвячена новій справі або розслідуванню. Показовим прикладом є серіал «Ментівські війни. Одеса» (ICTV), у якому кожен епізод представляє окремий злочин, розслідуваний головними героями. Таку структуру має й медичний процедурал «Доктор Віра» (СТБ), де сюжет кожної серії зосереджується на лікуванні нового пацієнта, а горизонтальні елементи (особисте життя головної героїні) виконують допоміжну функцію. До цього ж ряду належить серіал «Карпатський рейнджер» (ICTV), що комбінує вертикальну модель кримінальних справ із національним колоритом, та «Пес» (ICTV), де в кожній серії головний герой разом із напарником-собакою розслідує окреме правопорушення.

Отже, вертикальні кейси як формат забезпечують широку доступність і тривалу життєздатність серіалу, адже дозволяють легко масштабувати історію й адаптувати її під очікування різних глядацьких груп. Українська практика засвідчує, що саме цей тип серіалів є найбільш придатним для масового телебачення, оскільки поєднує зрозумілу драматургію з гнучкістю виробничого планування та високою комерційною привабливістю.

Третій тип телесеріального виробництва становить *антологія* як формат, у якому кожна серія функціонує як самостійна завершена історія з власними героями, конфліктами та розв'язкою. На відміну від вертикальних моделей, де серії об'єднані повторюваним «двигуном» (наприклад, розслідуванням чи медичним випадком), або від горизонтальних, де розгортається єдиний сюжетний наратив, антологія фактично функціонує як низка окремих фільмів, пов'язаних лише спільною темою чи стилістикою.

Специфіка антологічних серіалів полягає у зміні виробничої логіки. Якщо у вертикальних кейсах можна об'єднати зйомки схожих епізодів (наприклад, у межах однієї локації) та зекономити час і бюджет, а у горизонтальних серіалах – сконцентрувати всі сцени в певному просторі впродовж одного знімального дня, то у випадку антології такої можливості немає. Кожна серія потребує повного циклу зйомок, що включає відбір і облаштування нових локацій, переїзди знімальної групи навіть протягом однієї зміни, нових акторів і створення окремих декорацій. Це суттєво ускладнює виробничий процес і підвищує його вартість.

Крім того, антологічний формат не дозволяє оптимізувати акторські графіки. Якщо у традиційних серіалах можна знімати сцени без головного героя й тимчасово скорочувати його присутність на майданчику, то в антології актор мусить бути задіяний протягом усього періоду виробництва своєї серії. Це унеможливорює економію, яка властива класичним серіальним моделям.

В українському контексті показовим прикладом є серіал «Перші дні» (2023), створений як антологія історій про досвід життя українців в умовах початку повномасштабного вторгнення рф в Україну. Кожна серія цього проєкту функціонувала як самостійний фільм зі своїми героями, конфліктами й художніми рішеннями, що потребувало повноцінного виробничого циклу для кожного епізоду.

Отже, серіали-антології становлять особливий жанровий формат, який не полегшує серіальне виробництво, а навпаки ускладнює його: вони потребують більших ресурсів, часу та гнучкості команди. Водночас антології відкривають

нові можливості для художнього експерименту та залучення різних глядацьких сегментів, адже кожна серія може мати власну емоційну і тематичну тональність, формуючи мозаїку, яка відповідає сучасному попиту на різноманітний контент.

Підсумовуючи дані, представлені в таблиці (Додаток Г), можна відзначити, що вертикальні серіали завдяки завершеності кожної серії та можливості оптимізації зйомок є найбільш придатними для масового телебачення. Горизонтальні формати забезпечують глибину конфліктів і тривале залучення глядача, проте вимагають більших ресурсів та послідовного перегляду. Антології відкривають простір для експериментів і різноманітності, однак характеризуються високою вартістю та складністю виробництва. Отже, вибір формату визначається співвідношенням художніх завдань, аудиторних очікувань і виробничих можливостей.

1.2. Методологія дослідження телевізійних серіалів

Методологія дисертаційного дослідження посідає ключове місце у формуванні його наукової цінності та достовірності, оскільки визначає логіку й інструментарій аналізу, забезпечує узгодженість теоретичних підходів і практичних методів, що застосовуються для збирання, опрацювання й інтерпретації емпіричного матеріалу. У цьому контексті її доцільно розглядати як системоутворювальний чинник дослідження, адже, як зазначено, «методологія регулює дослідницький процес, спрямований на отримання й перевірку знань. Це забезпечує строгість і виправданість дослідницьких зусиль, систематизує дослідження та покращує розуміння в різних дисциплінах і галузях» [48, с. 62]. Саме чітко окреслене методологічне підґрунтя дає можливість забезпечити послідовний перехід від теоретичних положень до обґрунтованих висновків, що є принципово важливим для аналізу сучасних процесів у сфері аудіовізуального виробництва.

Відповідно, обґрунтований добір і коректне застосування методів визначають якість дослідницького результату, оскільки уможливлюють

отримання достовірних і репрезентативних даних, їх систематизацію та інтерпретацію. У свою чергу це дає можливість сформулювати науково виважені висновки й окреслити перспективи подальшого розвитку об'єкта та предмета дослідження, що особливо актуально в умовах динамічної трансформації сучасного медіапростору.

Дослідження українського серіального виробництва ґрунтується на поєднанні культурологічного, соціокультурного, виробничого та комунікативного підходів, які дають можливість розглядати телесеріал одночасно як аудіовізуальний твір, елемент сучасної культури, результат виробничої діяльності та засіб суспільної комунікації. У межах спеціальності 021 зазначені підходи застосовуються передусім для аналізу серіалу як аудіовізуального продукту, що поєднує наративні, естетичні та виробничі характеристики.

Застосування цих підходів уможливорює комплексне дослідження українського телесеріального виробництва в контексті європейського телеринку та оцінювання потенціалу інтеграції українських серіалів до міжнародного аудіовізуального простору.

У межах культурологічного підходу увагу зосереджено на визначенні відповідності українських телесеріалів естетичним і наративним вимогам сучасного європейського телеринку. Об'єктом аналізу виступають серіали, орієнтовані на міжнародну дистрибуцію, що зумовлює необхідність оцінювання їхньої наративної складності, культурної перекладності та здатності поєднувати локальний досвід із універсальними сюжетними моделями. У цьому контексті серіал розглядається як складна наративно-естетична структура, у якій поєднуються сюжетна організація, візуальна стилістика та моделі взаємодії з глядачем, що формують цілісний художній світ і визначають можливості його інтерпретації в різних культурних середовищах.

Аналітичний інструментарій культурологічного підходу співвідноситься з характеристиками формату *high-end fiction* як домінантної моделі сучасного європейського серіального виробництва, окресленими у працях

Ж. Ескеназі [146] та Дж. Міттелла [195]. Водночас його застосування узгоджується із сучасними підходами до аналізу серіальної форми та аудіовізуального виробництва, представленими у працях Д. Бордвелла [120] й А. Лотц [185], які розглядають серіал як складну наративну, естетичну та індустріальну систему. У цьому дослідженні застосовано такі параметри: партисипативна логіка, хронотоп, принцип «нової епічності», а також співвідношення локального й універсального як показник культурної перекладності.

Партисипативна логіка є прямим критерієм *high-end fiction*, оскільки передбачає активну інтелектуальну й емоційну залученість глядача до інтерпретації багаторівневого наративу. Вона безпосередньо пов'язана з феноменом наративної складності та орієнтацією на «компетентного глядача», що є визначальною рисою сучасного серіального виробництва й детально розглядається у працях Г. Дженкінса [173] та Дж. Міттелла [195].

Хронотоп і принцип «нової епічності» виступають не прямими вимогами, а естетичними характеристиками, що підсилюють відповідність серіалу формату *high-end fiction*. Хронотоп визначає просторово-часову організацію серіального світу, створюючи умови для занурення та смислової цілісності оповіді. Принцип «нової епічності» виявляється у здатності серіалу узагальнювати індивідуальні історії, надаючи їм ширшого суспільного й культурного значення.

Ці два параметри є характерними насамперед для серіалів скандинавського нуару (*Nordic noir*), де поєднуються: детально опрацьований простір (місто, ландшафт, соціальне середовище), повільна ритміка оповіді, трансформація індивідуального злочину в симптом ширших суспільних процесів [14].

До таких серіалів належать, зокрема: «Міст» (Bron/Broen, 2011–2018), «Вбивство» (Forbrydelsen, 2007–2012), «Пастка» (Ófærð / Trapped, 2015–2021), у яких простір і соціальний контекст виступають не лише тлом, а повноцінними чинниками розгортання наративу.

Водночас хронотоп і принцип «нової епічності» не обмежуються лише жанром скандинавського нуару, а також притаманні:

- європейській кримінальній драмі, де індивідуальний злочин набуває суспільного значення: «Бродчерч» (Broadchurch, 2013–2017), «Гоморра» (Gomorra, 2014–2021), «Зона тиші» (La Trêve, 2016–2018);
- політичним драмам, у яких приватні рішення персонажів визначають функціонування державних інституцій: «Борген» (Borgen, 2010–2022), «Барон Нуар» (Baron Noir, 2016–2020), «Окуповані» (Okkupert / Occupied, 2015–2020);
- історичним серіалам формату *high-end fiction*, де індивідуальні історії інтегруються в масштабні соціальні процеси: «Вавилон-Берлін» (Babylon Berlin, 2017–...), «Чорнобиль» (Chernobyl, 2019), «Наші матері, наші батьки» (Unsere Mütter, unsere Väter, 2013);
- соціально-психологічним драмам, що узагальнюють індивідуальний досвід до рівня універсальних моделей людських відносин: «Сором» (Skam, 2015–2017), «Вгорі озера» (Top of the Lake, 2013–2017), «Це знаємо лише ми» (I Know This Much Is True, 2020).

Тож виділені параметри дають можливість визначити не лише внутрішню організацію українських телесеріалів, а й ступінь їхньої відповідності стандартам *high-end fiction*. Саме в такій функції вони використовуються як аналітичний інструментарій у подальшому дослідженні (див. підрозділ 3.2.).

Крім того, співвідношення локального й універсального вважаємо окремим аналітичним критерієм, що дає можливість визначити ступінь культурної перекладності серіалу. Йдеться про здатність інтегрувати національно специфічний матеріал у наративні структури, зрозумілі міжнародній аудиторії, що є необхідною умовою виходу на європейський телеринок.

Отже, співвідношення локального й універсального постає не лише як характеристика змісту серіалу, а як ключовий показник його здатності функціонувати в транснаціональному аудіовізуальному просторі. Саме цей критерій дає можливість встановити, наскільки національно маркований досвід набуває форми, зрозумілої для міжнародної аудиторії, не втрачаючи при цьому власної культурної специфіки. У поєднанні з параметрами наративно-

естетичного рівня він формує цілісну систему оцінювання серіального продукту з погляду його відповідності вимогам європейського телеринку.

Соціокультурний підхід у дослідженні телесеріалів спрямований на з'ясування їхньої ролі у формуванні соціального досвіду, моделей ідентифікації та колективних уявлень, що репрезентуються в аудіовізуальних творах. Теоретичним підґрунтям такого підходу є положення С. Голла про медійну репрезентацію як механізм конструювання суспільних значень, що дає можливість розглядати телесеріал як чинник формування соціальних уявлень і моделей поведінки [161]. Важливими є також положення Дж. Фіске про активну взаємодію аудиторії з медіатекстом, у межах якої відбувається інтерпретація змісту аудіовізуального твору [154]. Для аналізу суспільного функціонування телесеріалів значення мають також концепція «уявлених спільнот» Б. Андерсона [113] та теорія культурної пам'яті Дж. Ассманна [114], які дають можливість розглядати серіал як інструмент символічної консолідації аудиторії та осмислення суспільно значущого історичного досвіду.

У руслі дослідження аудіовізуального мистецтва та виробництва ці положення доповнюються підходом О. Безручка та О. Анікіної, які розглядають його як сферу взаємодії автора й глядача, акцентуючи увагу на «взаємозв'язках та взаємодії аудіовізуального митця з аудиторією, ступені контролю, доступного споживачеві над ідеєю» [118, с. 43]. Це дає можливість встановити серіал як форму, у межах якої реалізується активна участь глядача в процесі сприйняття й інтерпретації.

Зазначені положення узгоджуються з концепцією екранної культури І. Зубавіної, у межах якої особлива увага приділяється трансформації сприйняття аудіовізуального твору [35]. Дослідниця підкреслює, що в умовах цифровізації та комерціалізації екранного виробництва посилюється орієнтація на сенсорну та емоційну взаємодію з аудиторією. При цьому вона зауважує, що «мікс задіяних теорій (подекуди їх еkleктична, кiтчова какофонія) слугує зниженню рівня уваги споживачів екранного продукту, провокує сплутаність реакцій, активізує резонанс низьких “поверхів” організму (голод, у тому числі

сексуальний, шок, страх). Замість катарсису – стимуляція виділення адреналіну..., забезпечення розваги та перепочинку розуму – суцільний інтертаймент» [35, с. 133]. Тож зміщення акценту на афективно-сенсорне переживання у цьому дослідженні свідчить про те, сучасний серіал не лише репрезентує реальність, а й формує способи її переживання, інтерпретації та прийняття.

Отже, соціокультурний підхід дає можливість визначити телесеріал як динамічну систему конструювання соціального досвіду, у межах якої взаємодія наративу, естетики та психологічних механізмів сприйняття забезпечує його вплив на формування колективних уявлень, ціннісних орієнтацій та соціокультурних моделей поведінки.

З цього погляду принципово важливо простежити, як зазначені механізми реалізуються на матеріалі національного виробництва. Яскраво ця логіка виявляється в динаміці розвитку українського телесеріального виробництва. Після 2014 року розпочався процес відмови від російського фінансування та участі російських акторів, що безпосередньо позначилося на змісті й тематиці проєктів. Відтак серіали почали виразніше виконувати роль носіїв національних смислів і засобів репрезентації соціальної реальності.

Подальший етап трансформації українського серіального виробництва доцільно пов'язувати із суспільно-політичними подіями 2022 року. Повномасштабне вторгнення Росії суттєво прискорило переорієнтацію галузі на утвердження національної культурної ідентичності, міжнародну комунікацію та європейський аудіовізуальний простір. У цей період українські телевиробники дедалі активніше звертаються до тем збереження національної автентичності (зокрема, «Спіймати Кайдаша»), культурної дипломатії («Перевізниця») та осмислення досвіду війни як складника колективної пам'яті («Перші дні»). Цікавим прикладом культурної дипломатії став український телесеріал «Слуга народу», який після початку повномасштабного вторгнення було повторно включено до каталогу Netflix, що суттєво розширило його міжнародну

аудиторію та сприяло формуванню сучасного образу України та її екранної репрезентації у світовому медіапросторі [228].

На думку Е. Ользацької, після початку повномасштабного вторгнення український український кінематограф став не лише засобом художнього осмислення війни, а й важливим інструментом міжнародної комунікації та репрезентації української культурної ідентичності [204].

Показовим у цьому контексті є телесеріал «Спіймати Кайдаша», створений телеканалом СТБ, що входить до медіаконгломерату «Starlight Media». Осучаснена 12-серійна екранізація фрагменту повісті І. Нечуя-Левицького «Кайдашева сім'я» стала прикладом переосмислення класичного тексту крізь призму сучасного соціального досвіду. Важливо зазначити, що звернення до класичної літератури в нових історичних умовах зумовлює не лише зміну естетики, а й актуалізацію соціокультурних смислів, релевантних сучасному глядачеві.

Це безпосередньо позначилося на рецепції серіалу, про що свідчать його високі рейтингові показники: «Загалом серіал подивилися 10,5 млн людей (31,8 % аудиторії 4+ вся Україна). Він посів перше місце одразу за двома аудиторіями: “жінки 25–50” (частка 14,4 %, рейтинг 5,2 %) і “жінки 18–54” (частка 14,2 %, рейтинг 4,9 %). Середня частка за комерційною аудиторією 18–54 становила 10,5 %, рейтинг 3,3 %» [82]. Отже, встановлено, що звернення до національно маркованого матеріалу та його актуалізація в сучасному контексті забезпечують широкий суспільний резонанс і глядацьке залучення.

Подальший аналіз рецепції доцільно поглибити через звернення до публічних відгуків, які дають можливість схарактеризувати соціокультурний ефект серіалу. Зокрема, філософ і письменник В. Єрмоленко, оцінюючи проєкт, наголошує: «“Кайдаші” (“Спіймати Кайдаша” – ред.) – крутий серіал. Але також (як і сама повість Нечуя) – безжальний діагноз деяким рисам нашого суспільства: хронічній нездатності до переговорів, відсутній самокритичності, небаченню власних меж та абсолютній вірі у власну непогрішимість і безгрішність» [29].

Така оцінка дає можливість визначити серіал як інструмент соціальної рефлексії, що актуалізує проблемні риси суспільства.

У свою чергу, відгуки митців, зокрема Сашка Лірника, акцентують на іншому важливому аспекті – ефекті впізнаваності та ідентифікації. Переглянувши серіал, він зазначає, що «українцям цікавіші фільми про українців, а не про вигаданих маасковських ментів, бандюків, бізнес-леді й олігархів із їхніми картонними “страданіями”» [60], а також підкреслює: «Навдивовижу глибокий фільм... Упізнав все – від мови та побуту, до сварок і страждань зі сміхом і героїзмом. Все наше життя українське...» [60].

Причиново-наслідковий зв'язок у цьому випадку є очевидним: звернення до автентичного мовного, побутового та культурного матеріалу зумовлює високий рівень глядацької ідентифікації, що, своєю чергою, забезпечує емоційну залученість і позитивну рецепцію. Особливої ваги набуває той факт, що, на відміну від першоджерела, дія серіалу перенесена в сучасність, що дає можливість не лише відтворити, а й актуалізувати моделі соціальної поведінки як частину сьогоденного досвіду українців.

Водночас саме високий рівень національно-культурної маркованості серіалу зумовлює його обмежений потенціал для міжнародної дистрибуції: значна кількість мовних, побутових і ментальних кодів, зрозумілих українському глядачеві, виявляються складними для інтерпретації іншими культурними аудиторіями. У цьому сенсі серіал постає як продукт, орієнтований передусім на внутрішній ринок, що актуалізує питання співвідношення культурної автентичності та транснаціональної зрозумілості в сучасному серіальному виробництві.

Телесеріал «Спіймати Кайдаша» у межах соціокультурного підходу доцільно розглядати як приклад актуалізації класичного літературного сюжету в сучасних суспільних реаліях. Завдяки перенесенню конфліктів родини Кайдашів у контекст сучасної України серіал набуває значення інструменту осмислення соціального досвіду, культурної автентичності, взаємин між поколіннями й трансформації ціннісних орієнтирів. У цьому контексті аудіовізуальна форма

забезпечує не лише репрезентацію, а й емоційне переживання суспільно значущих проблем, що сприяє впізнаванню глядачем власного досвіду. Водночас серіал демонструє ефективність наративних і виробничих рішень у роботі з національним матеріалом, засвідчуючи здатність українського серіального виробництва трансформувати культурно специфічний зміст у сучасний конкурентоспроможний аудіовізуальний продукт.

Узгодження культурологічного та соціокультурного підходів дає можливість встановити, що телесеріал функціонує одночасно як аудіовізуальна форма репрезентації культурного досвіду та як механізм його суспільного осмислення. На прикладі серіалу «Спіймати Кайдаша» це виявляється у поєднанні національно-культурної специфіки з високим рівнем глядацького впізнавання й емоційної ідентифікації. Встановлено, що в цьому випадку телесеріал виконує функцію актуалізації національного соціального досвіду та сприяє консолідації аудиторії в межах спільного культурного простору.

Водночас соціокультурний підхід не дає можливості повною мірою пояснити процеси поширення, інтерпретації та переосмислення змісту серіалу в медіасередовищі. Саме тому його логічно доповнює *комунікативний підхід*, який уможливорює розгляд телесеріалу як елемента взаємодії між творцями, аудиторією та медіапосередниками. Такий підхід дає можливість простежити механізми трансляції, інтерпретації та суспільного функціонування серіального контенту в сучасному медіапросторі.

Якщо культурологічний, соціокультурний та комунікативний підходи зосереджені передусім на змісті телесеріалу, його суспільному функціонуванні та взаємодії з аудиторією, то для комплексного дослідження серіального виробництва необхідним є також аналіз засобів аудіовізуальної реалізації цих смислів. Саме тому логічним продовженням дослідження є звернення до виробничого підходу, який дає можливість зосередити увагу на засобах аудіовізуальної реалізації наративу та умовах створення серіального продукту.

Виробничий підхід у дослідженні телесеріалів спрямований на аналіз механізмів аудіовізуального виробництва, у межах яких художні рішення

реалізуються через конкретні технологічні, організаційні та індустріальні практики. Такий підхід дає можливість оцінювати взаємозв'язок між творчим задумом, особливостями виробничого процесу та кінцевими характеристиками серіального продукту. Важливе методологічне значення для такого підходу мають праці Д. Бордвелла, який розглядає екранний твір як цілісну систему взаємопов'язаних елементів. Для цього дослідження особливо цінним є його акцент на взаємозалежності наративної структури та засобів аудіовізуальної виразності. Концепція Д. Бордвелла дозволяє оцінювати не лише зміст серіалу, а й те, яким чином виробничі рішення – монтаж, операторська робота, композиція кадру чи організація екранного простору – забезпечують ефективність оповіді та формують глядацьке сприйняття [120; 121].

Концепція Дж. Міттелла є важливою для аналізу сучасних серіалів як складних багатосерійних наративів. На відміну від традиційних моделей телевізійної оповіді, дослідник акцентує увагу на особливостях серіальної форми, що передбачає довготривалий розвиток сюжетних ліній, багаторівневу структуру персонажів та активну участь аудиторії в інтерпретації подій. У контексті цього дослідження підхід Дж. Міттелла є цінним насамперед тим, що дозволяє оцінювати принципи наративної організації серіалу, спрямовані на підтримання наративної цілісності та глядацької залученості протягом кількох сезонів, що є характерною рисою сучасного високобюджетного серіального виробництва [195].

Не менш важливими є дослідження А. Лотц, присвячені трансформації телевізійної індустрії в умовах цифровізації та платформізації медіа. Наукова цінність її підходу полягає в тому, що він дозволяє розглядати серіал не лише як художній твір, а й як продукт конкретної виробничої системи. Для цього дослідження концепція А. Лотц є корисною при оцінюванні впливу стримінгових платформ на виробничі стандарти, моделі фінансування, міжнародну дистрибуцію та формування нових вимог до якості аудіовізуального контенту. Саме завдяки такому підходу стає можливим комплексний аналіз

серіалу як результату взаємодії творчих і виробничих процесів у сучасному медіасередовищі [185].

У межах спеціальності 021 «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво» зазначений підхід застосовується передусім для аналізу серіалу як аудіовізуального продукту, що поєднує наративні, естетичні та виробничі характеристики. Відповідно, у цьому дослідженні увагу зосереджено на технічних стандартах виробництва, візуальній і звуковій якості, особливостях виробничої організації серіального проєкту та використанні практик, характерних для формату *high-end fiction*.

Тож культурологічний, соціокультурний та виробничий підходи разом формують цілісну аналітичну рамку дослідження українських телесеріалів у контексті їх виходу на європейський телевізійний ринок. У межах культурологічного підходу акцентовано увагу на змістовому багатстві та символічній насиченості серіалу як тексту культури; у межах соціокультурного підходу – на соціальній практиці, що відображає суспільні трансформації та сприяє процесам консолідації та ідентифікації суспільства; у межах виробничого підходу – на індустріальних механізмах створення, фінансування та дистрибуції серіального продукту відповідно до вимог європейського аудіовізуального ринку; у межах комунікативний підходу – на аналізі серіалу як форми міжкультурної взаємодії, розкриваючи механізми передачі національно маркованого змісту міжнародній аудиторії (рис. 1).



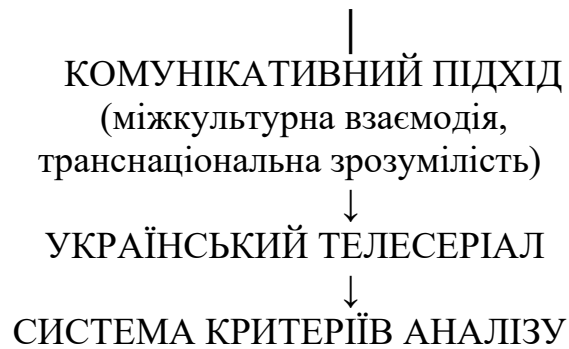


Рис. 1. Основні підходи до аналізу українських телесеріалів

На Рис. 1 зображено модель дослідження українського телесеріалу в контексті європейського телеринку, що ґрунтується на поєднанні чотирьох методологічних підходів. Культурологічний, соціокультурний та виробничий підходи формують основні аналітичні вектори, зокрема змістовий, суспільний та індустріальний, тоді як комунікативний підхід інтегрує їх, забезпечуючи інтерпретацію серіалу як інструменту міжкультурної взаємодії. Загалом ці підходи було втілено в системі критеріїв, що дало можливість оцінювати серіал з огляду на його відповідність вимогам європейського аудіовізуального середовища.

Методологія дослідження передбачає використання *загальнонаукових методів*, зокрема: аналізу, синтезу, індукції, дедукції, узагальнення результатів, на яких і зупинимося детальніше.

Дослідження процесів виробництва українських телесеріалів у різні історичні періоди потребує застосування комплексу загальнонаукових методів, що дозволяють цілісно проаналізувати трансформацію галузі в умовах зміни соціально-політичних та економічних чинників.

1. *Метод аналізу* дав змогу виокремити ключові особливості кожного з етапів розвитку українського виробництва телесеріалів у ХХІ ст.

До 2014 року українське серіальне виробництво значною мірою перебувало у фінансовій та культурно-продукційній залежності від російських замовників. Участь російських акторів розглядалася як майже обов'язкова виробнича вимога, що сприяло формуванню специфічної моделі копродукції, орієнтованої на потреби чужого ринку. Така ситуація зумовлювала

пристосування сценарних рішень і художньо-естетичних принципів до вимог культурної політики держави-замовника, а це обмежувало можливості розвитку власного, самобутнього національного продукту.

2014–2022 роки характеризуються відходом від російського фінансування та активним пошуком нових джерел. Поступово формується внутрішній ринок, виникають спроби міжнародної співпраці.

Після 2022 року спостерігається категорична відмова від будь-якої співпраці з РФ. Натомість відбувається переорієнтація на залучення європейських партнерів, а також акцент на копродукційні формати на різних етапах виробництва – від розробки ідеї до постпродакшену.

Метод синтезу. На основі поетапного аналізу синтез допоміг сформувати цілісну картину розвитку телесеріалів упродовж 2000–2025 рр. Усі три етапи логічно взаємопов'язані: перший, пострадянський, характеризується становленням українського серіального виробництва в умовах залежності від російського телеринку; другий, перехідний, пов'язаний із переорієнтацією на національний ринок, зростанням частки українськомовного контенту та формуванням власної нормативно-правової бази; третій, євроінтеграційний, відображає входження української серіальної індустрії до європейського аудіовізуального простору, розвиток міжнародної копродукції та адаптацію до європейських виробничих стандартів.

Методи індукції та дедукції. Індукція дає змогу зробити висновки на основі окремих кейсів: наприклад, успіх телесеріалів «Перші дні» та «Перевізниця» після 2022 року свідчить про реальну дієвість нової моделі копродукції з європейськими виробниками. На основі аналізу цих та інших проєктів встановлюються загальні тенденції розвитку українського серіального виробництва в умовах євроінтеграції.

Дедукція ж дозволяє на основі загальних тенденцій (зростання європейського попиту на українські історії, посилення культурної автентичності) прогнозувати подальший розвиток: виробництво українських

телесеріалів як виду аудіовізуальної продукції орієнтуватиметься на глобальні стримінгові сервіси й міжнародні платформи.

Метод узагальнення. На основі узагальнення результатів попередніх спостережень сформульовано висновок, що українське телесеріальне виробництво за останні десятиліття пройшло шлях від периферійності та залежності від російського ринку до переорієнтації на європейський телеринок і як самостійного гравця, здатного продукувати конкурентоспроможний контент. Яскравими прикладами такого аудіовізуального продукту є серіали «Перші дні» та «Перевізниця».

Діахронічний метод. За допомогою цього методу простежено еволюцію сфери аудіовізуального мистецтва та виробництва в часовій перспективі:

1991 – 2014 рр. – домінування російського чинника;

2014–2021 рр. – формування нової національної політики у сфері кіно- і телевиробництва, а відповідно, й переорієнтація українських продакшенів;

після 2022 р. – системна інтеграція у світовий ринок кіно- й телепродукції.

Порівняльний метод. Порівняння окремих, виділених нами періодів розвитку телесеріального виробництва першої третини XXI ст. показує різницю в ключових аспектах українських телесеріалів:

1) зміна фінансових моделей (від зовнішньої залежності від російського фінансування до внутрішньої автономії й міжнародної підтримки);

2) зміна підходів до підбору акторського складу (від майже обов'язкового запрошення російських зірок до пошуку, зрощення й залучення українських талантів та співпраці з європейськими акторами);

3) трансформація сюжетних ліній (від універсальних, але позбавлених української специфіки, – до сюжетів, що виразно акцентують на українському досвіді й на характерних рисах, що асоціюються з українською автентичністю, зокрема мужністю, сміливістю, витривалістю та здатністю до опору в умовах кризових викликів).

Отже, застосування комплексу загальнонаукових методів дає можливість системно осмислити розвиток українського телесеріального виробництва як

процес поступового подолання російської культурної залежності й становлення самостійної української індустрії з перспективами копродукції із західними партнерами. Приклад серіалів «Перші дні» та «Перевізниця» демонструє не лише успіх на внутрішньому ринку (практично в кожного українського глядача закарбувалися події перших днів повномасштабного вторгнення рф), але й вихід на міжнародну арену завдяки поєднанню фонових воєнних подій в Україні та універсальних загальнолюдських історій, зрозумілих міжнародній, зокрема європейській аудиторії.

1.3. Трансформація ролі телебачення в умовах поширення стримінгових платформ: від *quality television* до *high-end fiction*

Український телесеріал формується у безпосередньому зв'язку з трансформацією ролі телебачення в умовах платформізації аудіовізуального ринку – переходом від формату *quality television* до формату *high-end fiction*. У цьому контексті особливості українського серіального виробництва дедалі більше визначаються не стільки національними чинниками, скільки глобальними індустріальними зрушеннями, зокрема в межах єдиного ринку [180]. Йдеться про технологічні зміни у виробництві та дистрибуції аудіовізуального контенту, а також про переосмислення способів сприйняття серіальної оповіді, ролі автора та очікувань аудиторії в умовах платформної медіареальності. Саме тому звернення до концепції «якісного телебачення» є необхідною передумовою для тлумачення того, як українські серіали інтегруються в європейський аудіовізуальний простір і яким чином вони адаптуються до стандартів сучасного високобюджетного серіального виробництва.

Активне формування поняття «якісного телебачення» відбулося на тлі структурних змін у телевізійній індустрії 1990-х рр., пов'язаних із трансформацією виробничих моделей, зростанням ролі кабельних каналів і поступовою зміною глядацьких очікувань. Батьком концепції «якісного

телебачення» вважається американський дослідник Р. Томпсон, який у праці «Другий золотий вік телебачення: від серіалу “Hill Street Blues” до “ER”» («Television’s Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER») (1996) запропонував системне осмислення цього явища. Учений пов’язав появу «якісних» серіалів із так званим «другим золотим віком» телебачення, що тривав від початку 1980-х до початку 1990-х рр. [224]. На думку Р. Томпсона, саме в період від запуску драматичного серіалу «Hill Street Blues» у 1981 р. до завершення «Twin Peaks» у 1991 р. на американському телебаченні сформувався новий тип серіальної продукції, який принципово відрізнявся від стандартизованих «разових» програм з передбачуваною драматургією [224]. Цей тип серіалів характеризувався ускладненою наративною організацією (зокрема посиленням горизонтальної серіалізації), поглибленою психологічною розробкою персонажів, а також розширенням тематичного спектра й включенням соціально чутливих і контroversійних тем.

Сам Р. Томпсон як ключовий дослідник феномену «якісного телебачення» окреслював сутність нових на той час тенденцій через протиставлення: йшлося передусім про «незвичайне телебачення» («not regular TV»), тобто про продукцію, що виходить за межі стандартизованих форматів масового мовлення [224]. Такий підхід підкреслює опозиційний характер «якісного телебачення» щодо традиційних телевізійних практик і водночас фіксує його як етап трансформації індустрії, пов’язаний із формуванням нових естетичних і виробничих стандартів.

Водночас уже перші спроби теоретичного осмислення цього поняття супроводжувалися науковими дискусіями. Так, відома британська дослідниця Cultural studies Ш. Брандсон ще на початку 1990-х рр. звертала увагу на проблематичність категорії «якість», наголошуючи на її залежності від соціокультурного контексту, інституційних умов функціонування медіа та смакових орієнтацій аудиторії [125].

Активізація наукового осмислення «якісного телебачення» у 2000-х рр. пов’язана з переходом від первинних концептуалізацій цього явища до його

системного теоретичного опрацювання, що знайшло відображення у появі фундаментальних колективних праць. Однією з найвпливовіших серед них стала монографія «Якісне телебачення: сучасне американське телебачення та поза його межами» (Quality TV: Contemporary American Television and Beyond, 2007) за редакцією Дж. Маккейб та К. Акасс [188]. Видання об'єднало провідних медіадослідників і критиків зі США та Європи та запропонувало різні підходи до аналізу «якісного телебачення» 1990–2000-х рр. У центрі уваги опинилися серіали, що вже на той час стали канонічними прикладами цього типу телепродукції, зокрема «Клан Сопрано» («The Sopranos», 1999–2007), «Західне крило» («The West Wing», 1999–2006), «Загублені» («Lost», 2004–2010) та ін. [188].

Важливість цієї праці полягає не в започаткуванні дискурсу довкола «якісного телебачення», а в його концептуальній консолідації та інституціоналізації: телевізійний серіал постає як повноцінний об'єкт академічного аналізу, що розглядається з погляду культурного виробництва, естетичної цінності та індустріальної моделі. Тож «якісне телебачення» утверджується не лише як індустріальний феномен, а як легітимний предмет теоретичного осмислення в межах сучасних гуманітарних досліджень.

Подальше розгортання дискусії відбулося в європейському науковому середовищі. Французькі дослідники у межах колективних обговорень і публікацій, присвячених феномену «якісного телебачення», дійшли висновку про проблематичність універсального визначення цього поняття. Як зазначає Ф. Жост, «якість» телебачення не є стабільною категорією, а формується в конкретних історичних, культурних і дискурсивних умовах [176]. Відтак критерії «якості» залежать від механізмів легітимації – критичного дискурсу, фестивальних практик, медіарецепції, а також інституційних механізмів позиціонування контенту [176].

З цього погляду показовою є колективна праця «За якісне телебачення» (Pour une télévision de qualité, 2014), укладена під редакцією Ф. Жоста, де автори (переважно французькі, а також канадські й бельгійські дослідники)

намагаються окреслити співвідношення між англо-американською концепцією «якісного телебачення» та європейськими телевізійними традиціями [176]. У результаті було підсумовано, що у Франції телебачення тривалий час розглядалося як «нижчий» жанр порівняно з кінематографом, однак успіх американських серіалів наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. стимулював переоцінку цього статусу. Унаслідок цього формується феномен, який сам Ф. Жост називає «культурою серіального споживання» (*sériephilie*), у межах якої серіали набувають статусу об'єкта естетичного захоплення та критичного аналізу, дещо схожого на авторське кіно [176].

Отже, вже на етапі становлення концепції стало очевидно, що поняття «якісне телебачення» має не стільки об'єктивний, скільки дискурсивний характер: воно формується внаслідок взаємодії індустріальних практик, критичного осмислення та культурних очікувань аудиторії.

Подальший розвиток дискусії в європейському науковому середовищі засвідчив спроби адаптації та переосмислення концепції «якісного телебачення» в національних контекстах. Німецькі дослідники запровадили до наукового обігу власний термін на позначення «телебачення якості» (*Qualitätsfernsehen*) та проаналізували ступінь рецепції і трансформації американських критеріїв у європейському медіапросторі. Так, у праці Д. Шлютц «Телебачення якості як феномен розваги» («*Quality-TV als Unterhaltungsphänomen*», 2016) розглянуто особливості сприйняття серіалів «Клан Сопрано» («*The Sopranos*», 1999–2007), «Дроти» («*The Wire*», 2002–2008) та «Пуститися берега» («*Breaking Bad*», 2008–2013) німецькою аудиторією [216]. Водночас збірник «Інакше телебачення?! Спроба оцінки стану “якісного телебачення”» («*Das andere Fernsehen?! Eine Bestandsaufnahme des “Quality Television”*», 2016) за редакцією Й. Несельгауфа та М. Шляйха актуалізує питання про можливе вичерпання евристичного потенціалу цього поняття і необхідність пошуку нових аналітичних рамок [200].

Критичне переосмислення концепції «якісного телебачення» посилюється у подальших дослідженнях. Так, Ш. Борсос у статті «Після “якісного телебачення”: анатомія і критика дискурсу» (*Nach dem “Quality TV”: Anatomie*

und Kritik eines Diskurses, 2017) звертає увагу на обмеженість інтерпретацій, що редукують аналіз серіалів до категорії «престижності» [122]. Дослідник аргументовано зауважує, що така оптика часто звужує дослідження до наративних характеристик, залишаючи поза увагою індустріальні, технологічні та візуально-естетичні параметри серіального виробництва.

Подальший розвиток концепції *complex television* пов'язаний не лише з ускладненням оповіді, а й із просторовою організацією серіального світу. Як зазначають М. Бертон і М. Боні, сучасні серіали створюють багаторівневі просторові структури, що поєднують різні географічні, соціальні та символічні простори в єдину систему оповіді [117].

Отже, упродовж останніх десятиліть академічний і критичний дискурс навколо «якісного телебачення» еволюціонував від етапу його концептуалізації та інституціоналізації до фази критичного переосмислення. Попри це, сам термін зберігає аналітичну продуктивність як позначення телевізійного феномену, що уможливорює інтерпретацію серіалу як форми культурного виробництва з високим рівнем символічного капіталу. У цьому контексті концепція «якісного телебачення» безпосередньо пов'язана з трансформацією серіального наративу: вона фіксує той етап розвитку індустрії, коли телесеріал виходить за межі стандартизованих форматів масового мовлення і набуває рис складної, багаторівнево організованої оповідної структури.

Уже в 2000-х рр. у Європі формуються власні моделі серіальної драми, які, з одного боку, адаптують естетичні та наративні інновації американського *prestige TV*, а з іншого – інтегрують їх у національні культурні традиції та інституційні умови виробництва.

Показовим прикладом є данський політичний серіал «Борген» (Borgen, 2010–2013), який дослідники розглядають як зразок публічносервісної *quality drama*. У центрі сюжету – кар'єра Брігітте Ньюборг, яка стає прем'єр-міністеркою Данії та змушена поєднувати державне управління з партійною боротьбою і приватним життям. Така сфокусованість на владі й особистій відповідальності поєднується з психологічною глибиною персонажів і засвідчує здатність

європейської теледрами працювати з актуальними політичними питаннями без редукації їхньої складності [210].

Не менш показовим є скандинавський кримінальний серіал «Міст» (The Bridge / Bron/Broen, 2011–2018), де відправною точкою стає виявлення тіла на кордоні Данії та Швеції, що змушує спільно діяти детективів із двох країн. Розслідування поступово виходить за межі окремого злочину і виявляє системні соціальні проблеми. Саме поєднання кримінальної інтриги з ширшим соціально-критичним виміром, разом із стриманою візуальною стилістикою, закріпило скандинавський нуар (Nordic noir) як впізнавану модель європейської серіальної культури [163].

У Німеччині одним із ранніх прикладів історичної драми став серіал «Наші матері, наші батьки» (Generation War, 2013), у якому через історії п'ятих молодих берлінців показано досвід Другої світової війни та моральні дилеми покоління. Водночас французький серіал «Ті, що повернулися» (Les Revenants, 2012–2015) розгортає події в невеликому містечку, де повернення померлих мешканців руйнує звичний соціальний порядок і актуалізує травматичну пам'ять спільноти. Така наративна модель поєднує жанрову основу з авторською атмосферністю і повільною ритмікою оповіді [176].

У Великій Британії дискурс «якісного телебачення» набув особливої ваги завдяки поєднанню традицій суспільного мовлення та авторської теледрами. Показовим у цьому контексті є серіал «Стан гри» (State of Play, BBC, 2003), у якому журналістське розслідування смерті молодої жінки поступово виявляє складні зв'язки між політикою, бізнесом і медіа. Серіал демонструє багаторівневу драматургію та виразну соціально-критичну оптику, що, як зазначають дослідники, сприяло утвердженню телесеріалу як форми, співмірної з кінематографом за глибиною проблематики [132].

Ще одним показовим прикладом є серіал «Бродчерч» (Broadchurch, ITV, 2013–2017), де розслідування вбивства хлопчика в невеликому прибережному містечку перетворюється на кризу всієї локальної спільноти. У центрі оповіді – не лише кримінальна інтрига, а й соціальні зв'язки, приховані конфлікти та

моральні дилеми мешканців. У цьому випадку «якість» визначається емоційною глибиною та соціальною рефлексією, що є характерними рисами британської публічносервісної телевізійної драми (public service drama) [119].

Отже, європейський сегмент 2000–2010-х рр. засвідчує, що модель *quality TV* розвивалася не як копія американського *prestige TV*, а як відносно автономна система, укорінена в інституціях суспільного мовлення та національних драматургічних традиціях. Якщо американські серіали цього періоду пов'язують із «кабельною революцією», то європейські приклади демонструють інший шлях, зокрема модернізацію публічносервісної моделі через підвищення виробничих стандартів і наративної складності.

Водночас подальша еволюція серіального виробництва, зумовлена розвитком стримінгових платформ і трансформацією моделей дистрибуції, засвідчує поступовий перехід від формату *quality television* до формату *high-end fiction*, теоретичне осмислення якого представлено у працях А. Лотц [184] та А. Дженнер [174]. Важливо, що цей перехід відбувається не лінійно, а через ускладнення наративних моделей, зокрема формування того, що Дж. Міттелл означає як «складне телебачення» (*complex TV*) [195]. З цього погляду серіал постає як цілісна наративна система з довготривалими сюжетними арками, внутрішньою пам'яттю та підвищеними вимогами до когнітивної участі глядача.

У такому контексті змінюється не лише модель виробництва, а й саме розуміння телевізійного медіуму. Як слушно зауважує Т. Наннічеллі, попри радикальну трансформацію способів виробництва та дистрибуції, телебачення не втратило власної медіальної природи, а радше адаптувалося до цифрової екосистеми, розширивши власні форми існування через платформні сервіси та потокове мовлення [198].

Йдеться про трансформацію самої логіки серіальності: якщо традиційне телебачення тяжіло до епізодичної моделі з відновленням статус-кво наприкінці кожної серії, то сучасні серіали вибудовують багаторівневу оповідь, у якій події мають відкладені наслідки, а персонажі зазнають послідовної еволюції. У цьому контексті важливими є положення Д. Бордвелла про наратив як систему

причинно пов'язаних подій, організованих таким чином, щоб забезпечувати поступове розгортання сюжетної інформації та підтримувати інтерес аудиторії до подальшого розвитку оповіді [120; 121]. Саме такий підхід дає можливість пояснити перехід від завершених епізодичних історій до складних серіальних наративів, у яких окремі сюжетні елементи набувають значення лише в межах довготривалої оповідної структури.

Концептуалізуючи ці зміни, Д. Міттелл вводить поняття «наративної складності» (*narrative complexity*), що означає поєднання серіальної та епізодичної логік із активним використанням нелінійних структур, множинних точок зору та часових зсувів [195]. Такі серіали вимагають від глядача не пасивного сприйняття, а аналітичної залученості, передбачаючи інтерпретацію, реконструкцію подій і увагу до деталей. Водночас, попри ускладнення форми, оповідь зберігає внутрішню когерентність, що є принципово важливим для утримання глядацької уваги [115].

Важливо, що поширення наративної складності безпосередньо пов'язане зі зміною технологій споживання аудіовізуального контенту. Поява DVD-видань, цифрового запису (DVR), а згодом і стримінгових платформ створила умови для послідовного перегляду (*binge-watching*), що зняло обмеження традиційного телемовлення [174]. У свою чергу, це уможливило довгострокове планування сюжетних арок і відмову від обов'язкового епізодичного завершення. Як наслідок, серіал дедалі більше функціонує як розгорнута наративна форма, співмірна з романом за масштабом і складністю [184].

У такому контексті змінюється і саме розуміння «якості». Якщо в ранніх етапах розвитку концепції «якісного телебачення» вона асоціювалася передусім із тематичною серйозністю та психологічною глибиною, то в сучасній індустрії визначальними стають структурна складність, стилістична цілісність і здатність до довготривалого утримання уваги аудиторії, на чому наголошують Р. Данліві [142] та А. Лотц [184]. Це свідчить про поступове зміщення акценту від окремих естетичних характеристик до комплексної моделі виробництва і сприйняття серіального контенту.

Одним із найпомітніших зрушень у розвитку сучасної серіальної продукції стало розширення жанрового спектру. Якщо на ранніх етапах «якісного телебачення» домінувала реалістична соціальна драма, то впродовж 2010-х рр. до цього поля активно інтегруються фантастика, фентезі та горор. У науковій літературі цей процес розглядається як переосмислення традиційної жанрової ієрархії, у межах якої визначальними стають не жанрова належність серіалу, а рівень його наративної складності, тематичної проблематизації та стилістичної цілісності [175; 195]. У цьому контексті показовим є успіх серіалу «Гра престолів» (Game of Thrones, 2011–2019), який продемонстрував, що фентезійний наратив може функціонувати в межах престижної серіальної моделі за умови високого виробничого рівня та складної драматургії. Відтак у 2010–2020-х рр. до кола престижної серіальної продукції дедалі частіше зараховують також фантастичні, супергеройські та горор-серіали, зокрема «Чорне дзеркало» (Black Mirror, 2011–2019), «Вартові» (Watchmen, 2019) та «Привиди будинку на пагорбі» (The Haunting of Hill House, 2018), у яких жанрова умовність поєднується із соціальною рефлексією, актуальною проблематикою та виразною авторською естетикою [175].

Паралельно відбувається трансформація форматних параметрів серіального виробництва. Традиційна модель ефірного телебачення, орієнтована на тривалі сезони з 20–24 епізодів, поступається коротшим сезонним форматам із більшою щільністю наративу та більш чіткою драматургічною структурою. Варто наголосити, що така зміна пов'язана не лише з естетичними пріоритетами, а й із трансформацією індустріальної логіки: сезон дедалі частіше осмислюється як цілісний художній об'єкт, а не як сукупність відносно автономних серій [195; 142].

Подальший розвиток цієї тенденції пов'язаний зі стримінговими платформами, які радикально змінили умови виробництва і споживання контенту. Відсутність жорсткої програмної сітки та рекламних обмежень уможливила варіативність тривалості епізодів і сезонів, а також поширення практики послідовного перегляду, що стимулювало створення цілісних

нарративних конструкцій, про що зазначають А. Лотц [184] та А. Дженнер [174]. Наслідком цих змін стало зростання популярності мінісеріалів, антологій та інших гнучких форматів, які поєднують високу виробничу якість із нарративною компактністю та експериментальністю [132].

Не менш важливою є трансформація виробничих стандартів, що привела до фактичного стирання межі між телебаченням і кінематографом. Йдеться про системну кінематографізацію серіальної форми: використання складної операторської роботи, продуманого світлового дизайну, високоякісного звукового оформлення, масштабних візуальних ефектів і залучення режисерів та акторів із кінематографічного середовища. Як зазначають М. Ньюмен та Е. Левін, підвищення виробничих стандартів поряд із кінематографізацією телевізійної естетики та утвердженням дискурсу «якості» сприяло культурній легітимації телебачення, унаслідок чого серіал почав сприйматися як повноцінна форма «серйозного» культурного виробництва [201]. Така трансформація відповідає ширшим закономірностям функціонування культурних індустрій. Як зазначає П. Бурдє, культурний продукт формується у межах «поля культурного виробництва», де художні рішення постійно взаємодіють із економічними інтересами, професійними практиками та системою символічного визнання [123]. Подібний підхід розвиває Ж. Брюне, який доводить, що телевізійний і кінопродукт є результатом колективної взаємодії продюсерів, сценаристів, режисерів, мовників, інвесторів і дистриб'юторів, а його успіх значною мірою залежить від ефективності цих професійних взаємозв'язків [124].

У європейському контексті ці процеси особливо виразно проявилися в сегменті *high-end fiction*. Так, німецький серіал «Темрява» (Dark, 2017–2020) демонструє складну багатопланову часову структуру та кінематографічну візуальну стилістику; французький серіал «Бюро легенд» (Le Bureau des légendes, 2015–2020) поєднує стриману, майже документальну естетику з психологічно насиченим шпигунським нарративом; італійський серіал «Гоморра» (Gomorra, 2014–2021) використовує натурні зйомки та мобільну камеру, створюючи ефект занурення, характерний для сучасного авторського кіно. Ці приклади

засвідчують, що на сучасному етапі визначальними є не жанрові ознаки, а рівень візуальної, звукової та наративної організації, який формує стандарт *high-end fiction* у європейському серіальному виробництві [147].

Як наголошує К. Джонсон, у цифрову епоху глядач споживає і телесеріал, і фільм в одній медіаекосистемі – на тих самих пристроях і через ті самі платформи; відповідно технічна якість зображення й звуку перестає бути головним маркером розмежування між цими формами, тоді як визначальними стають тривалість наративу, структура оповіді та індустріальний формат виробництва [175]. Відтак виробничий стандарт серіалу дедалі більше орієнтується на очікування кінематографічної якості.

Цю тенденцію підтверджують матеріали European Audiovisual Observatory, які фіксують посилення ролі сегмента *high-end fiction* у європейському серіальному виробництві та концентрацію ресурсів у коротших, але дорожчих сезонних форматах (European Audiovisual Observatory, 2020; 2024). Модель, що полягає в меншій кількості епізодів за умови вищого рівня постановки, уможливорює наближення серіалу до естетичних і технічних стандартів повнометражного кіно. Унаслідок цього кінематографічність перестає бути винятковою рисою окремих престижних проєктів і дедалі виразніше функціонує як нормативна вимога ринку.

Показово, що цей зсув супроводжується залученням до серіального виробництва акторів високого міжнародного статусу та режисерів із виразним кінематографічним профілем. Серіал «Корона» (The Crown, 2016–2023) демонструє цю тенденцію через поєднання масштабної постановки, складної історичної реконструкції та акторського ансамблю, сформованого з лауреатів провідних міжнародних премій. Такі практики засвідчують, що серіал більше не сприймається як «нижчий» формат порівняно з кінематографом, а виступає рівноправним полем творчої реалізації [142].

Отже, кінематографізацію європейського серіального виробництва доцільно розглядати не лише як естетичне, а й як інституційне явище. Вона стала наслідком поєднання процесів культурної легітимації телебачення,

платформізації медіасередовища та утвердження high-end fiction як провідної індустріальної моделі сучасного аудіовізуального виробництва. З цього погляду розмиття межі між кіно і телебаченням постає не окремою технологічною тенденцією, а структурним зсувом усієї аудіовізуальної індустрії, у межах якого серіал утверджується як повноцінна кінематографічна форма з розширеним наративним потенціалом.

Водночас розвиток концепції quality television у Європі відбувався не лише під впливом американської моделі. Як показує Г. К. Рустад, скандинавська телевізійна драма сформувала власну модель якісного телебачення, що поєднала високі виробничі стандарти, соціальний реалізм, актуальну проблематику та виразну національну культурну ідентичність [214].

Стримінгові сервіси не лише підвищили виробничі стандарти, а й докорінно трансформували телевізійний ландшафт. Від середини 2010-х років кількість оригінальних серіалів зростає до безпрецедентних масштабів – цей процес дістав назву «Peak TV» («пік телебачення») [142; 185]. У 2019 р. у США вийшло понад 500 сценарних телесеріалів, що засвідчило безпрецедентне розширення пропозиції на ринку аудіовізуального контенту. Для порівняння: на початку 2000-х рр. цей показник становив менше 200 найменувань на рік. Президент телеканалу FX Дж. Ленгراف характеризував цю ситуацію як потенційну «бульбашку» телевізійного виробництва. Конкуренція між стримінговими платформами та традиційними мовниками сприяла одночасно урізноманітненню контенту та стандартизації окремих моделей престижного серіального виробництва.

Як засвідчує Yearbook 2023/2024 Європейської аудіовізуальної обсерваторії, саме сервіси video-on-demand стали одним із ключових чинників трансформації європейського аудіовізуального ринку, істотно вплинувши на моделі виробництва, дистрибуції та споживання телевізійного контенту [233].

Наприкінці 2010-х років поняття «якісного телебачення» поступово втрачало свою винятковість. Багато характеристик, які раніше вважалися ознаками prestige TV, – кінематографічна візуальність, складна драматургія,

серіалізована структура оповіді та високі виробничі стандарти – поступово стали новою галузевою нормою [142; 189]. Парадоксально, але те, що свого часу сприймалося як інновація, трансформувалося у звичну індустріальну практику.

У зв'язку з цим окремі дослідники, зокрема К. Джонсон та А. Лотц, порушують питання про трансформацію або навіть завершення класичної ери *quality television* [175; 185]. На їхню думку, надлишок контенту, посилення конкуренції між платформами та зміна моделей монетизації зумовили поступове зміщення уваги від престижних авторських драм до проєктів, орієнтованих на ширші аудиторії. Показовим є приклад Netflix, який після успіху серіалів «Картковий будинок» (House of Cards, 2013–2018) та «Помаранчевий – хіт сезону» (Orange Is the New Black, 2013–2019) поступово розширив жанрову палітру контенту й відмовився від жорсткого поділу між елітарними та масовими форматами, орієнтуючись передусім на різноманітність аудиторних запитів.

Отже, критерії телевізійної якості є історично рухомою мішенню. Те, що в 1990-х було ознакою унікальної «якісної» програми (безпрецедентна серіалізація, амбітний сценарій, естетичний ризик), у 2020-х стало де-факто стандартом для більшості преміальних проєктів. З одного боку, це свідчить про успіх революції *quality TV* – сьогодні телебачення загалом більш якісне, ніж репутація «великої телевізійної пустелі» минулого. З іншого боку, сам термін «якісне телебачення» для частини критиків перетворився на зручний ярлик без чітких меж. На думку Дж. Міттелла, поняття *quality television* є передусім дискурсивною категорією, яка використовується для символічного виокремлення одних телевізійних програм серед інших і пов'язується з уявленнями про престиж та аудиторію з високим культурним капіталом [195]. Зрештою, в сучасному теледискурсі «якість» – це і набір усталених творчих підходів, і маркетинговий бренд, який продає аудиторії своєрідний «культурний капітал» (дивитися такий серіал – означає долучатися до практик культурного споживання, які асоціюються з високим рівнем культурного капіталу).

Тож *quality television* – це більше, ніж набір ознак престижного серіалу; це цілий культурний зсув, що змінив статус телебачення у світі. Від 1990-х рр. до

сьогодні воно пройшло шлях від кількох виняткових драм до нового стандарту оповіді та виробництва, вплинувши на всі жанри і платформи. Хоч термін і далі дискутується, його поява дозволила академічно легітимувати телесеріали, відкривши простір для їх глибокого аналізу. А для мільйонів глядачів по всьому світу *quality television* означає, що телебачення може бути мистецтвом, здатним захоплювати, кидати виклик і відображати складність нашого життя не гірше за літературу чи кіно.

У 2020-х рр. поняття *quality television* поступово трансформується в категорію *high-end fiction*, яка відображає нові умови функціонування серіального виробництва в цифрову епоху. Якщо концепція *quality television* була пов'язана передусім із підвищенням культурного статусу телесеріалу, то *high-end fiction* акцентує увагу на виробничих стандартах, міжнародній копродукції та здатності контенту ефективно функціонувати в транснаціональному аудіовізуальному просторі.

За визначенням European Audiovisual Observatory, *high-end television fiction* – це високобюджетні драматичні серіали, орієнтовані на прайм-тайм або стримінгові платформи, з підвищеними виробничими стандартами та міжнародним потенціалом [148].

До характерних ознак формату *high-end television fiction* належать:

- 1) скорочена кількість серій у сезоні;
- 2) збільшений бюджет одного епізоду;
- 3) використання міжнародних виробничих стандартів і *production pipelines*;
- 4) орієнтація проєкту на міжнародну дистрибуцію вже на етапі девелопменту;
- 5) активне залучення механізмів міжнародної копродукції [148].

Поширення цього формату відображає зміни в підходах до організації серіального виробництва, за яких конкурентоспроможність проєкту дедалі більше залежить від відповідності міжнародним виробничим вимогам, можливостей транскордонної дистрибуції та інтеграції до глобальних аудіовізуальних мереж.

Отже, утвердження формату *high-end fiction* відображає не лише еволюцію серіальної форми, а й глибокі зміни в організації сучасного аудіовізуального виробництва. У сучасному європейському контексті саме *high-end fiction* став основним форматом інтеграції національних індустрій до глобального аудіовізуального простору. Водночас його поширення було зумовлене не лише естетичними чинниками, а й трансформацією самого європейського телеринку у 2010–2025 рр., що змінила інституційні та економічні засади функціонування серіального виробництва.

За даними European Audiovisual Observatory, ці процеси супроводжуються подальшим зростанням впливу стримінгових платформ, зміною моделей перегляду аудіовізуального контенту та посиленням конкуренції між глобальними й національними медіагравцями [149; 217].

Йдеться не лише про технологічний перехід від лінійного мовлення до стримінгових платформ, а про структурну перебудову медіаекономіки, у межах якої переосмислюються механізми виробництва, фінансування, дистрибуції та просування аудіовізуального контенту. За цих умов телесеріал дедалі більше функціонує не як окремий продукт ефірного мовлення, а як складова ширшої платформної екосистеми, де його цінність визначається здатністю забезпечувати тривале залучення аудиторії, підтримувати конкурентні позиції платформи та ефективно функціонувати в міжнародному середовищі. Показово, що сучасні моделі споживання аудіовізуального контенту характеризуються домінуванням серіальної продукції, яка забезпечує основну частку переглядів на стримінгових платформах і стає одним із ключових чинників утримання аудиторії [149].

У працях А. Лотц цей перехід концептуалізується через поняття *portals*: екран як фізичний носій може залишатися звичним, проте змінюється сама інституційна архітектура телебачення. Від моделі мовлення, що передбачала лінійний потік програм, індустрія переходить до системи керованого доступу через інтерфейси, каталоги, алгоритми рекомендацій та монетизаційні моделі. Отже, телебачення у 2020-х рр. є передусім інфраструктурою доступу й управління видимістю контенту.

Європейський телеринок при цьому формується під впливом подвійної логіки. З одного боку, це платформізація, яку Д. Діск, Т. Поель та ін. описують як процес datafication і алгоритмічної селекції культурних продуктів [136]. Режими рекомендацій, концентрація уваги довкола «топів» та домінування SVOD/AVOD-моделей створюють нову економіку культурної присутності, де серіал повинен бути не лише якісним у творчому сенсі, а й алгоритмічно конкурентним.

З іншого боку – зберігається європейська традиція регульованого аудіовізуального простору: система суспільного мовлення, культурні квоти, фінансові зобов'язання щодо підтримки національного виробництва. Саме на перетині глобальної платформної логіки та нормативного протекціонізму ЄС формується специфічна модель європейського ринку. Вона поєднує конкуренцію з інституційною підтримкою культурного різноманіття.

Показовим є механізм, закріплений у Директиві 2018/1808 (AVMSD), яка встановлює мінімальну частку (30%) європейських творів у каталогах VOD-сервісів та вимагає їхньої належної «помітності» (prominence) [137]. На нашу думку, це не лише інструмент культурної політики, а й спроба врівноважити алгоритмічну асиметрію глобальних платформ. Європейський Союз фактично визнає, що в цифрову епоху культурна різноманітність не може покладатися на саморегуляцію ринку – вона потребує інституційно закріплених механізмів видимості та інвестицій.

За даними European Audiovisual Observatory, у структурі європейського аудіовізуального ринку посилюються позиції OTT-платформ, тоді як сегменти SVOD та OTT-реклами значною мірою перебувають під контролем глобальних неєвропейських компаній [149]. Водночас у традиційних секторах, зокрема pay TV і телевізійній рекламі, європейські медіагрупи продовжують зберігати вагомі позиції.

Таким чином, формат *high-end fiction* у Європі є не лише естетичною категорією чи маркетинговим маркером престижу, а результатом структурної перебудови ринку. Вона постає як інституційно підтримана відповідь на виклики

платформізації – форма серіального виробництва, що поєднує високий виробничий стандарт, культурну амбіцію та здатність функціонувати в алгоритмічно організованому середовищі глобального аудіовізуального простору.

На наш погляд, формується асиметричний ландшафт: регуляторно Європа прагне зміцнити культурний суверенітет і підтримати власне виробництво, однак економічно ключові цифрові «ворота» доступу до аудиторії залишаються в глобальних платформ. Така напруга між нормативною моделлю та економікою платформ є визначальною рисою сучасного європейського телеринку.

Водночас з боку споживання трансформація має чітко виражений «серіальний» характер. Дослідження К. Грес і Т. Х. Тран, проведене в 2025 році в дев'яти країнах ЄС на чотирьох великих сервісах, демонструє, що 78% часу перегляду припадає на TV/SVOD-серіали і лише 22% – на фільми [160]. Перегляд є концентрованим, а оригінальний контент платформ помітний у «топах», однак не домінує в загальному масиві споживання.

У цифрову епоху серіал стає ключовою «валютою» уваги у цифровій екосистемі, що забезпечує тривалу залученість аудиторії, утримання підписника та алгоритмічну видимість. Водночас потрапляння до «топів» дедалі менше залежить лише від художньої якості й дедалі більше – від індустріальних ресурсів: маркетингових бюджетів, моделей розподілу та пакетування прав, кросплатформної промоції та алгоритмічної політики рекомендацій. Таким чином, у цифрову епоху формат *high-end fiction* змушений конкурувати не тільки на рівні естетики, а й на рівні інфраструктурної підтримки.

Загалом можна стверджувати, що у 2010–2025 рр. європейське телебачення зазнало глибокого переформатування в умовах платформної модерності, зокрема трансформувалося у простір перетину трьох визначальних сил – алгоритмічної економіки уваги, нормативно закріпленої культурної політики ЄС та індустріальної конкуренції глобальних OTT-гравців [149]. Саме в цьому структурному трикутнику – між даними, регуляцією та серіальною формою – сьогодні окреслюються контури майбутнього європейського

аудіовізуального виробництва, а відтак і перспективи інтеграції до нього української серіальної індустрії.

Тож утвердження формату *high-end fiction* відображає комплексну трансформацію серіального виробництва, зумовлену розвитком цифрових технологій, платформізацією медіасередовища та зміною моделей споживання аудіовізуального контенту. За цих умов телесеріал поступово виходить за межі національного телемовлення і стає складовою глобального аудіовізуального ринку, у межах якого конкурентоспроможність визначається не лише художніми характеристиками твору, а й відповідністю міжнародним виробничим стандартам, ефективністю дистрибуції та здатністю функціонувати в транснаціональному культурному середовищі.

Зкультурологічного погляду ці зміни засвідчують переосмислення ролі серіалу в сучасній екранній культурі. Якщо раніше його розвиток пов'язувався насамперед із підвищенням художнього статусу телевізійної продукції, то нині серіал дедалі частіше розглядається як важливий механізм циркуляції культурних смислів у глобальному медіапросторі. Саме тому особливого значення набувають питання культурної репрезентації, мовної ідентичності, локальної автентичності та здатності національних історій бути зрозумілими міжнародній аудиторії.

У цьому контексті сучасний розвиток українського серіального виробництва доцільно розглядати як складову загальноєвропейських трансформацій аудіовізуальної індустрії. Поступова інтеграція України до європейського медіапростору супроводжується переорієнтацією на виробничі підходи, характерні для моделі *high-end fiction*, зростанням ролі міжнародної копродукції, платформної дистрибуції та нових механізмів культурної репрезентації. Це створює передумови для формування конкурентоспроможного серіального продукту, здатного одночасно зберігати національну культурну специфіку та бути інтегрованим у ширший європейський аудіовізуальний контекст.

Висновки до розділу 1

Узагальнення європейських підходів до вивчення серіалу дало змогу встановити, що сучасний телевізійний серіал розглядається як складний аудіовізуальний продукт, який поєднує наративні, соціокультурні, виробничі й трансмедійні характеристики. Спостереження за українським науковим дискурсом засвідчило, що вітчизняні дослідження телесеріалів розвивалися переважно в межах культурологічної, мистецтвознавчої та комунікаційної проблематики.

Водночас важливим практичним виявом теоретичних підходів до осмислення серіалу є виробничі моделі організації серіальної оповіді. Горизонтальна, вертикальна та антологійна моделі відрізняються не лише способом побудови наративу, а й особливостями взаємодії з аудиторією, виробничими принципами та потенціалом міжнародної адаптації. Це дає підстави розглядати структуру серіальної оповіді як один із чинників конкурентоспроможності аудіовізуального продукту в умовах європейського ринку.

Обґрунтовано доцільність застосування культурологічного, соціокультурного, виробничого та комунікативного підходів як взаємопов'язаного методологічного комплексу дослідження українського серіального виробництва. Встановлено, що кожен із них дає можливість дослідити окремий аспект функціонування серіалу та водночас сформувати цілісне бачення його функціонування в сучасному аудіовізуальному просторі.

З'ясовано, що культурологічний підхід уможливорює оцінювання серіалу як форми аудіовізуального мистецтва через такі критерії, як хронотоп, принцип «нової епічності», партисипативна логіка та співвідношення локального й універсального. Саме ці параметри значною мірою визначають наративно-естетичну специфіку серіалу формату *high-end fiction* та його потенціал до міжнародної культурної комунікації.

Встановлено, що соціокультурний підхід дає можливість аналізувати серіал як механізм репрезентації суспільного досвіду, формування колективної пам'яті та ціннісних орієнтирів. У межах цього підходу ключового значення набувають такі критерії, як соціальна релевантність проблематики, соціальна складність і неоднозначність, здатність до проблематизації, репрезентація соціальної реальності та формування ціннісно-ідентифікаційної рамки. Саме ці характеристики забезпечують суспільну значущість сучасного серіального продукту та його відповідність актуальним тенденціям європейського серіального виробництва.

Доведено, що виробничий підхід має особливе значення для спеціальності 021 «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво», оскільки дає можливість розглядати серіал як результат взаємодії творчих, технологічних та організаційних процесів [15]. Його застосування уможливорює аналіз відповідності серіалу технічним стандартам сучасного виробництва, оцінювання рівня візуальної та звукової якості, особливостей постпродакшну, а також використання виробничих практик, характерних для формату *high-end fiction*. Комунікативний підхід, у свою чергу, дає можливість дослідити механізми поширення серіального контенту та взаємодії між виробниками, платформами, медіапосередниками й аудиторією.

З'ясовано, що розвиток формату *quality television* та його подальша трансформація у формат *high-end fiction* відображають глибокі зміни в сучасній аудіовізуальній індустрії. Якщо на початковому етапі основна увага приділялася культурній легітимації телесеріалу як складної форми оповіді, то сучасний етап характеризується посиленням ролі виробничих, технологічних та індустріальних чинників. Унаслідок цього серіал перетворився на один із провідних форматів сучасного аудіовізуального виробництва, здатний поєднувати художню виразність, технологічну досконалість та ринкову конкурентоспроможність.

Тож ключовими характеристиками сучасного формату *high-end fiction* є складна багаторівнева драматургія, кінематографічна візуальна стилістика, високі стандарти звукорежисури й постпродакшну, використання міжнародних

виробничих практик, платформна дистрибуція та орієнтація на транснаціональну аудиторію. Саме ці параметри сьогодні визначають конкурентоспроможність серіального продукту на європейському аудіовізуальному ринку та виступають критеріями оцінювання сучасного українського серіального виробництва.

РОЗДІЛ 2

УКРАЇНСЬКЕ ВИРОБНИЦТВО СЕРІАЛІВ У КОНТЕКСТІ ВИМОГ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ТЕЛЕРИНКУ

2.1. Європейські стандарти виробництва аудіовізуального контенту

Європейський телеринок сьогодні характеризується високим ступенем децентралізації: тут співіснують різні національні культури, мови та моделі мовлення, що формують складну й водночас гнучку систему. При цьому важливо наголосити, що таким він був не завжди. З цієї причини вважаємо за необхідне звернутися до короткого екскурсу в історію становлення європейського ринку телесеріалів, адже крізь цю ретроспективу стають виразними ті тенденції, які сьогодні визначають можливості входження українського аудіовізуального продукту на європейський телеринок.

Показово, що вже у 2013 році Європейський Союз посів перше місце у світовій торгівлі товарами, а в 2014 році навіть випередив США за показником валового внутрішнього продукту [232]. Здавалося б, що така успішна ситуація мала б автоматично поширитися і на аудіовізуальний сектор. Однак цього не сталося. На той момент європейський аудіовізуальний ринок залишався замкненим у межах національних кордонів: обіг власного контенту був обмежений, натомість північноамериканська продукція фактично безперешкодно заходила на кожен із внутрішніх ринків [127, с. 28].

На наш погляд, це була характерна ознака того часу, адже у 2014 році йшлося лише про перспективу формування єдиного цифрового ринку. Дослідники тоді цілком слушно зауважували, що проблема полягала не стільки в попиті чи пропозиції, скільки в самій структурі: «ринку контенту структурно фрагментований через культурні відмінності» [127, с. 34]. Інакше кажучи, європейський аудіовізуальний простір функціонував як сукупність національно сегментованих систем виробництва і споживання контенту, між якими обіг серіалів і фільмів залишався обмеженим.

Водночас цей період доцільно розглядати як перехідний. Європейський телеринок уже тоді функціонував у складному поєднанні різних рівнів – глобального, соціального та внутрішнього. І це не просто характеристика ринку, а вказівка на його багаторівневу структуру, яка згодом стане підґрунтям для формування єдиного цифрового простору. Недаремно дослідники наголошували, що «виклик єдиного ринку не є однаковим для цифрових послуг, глобального та локального контенту» [127, с. 36].

Ідеться про той етап розвитку європейського аудіовізуального простору, коли стало очевидним, що економічна відкритість ринку не супроводжується достатнім рівнем внутрішньоєвропейської циркуляції контенту. За таких умов переваги отримували насамперед глобальні гравці, тоді як потенціал європейського виробництва залишався переважно локалізованим у межах національних аудиторій. Саме це усвідомлення стало точкою відліку для системного перегляду регуляторної політики.

Одним із наслідків такої ситуації в науковій літературі називають ефект так званого «цифрового колоніалізму». До 2018 року такі американські стрімінгові платформи, як Netflix, Amazon і Disney+, стрімко увійшли на європейський телеринок і фактично зайняли на ньому домінуючі позиції, про що свідчить звіт про аудіовізуальний контент на VOD у Європі [197]. В умовах відсутності єдиного регуляторного поля вони діяли за власною ринковою логікою, не враховуючи культурну специфіку окремих країн. За таких умов для Європейського Союзу стало очевидним, що без спільних регуляторних механізмів національні аудіовізуальні індустрії поступово втрачатимуть конкурентні позиції. Наслідком цього могла стати маргіналізація локального контенту та подальше посилення залежності від глобальних платформ, насамперед американського походження.

До цього слід додати обмежену ефективність так званого «принципу країни походження» у його попередній редакції Директиви 2010 року [138]. Практика засвідчила, що платформа, зареєстрована в одній із держав-членів ЄС, могла поширювати контент на всю територію Союзу, керуючись переважно

законодавством країни реєстрації. Це створювало умови для регуляторного арбітражу, коли компанії обирали юрисдикції з менш суворими вимогами, фактично обходячи стандарти захисту аудиторії, інклюзивності чи відповідальності за контент у країнах його реального споживання (European Commission, 2016; European Audiovisual Observatory, 2018).

Водночас існувала й економічна проблема. Відмінності в технічних стандартах, податкових режимах та системах авторського права ускладнювали внутрішню циркуляцію європейського контенту. У результаті аудіовізуальна продукція європейського виробництва часто стикалася з більшими бар'єрами на внутрішньому ринку, ніж контент глобальних платформ. Показовими є дані Р. Лобато, який зазначає, що в 28 європейських каталогах Netflix голлівудські фільми становили понад дві третини пропозиції [181, р. 137]. Така ситуація свідчила про структурний дисбаланс між можливостями національних виробників і транснаціональних медіакомпаній.

Сукупність регуляторних та економічних чинників створила передумови для масштабного перегляду європейської аудіовізуальної політики. Тому в травні 2016 року Європейська Комісія представила пропозицію щодо оновлення Директиви 2010/13/EU, наголошуючи на необхідності адаптації законодавства до нових ринкових умов, пов'язаних із поширенням онлайн-платформ та зміною моделей медіаспоживання [137].

Ключові положення цієї пропозиції окреслювали майбутню архітектуру регулювання. Передусім ішлося про створення рівних правил для всіх учасників аудіовізуального ринку шляхом поширення окремих вимог, що раніше стосувалися лише телемовників, на відеохостинги та стримінгові сервіси. Водночас було посилено вимоги щодо захисту неповнолітніх у цифрову епоху та закладено підґрунтя для підтримки європейського контенту через механізми квотування [137].

Водночас реформа не була одномоментною. Упродовж 2016–2018 рр. тривали інтенсивні переговори між Європейською Комісією, Європейським парламентом і Радою ЄС, у результаті яких первинна пропозиція була суттєво

доопрацьована та трансформована у Директиву (ЄС) 2018/1808, підписану 14 листопада 2018 року [137]. Тож йшлося не про ситуативну реакцію на ринкові виклики, а про формування нової моделі регулювання аудіовізуального простору, що враховувала як економічні, так і культурні інтереси Європейського Союзу.

Прийняття Директиви (ЄС) 2018/1808 стало важливим кроком до формування спільного аудіовізуального ринку. Вона запровадила вимогу щодо 30-відсоткової частки європейського контенту в каталогах VOD-платформ, а також поширила низку регуляторних вимог на нових цифрових гравців [137]. Однак подальша цифровізація суспільства засвідчила необхідність ширшого підходу, який охоплював би не лише регулювання медіапослуг, а й питання цифрових прав громадян.

Саме тому логічним продовженням реформи стали дебати щодо «Цифрового десятиліття Європи до 2030 року», ініційовані Європейською Комісією у 2021 році [135]. Їхнім результатом стало поступове формування спільних принципів функціонування цифрового середовища, у межах якого аудіовізуальний контент розглядався вже не лише як економічний ресурс, а й як складова ширшої системи цифрових прав і свобод.

Результатом цих тривалих обговорень стало підписання у грудні 2022 року «Європейської декларації про цифрові права та принципи» (European Declaration on Digital Rights and Principles) [150]. Для аудіовізуального сектору цей документ закріпив низку засадничих принципів функціонування цифрового середовища. Йдеться насамперед про свободу вибору та алгоритмічну прозорість, що передбачає захист користувачів від маніпулятивних рекомендаційних механізмів; безпеку та приватність, пов'язані з посиленням захисту персональних даних; а також цифрову інклюзивність, яка передбачає доступність контенту для різних категорій аудиторії та посилює вимоги щодо субтитрування й аудіоопису [150].

Таким чином, якщо Директива 2018 року сформувала економічні та правові засади функціонування аудіовізуального ринку, то Декларація 2022 року

доповнила їх системою цифрових прав і цінностей. Для виробників серіального контенту це означає, що відповідність європейським стандартам сьогодні охоплює не лише технічні параметри виробництва, а й питання прозорості, відповідальності та захисту прав аудиторії [17, с. 119].

З цього погляду особливого значення набуває концепція культурного різноманіття, яка визначає нормативні засади функціонування сучасного європейського аудіовізуального простору. Відповідно до підходу UNESCO культурні продукти розглядаються не лише як економічні товари, а й як носії смислів, цінностей та колективних ідентичностей, що потребують підтримки в умовах глобалізації [131].

Саме цим значною мірою зумовлена специфіка європейської моделі регулювання аудіовізуальної сфери. На відміну від американського підходу, орієнтованого передусім на ринкову ефективність і глобальну масштабованість контенту, європейська політика поєднує економічні механізми з підтримкою національних аудіовізуальних індустрій та забезпеченням умов для розвитку різних культурних традицій. Тому регуляторні інструменти ЄС спрямовані не лише на забезпечення конкуренції, а й на збереження культурної самобутності держав-членів.

Отже, розвиток європейського аудіовізуального законодавства від реформи AVMSD до Декларації про цифрові права засвідчує поступовий перехід від регулювання ринку до формування комплексної моделі цифрового середовища, у якій поєднуються економічна ефективність, захист прав людини та підтримка культурної ідентичності. Саме ця модель сьогодні визначає нормативні рамки функціонування європейського телеринку та умови інтеграції до нього українського серіального виробництва.

Детальний аналіз положень Директиви (ЄС) 2018/1808 дає можливість виокремити ключові регуляторні вимоги, які визначають умови створення та поширення серіального контенту на європейському ринку. Насамперед ідеться про підтримку європейського аудіовізуального продукту через механізм

квотування та забезпечення його належної видимості на платформах «відео на вимогу» [137].

Водночас Директива встановлює вимоги щодо захисту неповнолітніх, доступності контенту та дотримання етичних стандартів. Йдеться про використання систем вікової класифікації, механізмів інформування аудиторії про потенційно чутливий зміст, а також про розвиток інклюзивних сервісів, зокрема субтитрування та аудіодескрипції. Окрему увагу приділено регулюванню комерційних інтеграцій і захисту редакційної незалежності аудіовізуальних творів, а також запобіганню поширенню контенту, що містить мову ворожнечі або заклики до насильства [137].

Тож Директива AVMSD формує комплексну систему вимог, яка охоплює не лише правові аспекти функціонування ринку, а й безпосередньо впливає на змістові та виробничі характеристики серіального продукту. Для виробників аудіовізуального контенту це означає необхідність враховувати європейські стандарти вже на етапі розроблення проєкту.

Для України важливим етапом адаптації до європейських вимог стало поступове вдосконалення національної нормативно-правової бази у сфері аудіовізуального виробництва. Правові засади функціонування галузі були закладені Законом України «Про кінематографію» [78], а подальший розвиток механізмів фінансування й стимулювання виробництва забезпечив Закон України «Про державну підтримку кінематографії в Україні» [76]. Наступним етапом стало ухвалення Закону України «Про медіа» [79], який гармонізував національне законодавство з основними положеннями європейського права у сфері аудіовізуальних медіапослуг. Як зазначено в «Білій книзі реформ 2025 року» (White Book of Reforms 2025), саме цей закон став однією з ключових змін у процесі наближення українського медіарегулювання до стандартів ЄС [229].

Такий процес відповідає загальній тенденції європеїзації медіаринків, яку А. Гаркорт розглядає як поступове зближення національних систем медіарегулювання через гармонізацію нормативної бази та формування спільних правил функціонування аудіовізуального ринку ЄС [164].

Практичне значення цієї гармонізації полягає насамперед у тому, що українські серіали, створені самостійно або в копродукції з країнами Європейського Союзу, можуть розглядатися як складова категорії European Works відповідно до вимог AVMSD [137]. Це підвищує їхню привабливість для міжнародних мовників і стримінгових платформ, які зобов'язані виконувати квоти щодо частки європейського контенту у своїх каталогах. Крім того, узгодження правил класифікації контенту, захисту неповнолітніх, прозорості власності та авторського права спрощує взаємодію українських виробників із європейськими партнерами та створює сприятливі умови для розвитку копродукційних проєктів [79].

Отже, імплементація норм AVMSD через Закон України «Про медіа» створила нормативні передумови для інтеграції українського серіального виробництва до європейського аудіовізуального простору та підвищила його сумісність із правовими й ринковими вимогами ЄС.

Переходячи до аналізу виробничих вимог, варто наголосити, що сьогодні вони формуються під впливом загальноєвропейської політики сталого розвитку, інклюзивності та цифрової трансформації. Якщо Директива AVMSD визначає правові та змістові рамки функціонування аудіовізуального сектору, то виробничі стандарти регламентують безпосередню організацію процесу створення контенту. Саме вони дедалі частіше виступають умовою отримання фінансування від європейських фондів, участі в міжнародних копродукціях і відповідності сучасним вимогам європейського телеринку [211].

Зупинимося на виробничих вимогах детальніше, адже саме вони сьогодні визначають як організацію знімального процесу, так і саму можливість інтеграції українського серіалу до європейського аудіовізуального простору.

Вимога екологізації виробництва (Green Production) полягає у мінімізації екологічного впливу аудіовізуального сектору, що вже стало усталеною практикою в країнах ЄС. У серіальному виробництві активно впроваджуються цифрові інструменти для вимірювання та скорочення вуглецевого сліду на всіх етапах створення аудіовізуального продукту. Ключову роль у цьому процесі

відіграє калькулятор BAFTA Albert, який дає можливість оцінювати викиди CO₂, пов'язані з логістикою, енергоспоживанням та використанням виробничих ресурсів [191]. Аналогічну функцію виконує європейська платформа Euresca (European Environmental Calculator), що забезпечує уніфікований підхід до екологічної звітності в різних країнах ЄС [232].

На практиці використання таких інструментів дедалі частіше стає умовою отримання фінансування від державних фондів та медіагруп. Це стимулює впровадження «зелених» технологій, зокрема альтернативних джерел енергії, оптимізацію логістики та безпаперове виробництво (paperless production) [227]. Останнє передбачає перенесення виробничої документації, планування й звітності в цифрове середовище, що дає можливість скоротити використання фізичних носіїв інформації та підвищити ефективність виробничих процесів.

Важливо, що в сучасній європейській практиці Green Production розглядається не як окремий напрям діяльності, а як складова виробничої культури аудіовізуальної індустрії. Екологічні принципи інтегруються в усі етапи виробничого циклу – від девелопменту до постпродакшну – та поєднуються з цифровізацією процесів, раціональним використанням ресурсів і дотриманням сучасних професійних стандартів.

Показово, що в окремих країнах ЄС, зокрема в Німеччині та Словаччині, відповідність «зеленим» критеріям уже є обов'язковою умовою державної фінансової підтримки та сертифікації аудіовізуальних проєктів [143]. Це свідчить про те, що екологізація виробництва перестала бути рекомендацією і набула статусу одного з виробничих стандартів сучасного європейського аудіовізуального ринку.

Інклюзивність та соціально-етичні стандарти. Важливим складником сучасного європейського аудіовізуального виробництва є системне впровадження принципів різноманітності та рівності. У межах програми «Creative Europe MEDIA» на 2021–2027 рр. простежується перехід від акценту виключно на гендерній рівності до ширшого розуміння інклюзії, що охоплює етнічне різноманіття, вікову репрезентацію та доступність для осіб з

інвалідністю [211]. На практиці це зумовлює зростання уваги до принципів репрезентативності як у змісті аудіовізуальних творів, так і в складі творчих та виробничих команд, що відображено у документі «Framework of Actions on Diversity and Inclusion in the Audiovisual Sector» (2025) [151].

Запровадження цього документа засвідчує перехід від декларативного визнання принципів різноманітності до їх системного врахування під час оцінювання та реалізації аудіовізуальних проєктів. У багатьох європейських програмах підтримки та фондах фінансування дедалі більшого значення набувають критерії екранної та закадрової репрезентації. Йдеться як про представлення різних соціальних груп у наративі твору, так і про залучення до творчих і виробничих команд жінок та представників недостатньо представлених спільнот.

Відповідно до принципів екранної репрезентації аудіовізуальний твір має відображати соціальне та культурне різноманіття сучасного суспільства, забезпечуючи видимість різних соціальних, етнічних і вікових груп, а також людей з інвалідністю. Водночас особлива увага приділяється уникненню стереотипних моделей їх зображення та створенню більш збалансованих форм культурної репрезентації.

Принципи закадрової репрезентації передбачають розширення можливостей участі в аудіовізуальному виробництві для жінок і представників недостатньо представлених спільнот на різних етапах виробничого процесу, зокрема у сфері режисури, сценарної майстерності, продюсування, операторської роботи та управління проєктами. Такий підхід спрямований на формування більш інклюзивного професійного середовища та розширення спектра культурних перспектив, представлених у сучасному аудіовізуальному контенті.

Урахування зазначених критеріїв дедалі частіше розглядається як важливий чинник під час залучення міжнародних партнерів, участі у програмах фінансування та взаємодії з великими європейськими медіакомпаніями і стримінговими платформами. Тож принципи різноманітності та інклюзії

поступово інтегруються до системи сучасних виробничих стандартів і стають одним із чинників конкурентоспроможності аудіовізуального продукту на європейському ринку.

Стандарт безпеки та етичного супроводу виробництва. Одним з найпомітніших нововведень у структурі європейського виробництва стало впровадження обов'язкових протоколів безпеки під час зйомок сцен чутливого характеру (зокрема еротичних сцен, сцен насильства або психологічно напружених епізодів). Провідні європейські мовники та платформи, такі як Canal+ (Франція), Sky (Велика Британія/Італія) та BBC, офіційно інтегрували позицію інтим-координатора (intimacy coordinator) до стандартну штатну структуру знімальної групи. У січні 2020 року Гільдією кіноакторів Американської федерації телевізійних та радіоакторів було видано набір політик та практик для так званих «координаторів інтимної близькості», щоб допомогти постановникам та акторам орієнтуватися в сексуально делікатних сценах [110].

На практиці цей стандарт реалізується впродовж трьох ключових етапів: під час предпродакшену інтим-координатор аналізує сценарій, проводить індивідуальні консультації з акторами щодо меж їхнього комфорту та узгоджує з режисером хореографію чутливих сцен, фіксуючи кожен дію у письмовій згоді. Безпосередньо під час зйомок застосовується протокол «закритого майданчика», де присутність технічного персоналу мінімізується до критично необхідного рівня, а інтим-координатор виступає посередником між баченням режисера та безпекою актора. На етапі постпродакшну здійснюється контроль за тим, щоб фінальний монтаж відповідав раніше узгодженим з акторами межам візуалізації.

Така стандартизація має не лише етичне, а й глибоке прагматичне значення. Для продюсерів залучення сертифікованого спеціаліста є інструментом мінімізації юридичних ризиків, пов'язаних з можливими позовами щодо сексуальних домагань або порушення прав людини. Це забезпечує повний захист фізичної та психологічної недоторканності акторів, що сьогодні є невід'ємною складовою «репутаційного аудиту» будь-якого серіального проєкту, який претендує на міжнародну дистрибуцію в ЄС [110].

Прозорість управління та фінансова відповідальність. Ця вимога передбачає перехід від традиційного кіновиробництва до моделі підзвітного бізнесу, де кожен етап виробництва є верифікованим. Мова йде про три напрями такої фінансової підзвітності, зокрема:

а) цифровий аудит та фінансова підзвітність, адже використання спеціалізованого програмного забезпечення дає можливість реалізувати принципи Transparency Directive (2013/50/EU), яка вимагає регулярних фінансових звітів та прозорості грошових потоків [209]. Це забезпечує «видимість» витрат для інвесторів та державних фондів у режимі реального часу;

б) статус європейського твору та податкові пільги, оскільки відповідність стандартам прозорості власності та фінансування, закріпленим у European Media Freedom Act (EMFA), є критичною для збереження статусу європейського продукту. Без підтвердження прозорих способів постачання та дотримання правил боротьби з відмиванням коштів (Anti-Money Laundering Directive) проєкт втрачає доступ до податкових стимулів та субсидій;

в) трудова етика: фінансова відповідальність включає виконання Pay Transparency Directive, що зобов'язує компанії розкривати інформацію про оплату праці для забезпечення рівності, зокрема гендерної [209].

Регулювання алгоритмів і вибору. Регулювання алгоритмів та рекомендаційних систем є одним із ключових напрямів «Акту про цифрові послуги» (DSA), який набув чинності у 2024 році. Документ встановлює вимоги до великих онлайн-платформ і стримінгових сервісів щодо прозорості алгоритмів, захисту користувачів та збалансованого доступу до контенту, що безпосередньо впливає на виробництво й дистрибуцію аудіовізуальної продукції.

Однією з ключових вимог DSA є прозорість рекомендаційних систем. Платформи повинні пояснювати принципи формування рекомендацій та надавати альтернативи алгоритмічному відбору контенту. Унаслідок цього виробники серіалів дедалі менше можуть покладатися виключно на

алгоритмічне просування та змушені орієнтуватися на якість контенту й здатність утримувати увагу аудиторії.

Важливим положенням документа є також протидія формуванню «інформаційних бульбашок». Алгоритми мають забезпечувати доступ до різноманітного контенту, що стимулює попит на серіали з ширшим тематичним і культурним спектром. Окрему увагу приділено прозорості використання штучного інтелекту: DSA передбачає обов'язкове маркування контенту, створеного або суттєво модифікованого за допомогою технологій ШІ, включаючи синтезовані зображення, голоси та deepfake-матеріали.

Крім того, документ обмежує використання маніпулятивних алгоритмів і персоналізованих рекомендацій, заснованих на чутливих персональних даних, а також надає акредитованим дослідникам доступ до даних великих платформ для вивчення впливу алгоритмів на поширення контенту. У цьому контексті важливу роль відіграє європейська некомерційна організація AlgorithmWatch, яка здійснює громадський моніторинг цифрових платформ і виявляє ризики дискримінації контенту [212].

Вимоги DSA поширюються і на змістовий рівень аудіовізуальної продукції. Провідні медіакомпанії залучають консультантів із різноманітності (diversity consultants), які оцінюють сюжетні лінії щодо можливих дискримінаційних практик і стереотипів. Такий підхід узгоджується з політикою Європейської мовної спілки (EBU), яка розглядає медіа як інструмент соціальної згуртованості [212].

Отже, DSA формує нові правила функціонування цифрового аудіовізуального середовища, у якому прозорість алгоритмів, алгоритмічна підзвітність, етичність сторителінгу та відповідальність за репрезентацію різних соціальних груп стають складовими сучасних стандартів європейського телеринку.

Етика сторителінгу та контроль змісту. Контроль змісту аудіовізуальної продукції в Європейському Союзі, до якої належать і телесеріали, поступово змістився від моделі цензурних обмежень до моделі соціальної відповідальності

та захисту аудиторії. У центрі уваги сучасного європейського регулювання перебувають не заборона окремих тем чи сюжетів, а забезпечення прозорості, недискримінаційності та дотримання прав різних соціальних груп. Такий підхід відповідає загальній тенденції розвитку європейської медіаполітики, у межах якої аудіовізуальний контент розглядається не лише як комерційний продукт, а й як чинник формування суспільних уявлень, цінностей та моделей поведінки.

У зв'язку з цим дедалі більшого значення набуває поняття етики сторителінгу. Йдеться про відповідальне представлення персонажів, соціальних груп і суспільно значущих тем, уникнення дискримінаційних практик, мови ворожнечі та стереотипних моделей репрезентації. У сучасній європейській практиці ці вимоги поширюються не лише на інформаційний контент, а й на художні твори, зокрема серіали, які мають значний вплив на формування громадської думки та культурних уявлень аудиторії.

Відповідно, європейське регулювання алгоритмів і цифрових платформ суттєво трансформує підходи до створення та поширення контенту. Виробники аудіовізуальної продукції дедалі частіше враховують вимоги інклюзивності, культурного різноманіття та прозорості використання цифрових технологій ще на етапі розроблення проєкту. У результаті етична відповідальність стає одним із чинників конкурентоспроможності серіалу на європейському ринку поряд із художньою якістю, виробничими стандартами та ефективною дистрибуцією.

Технічні стандарти та цифрова інтероперабельність становлять третю групу вимог, що забезпечує сумісність аудіовізуального контенту в межах європейського ринку та гарантує належну якість зображення, звуку й технічної доставки продукту [62]. В умовах функціонування єдиного цифрового аудіовізуального простору відповідність технічним стандартам стає необхідною передумовою міжнародної дистрибуції серіалу та його інтеграції до платформного середовища.

1. *Стандартизація формату доставки* як одна з базових вимог. Для цього в європейській практиці використовується стандарт AS-11, розроблений консорціумом Digital Production Partnership (DPP). Його застосування забезпечує

уніфіковане пакування файлів і використання метаданих, що спрощує обмін контентом між мовниками та платформами, мінімізує технічні помилки й унеможливорює втрату якості під час передачі аудіовізуального продукту.

Важливим показником конкурентоспроможності серіалу є також відповідність сучасним стандартам якості зображення. Для більшості європейських мовників базовим залишається формат 2K (Full HD), який забезпечує професійний рівень візуальної якості та сумісність із телевізійним мовленням. Водночас міжнародні стримінгові платформи дедалі частіше орієнтуються на формат 4K (Ultra HD), який став одним із маркерів *high-end fiction*. Використання 4K дає можливість досягти вищого рівня деталізації, кольоропередачі та візуальної виразності, що підвищує привабливість серіалу для міжнародної аудиторії та розширює можливості його дистрибуції.

Отже, технічні стандарти в сучасному європейському серіальному виробництві виконують не лише технологічну, а й ринкову функцію. Вони забезпечують відповідність продукту вимогам міжнародних платформ і мовників, виступають індикатором професійного рівня виробництва та є важливою складовою конкурентоспроможності серіалу на європейському аудіовізуальному ринку.

2. *Технології візуального виробництва та стандарти мовлення* становлять важливу складову сучасних вимог європейського телеринку. Їх використання забезпечує кінематографічну якість зображення та є одним з показників відповідності серіалу стандартам *high-end fiction*. В умовах конкуренції між мовниками та стримінговими платформами рівень візуального виконання дедалі частіше впливає не лише на сприйняття твору аудиторією, а й на його комерційний потенціал.

Сучасне серіальне виробництво активно використовує технології Virtual Production, візуальні ефекти (VFX) та комп'ютерну графіку (CGI), що дають можливість створювати складні аудіовізуальні рішення без суттєвого збільшення виробничих витрат. Важливою вимогою залишається відповідність міжнародним стандартам керування кольором, зокрема ACES, які забезпечують

стабільність і точність зображення на всіх етапах виробництва та дистрибуції [16]. Водночас для міжнародної копродукції дедалі більшого значення набувають хмарні технології, що уможливлюють спільну роботу виробничих команд із різних країн над єдиним проектом. Такий підхід оптимізує виробничі процеси, скорочує витрати та прискорює створення аудіовізуального продукту. Окремою вимогою є використання технологій HDR (High Dynamic Range), які забезпечують вищий рівень деталізації, контрастності та кольоропередачі. Для преміальних стримінгових платформ підтримка HDR фактично стала стандартом якості, оскільки забезпечує більш виразне візуальне сприйняття контенту та підвищує його конкурентоспроможність на міжнародному ринку [16].

Отже, сучасні технології візуального виробництва виконують не лише технічну, а й конкурентну функцію. Вони визначають рівень аудіовізуальної якості серіалу, його відповідність вимогам європейських мовників і платформ та виступають одним із критеріїв професійного статусу продукту відповідно до формату *high-end fiction*.

3. *Вимоги до звуку та контроль гучності (EBU R 128)*. У сучасному європейському аудіовізуальному виробництві звук є важливою складовою художньої виразності та глядацького сприйняття. Висока якість звукового оформлення розглядається як одна з ознак професійного аудіовізуального продукту та суттєво впливає на його конкурентоспроможність у середовищі *high-end fiction*.

Базовим стандартом для європейських мовників є рекомендація EBU R 128, яка регламентує рівень гучності аудіоконтенту та забезпечує комфортне сприйняття звуку незалежно від типу програми чи платформи. Дотримання цього стандарту є обов'язковою умовою технічного приймання контенту більшістю європейських мовників і стримінгових сервісів.

Важливим критерієм якості сучасного серіалу є також використання багатоканальних звукових форматів. Стандартом для більшості європейських серіалів залишається звук 5.1, який забезпечує просторову глибину та підвищує реалістичність сприйняття аудіовізуального твору. Водночас для преміальних

проектів дедалі більшого значення набуває технологія Dolby Atmos, що створює тривимірне звукове середовище та посилює ефект присутності. Саме такі рішення сьогодні асоціюються з продукцією формату *high-end fiction* і часто виступають додатковою перевагою під час міжнародної дистрибуції [16].

Окрему увагу європейські стандарти приділяють доступності аудіовізуального контенту. Йдеться про створення аудіодескрипції та спеціальних звукових доріжок, що полегшують сприйняття контенту для різних груп аудиторії. Таким чином, сучасні вимоги до звуку поєднують технічну якість, художню виразність та принципи інклюзивності, які є важливими складовими європейської аудіовізуальної політики.

Отже, звукове оформлення сьогодні виконує не лише технічну, а й важливу індустріальну функцію. Відповідність міжнародним стандартам звуку підвищує якість аудіовізуального продукту, розширює можливості його дистрибуції та сприяє позиціонуванню серіалу в сегменті високоякісного європейського контенту.

4. Інклюзивність та доступність аудіовізуального контенту. У сучасному європейському медіапросторі доступність аудіовізуального контенту перетворилася з етичного принципу на обов'язкову нормативну вимогу, закріплену в оновленій Директиві про аудіовізуальні медіапослуги (AVMSD). Відповідно до статті 7 Директиви 2018/1808/EU держави-члени ЄС мають забезпечувати постійне зростання частки доступного контенту, що покладає на мовників і стримінгові платформи обов'язок створювати умови для рівного доступу до інформації осіб із порушеннями слуху та зору [137].

Практична реалізація цих вимог передбачає використання субтитрів, спеціальних субтитрів для людей із порушеннями слуху (SDH) та аудіодескрипції. Для їх інтеграції в європейському мовленні застосовуються уніфіковані технічні стандарти, зокрема EBU-TT, які забезпечують сумісність контенту на різних платформах і в різних країнах. Важливо, що SDH-субтитри містять не лише текст діалогів, а й описи значущих звукових елементів, що дає

можливість повноцінного сприйняття аудіовізуального твору ширшою аудиторією [137].

Для виробників серіалів доступність контенту сьогодні є не лише юридичною вимогою, а й показником професійної якості аудіовізуального продукту. Наявність субтитрів, SDH та аудіоопису розширює потенційну аудиторію, підвищує привабливість серіалу для міжнародної дистрибуції та є однією з умов співпраці з провідними європейськими мовниками й стримінговими платформами. Отже, інклюзивність стала невід'ємною складовою сучасних виробничих стандартів і одним із критеріїв відповідності серіалу вимогам європейського аудіовізуального ринку.

5. Кібербезпека, захист прав (DRM) та цифрова ідентифікація (EIDR). У сучасному цифровому середовищі захист інтелектуальної власності є необхідною умовою міжнародної дистрибуції аудіовізуального контенту. Для європейських мовників і стримінгових платформ надійність систем захисту даних та авторських прав виступає одним із критеріїв професійної якості серіального продукту й передумовою його виходу на міжнародний ринок.

З метою протидії піратству європейські платформи використовують технології цифрового захисту прав (DRM), які забезпечують контрольоване поширення контенту та унеможлиблюють його несанкціоноване копіювання. Додатковим інструментом безпеки є системи цифрового маркування, що дають можливість відстежувати джерела витоку контенту та підвищують рівень захисту аудіовізуальних активів на всіх етапах дистрибуції [149].

Важливою складовою сучасної європейської інфраструктури є також система цифрової ідентифікації EIDR, яка присвоює кожному аудіовізуальному твору унікальний міжнародний ідентифікатор. Його використання забезпечує точний облік трансляцій, спрощує управління правами та сприяє прозорому нарахуванню авторської винагороди [145]. Крім того, цифрова ідентифікація полегшує взаємодію між продюсерами, дистриб'юторами, мовниками та платформами в межах міжнародного ринку.

Тож системи DRM та EIDR забезпечують захист інтелектуальної власності, прозорість обігу аудіовізуального контенту та підвищують довіру до продукту з боку міжнародних партнерів. У результаті кібербезпека та цифрова ідентифікація стають важливими складовими конкурентоспроможності серіалу на європейському аудіовізуальному ринку.

Отже, сучасні вимоги європейського ринку до серіального контенту ґрунтуються на поєднанні високих стандартів аудіовізуальної якості, виробничої стандартизації та соціальної відповідальності. Їх нормативною основою виступають оновлена Директива про аудіовізуальні медіапослуги (AVMSD) та Акт про цифрові послуги (DSA), які визначають вимоги до створення, поширення та регулювання аудіовізуального контенту в межах єдиного цифрового ринку ЄС.

Встановлено, що конкурентоспроможність сучасного серіалу значною мірою залежить від відповідності технічним стандартам виробництва та дистрибуції. Йдеться про уніфікацію форматів доставки контенту, використання сучасних технологій візуального виробництва, високі стандарти звукового оформлення, а також забезпечення цифрової інтероперабельності між мовниками та платформами. Сукупність цих вимог формує основу для створення аудіовізуального продукту, здатного функціонувати в середовищі *high-end fiction* та міжнародної дистрибуції. Водночас європейський підхід передбачає посилення уваги до питань екологізації виробництва, доступності контенту, алгоритмічної прозорості та етичної відповідальності виробників. Це виявляється у впровадженні стандартів Green Production, розвитку інклюзивних сервісів, використанні механізмів незалежного моніторингу цифрових платформ і поширенні практик відповідального сторителінгу. Важливими складовими сучасної аудіовізуальної інфраструктури є системи захисту прав та цифрової ідентифікації контенту. Використання технологій DRM і міжнародного ідентифікатора EIDR забезпечує захист інтелектуальної власності, прозорість обігу аудіовізуального продукту та ефективну взаємодію між виробниками, дистриб'юторами й платформами. Отже, європейський стандарт серіального

виробництва передбачає поєднання високої аудіовізуальної якості, технологічної сумісності, прозорих виробничих практик та соціальної відповідальності, що в сукупності визначає конкурентоспроможність серіалу на сучасному європейському ринку.

2.2. Виробничі механізми та індустріальні стандарти створення конкурентоспроможного телесеріалу

З метою системного аналізу процесу створення конкурентоспроможного серіального продукту доцільно розмежовувати виробничі моделі, виробничі вимоги та індустріальні стандарти, які на етапі девелопменту взаємодіють як складові єдиного виробничого процесу. Аналіз практики українського аудіовізуального ринку ще до початку повномасштабної війни засвідчує, що виробнича модель серіального проєкту передбачала насамперед вибір організаційно-фінансового механізму його реалізації – використання копродукції, пресейлів, поєднання різних джерел фінансування, а також узгодження виробничого циклу з умовами залучення партнерів і подальшої міжнародної дистрибуції [52; 71; 93].

Виробничі вимоги, у свою чергу, стосуються внутрішньої технологічної й організаційної логіки створення телесеріалу, зокрема формування постановочної групи, залучення технічної бази, а також дотримання параметрів календарно-постановочного плану, таких як кількість змін, середня виробітка, хронометраж та обсяг сцен. Натомість індустріальні стандарти постають як система формалізованих у професійному середовищі очікувань, що забезпечують «зрозумілість» проєкту для ринку та його економічну валідність. До них належать розробка «індустріальних текстів» (сценарної заявки й пітчінгового пакета) з чіткою наративною архітектурою, використання гібридних фінансових моделей, обов’язкова сегментація цільової аудиторії та відповідність жанрово-стилістичним запитам сучасного медіаринку. Саме в точці перетину цих вимог і

стандартів закладається потенціал міжнародної інтеграції українського контенту та його конкурентоспроможність у глобальному аудіовізуальному просторі.

У сучасному серіальному виробництві дослідження виробничих моделей та індустріальних стандартів доцільно розпочинати з етапу девелопменту, який розглядається як початкова фаза формування майбутнього аудіовізуального продукту, у межах якої визначаються його художня концепція та економічна модель [128]. У добу платформізації виробництво набуває характеру складної системи взаємодії творчих, інституційних і дистрибуційних чинників [184; 130], що дає підстави трактувати девелопмент як ключовий етап формування параметрів майбутнього серіального продукту.

Водночас платформізація трансформувала не лише виробництво серіалів, а й саму природу телевізійної аудиторії. На думку П. Наполі, сучасний глядач дедалі більше самостійно конструює власні практики медіаспоживання, тоді як традиційна модель масової телевізійної аудиторії поступається індивідуалізованому цифровому перегляду [199]. Ці зміни проявляються у поширенні перегляду на вимогу (VOD), binge-watching та алгоритмічному доборі контенту, що детально аналізує Л. Мікош на матеріалі німецького телеринку [192]. Новітні дослідження також підтверджують, що діяльність Netflix та інших стримінгових сервісів суттєво трансформувала принципи виробництва, дистрибуції та споживання телевізійних серіалів [194].

Як свідчить сучасна європейська та українська практика, основи копродукційного співробітництва закладаються на етапі development, що поєднує розробку творчої концепції з пошуком потенційних партнерів. Саме на цій стадії визначаються ключові параметри майбутнього серіалу – жанр, культурна універсальність історії, баланс локальних і міжнародних елементів та фінансова модель проєкту. Орієнтація на міжнародні індустріальні стандарти та вимоги європейських фондів і дистриб'юторів є важливою передумовою конкурентоспроможності серіального продукту на глобальному аудіовізуальному ринку. Пошук міжнародних партнерів і просування проєктів здійснюються через професійні індустріальні заходи – міжнародні телевізійні

ринки, фестивалі, галузеві форуми та пітчінгові платформи. Зокрема, такі майданчики, як Göteborg TV Drama Vision і Content Warsaw, надають українським продюсерам можливість презентувати серіальні проєкти, отримувати експертну оцінку, налагоджувати професійні контакти та залучати потенційних інвесторів.

Зростання ролі міжнародних телевізійних ринків підтверджує і рекордна кількість учасників London TV Screenings 2025, що засвідчує посилення значення таких майданчиків для міжнародної дистрибуції телевізійного контенту [213].

Саме на етапі девелопменту формується фінансова модель майбутнього проєкту, яка може поєднувати інвестиції продакшн-компаній, внески мовників, грантову підтримку міжнародних фондів, зокрема Creative Europe та Eurimages, а також участь сейлз-агентів, зацікавлених у подальшій міжнародній дистрибуції серіалу.

Етап Development: взаємозв'язок творчої концепції та пошуку партнерів

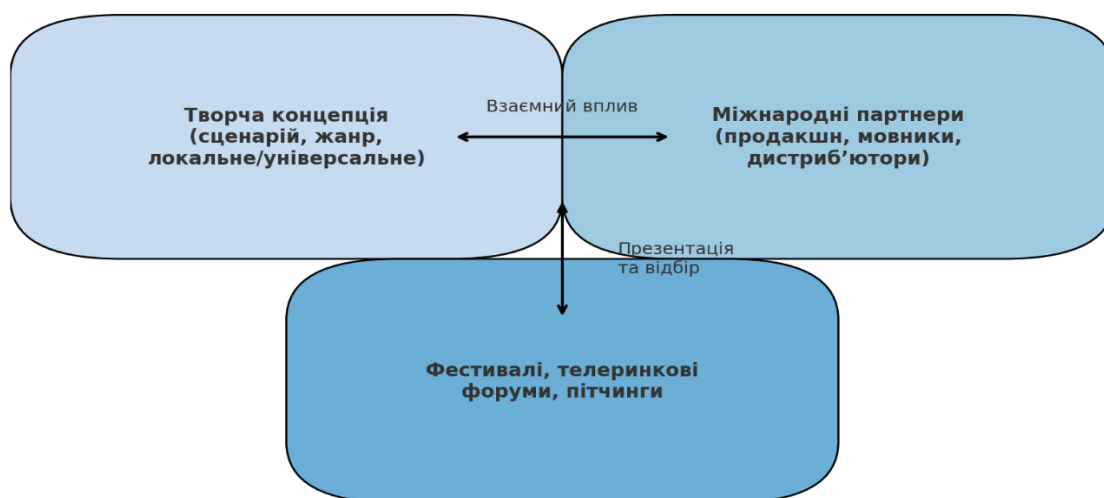


Рис. 2. Взаємозв'язок концепції серіалу з пошуком партнерів на етапі development

Запропонована модель (рис. 2) відображає системний характер девелопменту, демонструючи взаємозалежність творчої концепції та пошуку міжнародних партнерів. Розробка сценарію відбувається з урахуванням вимог іноземних продюсерів, мовників і дистриб'юторів, тоді як переговори з

партнерами зумовлюють коригування жанрової та фінансової структури проєкту відповідно до індустріальних стандартів.

Творчий вимір етапу development виходить за межі написання сценарію як літературного тексту й передбачає формування комплексної наративної архітектури проєкту. Вона охоплює логлайн, синопсис, посерійний план, драматургічну еволюцію персонажів і жанрово-форматне позиціонування, що відповідає індустріальним стандартам сучасного серіального виробництва. За спостереженням Дж. Міттелла, сучасна серіальна драматургія характеризується «наративною складністю», яка потребує детального структурного моделювання ще до виробничого запуску [165]. Отже, девелопмент постає як фаза концептуальної кристалізації серіалу та програмування його виробничих і ринкових параметрів.

На цьому етапі особливого значення набувають документи, що забезпечують комунікацію між учасниками виробничого процесу. У межах підходу Дж. Колдвелла індустріальні тексти та паратексти осмислюються як інструменти координації творчих і виробничих рішень у культурі медіавиробництва [128]. У цьому контексті сценарна заявка постає одним із ключових інструментів професійної комунікації, що уможливлює узгодження креативного задуму з виробничими параметрами, фінансовою моделлю та вимогами міжнародного ринку.

Початковим етапом створення будь-якого аудіовізуального продукту, зокрема телевізійного серіалу, є підготовка сценарної заявки. У професійній практиці медіавиробництва цей документ розглядається як перший формалізований етап існування проєкту, що задає вектор його розвитку та визначає перспективи подальшої реалізації. Якщо повноцінний сценарій у структурі виробничого процесу можна умовно трактувати як визначальний етап реалізації задуму, то сценарна заявка виконує роль концептуальної основи подальшого виробництва, оскільки саме вона забезпечує початкову комунікацію з потенційними інституційними партнерами – продюсерами, телеканалами, стримінговими платформами та грантовими фондами.

Основна функція сценарної заявки полягає у презентації ідеї, спрямованій на обґрунтування її релевантності, художнього потенціалу та відповідності сучасним глядацьким запитам. Саме на цьому етапі значною мірою визначається життєздатність майбутнього серіалу, оскільки заявка виконує роль інструменту маркетингового позиціювання проєкту, в якому поєднуються креативні та економічні аргументи.

Сценарна заявка виступає не лише інструментом попередньої презентації, а також аналітичним інструментом оцінювання потенційної конкурентоспроможності продукту на ринку. У сучасних умовах глобалізації телевізійної індустрії її роль суттєво посилилася. Заявка стає складовою копродукційних перемовин і міжнародних пітчінгів, у межах яких українські продакшн-компанії здійснюють презентацію власних серіальних проєктів для зарубіжних партнерів.

У контексті орієнтації телесеріалу на європейський телеринок сценарна заявка набуває вагомого значення, оскільки саме вона визначає первинне позиціювання проєкту в міжнародному професійному середовищі. Її якість безпосередньо впливає на результати пітчінгу, можливість залучення копродукційних партнерів і подальшу дистрибуцію. Чіткість логлайну, структурованість синопсису, виразність жанрової моделі та визначеність цільової аудиторії виступають ключовими параметрами, що забезпечують зрозумілість проєкту для міжкультурної рецепції та його відповідність вимогам європейського телеринку.

Отже, сценарна заявка у структурі девелопменту телесеріалу постає як багатофункціональний інструмент, що поєднує креативну, аналітичну та ринкову складові. Вона не лише уможливлює первинну презентацію ідеї, а й виконує функцію попереднього моделювання її виробничої та дистрибутивної перспективи, визначаючи ймовірність переходу проєкту від етапу розробки до практичної реалізації.

Український досвід останнього десятиліття переконливо демонструє, що саме якість девелопменту визначає здатність проєкту інтегруватися у

міжнародний контекст. Показовим є приклад компанії Film.UA Group, яка у процесі розробки серіалу «Нюхач» (попри його заборону після повномасштабного вторгнення у зв'язку з участю російського актора О. Фісенка) заклала форматну універсальність історії та чітку жанрову модель детективної драми, що уможливило її продаж до понад 60 країн [108]. У цьому випадку девелопмент визначав напрям експортної адаптації: сценарна концепція одразу орієнтувалася на транскордонну зрозумілість персонажа й сюжету. Схожим чином компанія Star Media реалізувала модель багаторівневого фінансування та міжнародної копродукції у серіалі «Принцип насолоди».

За спостереженнями М. Кертіна, саме гібридні фінансові моделі стають визначальними для глобалізованої телевізійної індустрії, оскільки дозволяють мінімізувати ризики та розширити дистрибуційні можливості [128]. Фінансовий вимір девелопменту в українських реаліях набуває особливої ваги, де за Д. Хезмондалшем, оцінка ефективності медіавиробництва має базуватися на формуванні суспільного блага та якості життя, а не лише на комерційних показниках [167, р. 151]. У національному контексті джерелами фінансування можуть бути державні програми (зокрема гранти Державного агентства України з питань кіно та Українського культурного фонду), інвестиції телеканалів або приватний капітал. Проте після 2022 року, в умовах воєнного стану й скорочення бюджетного ресурсу, українські продакшени активніше звертаються до програм міжнародної підтримки, зокрема Creative Europe (European Commission, 2023), а також до копродукційних угод з європейськими партнерами.

У сучасних умовах підтримка аудіовізуальної індустрії розглядається Європейським Союзом як один із чинників підвищення міжнародної конкурентоспроможності. У доповіді М. Драгі «The Future of European Competitiveness» підкреслюється, що культурні та креативні індустрії дедалі більше інтегруються в загальну стратегію економічного розвитку ЄС, а інвестиції у виробництво цифрового контенту, інновації та транснаціональну співпрацю розглядаються як важливі складники зміцнення позицій Європи на світовому телеринку [141].

Однією з найскладніших проблем для українських продюсерів залишається специфіка міжнародного фінансування: у більшості випадків кошти виділяються вже після завершення виробництва, тобто оплачується готовий продукт. Це означає, що сам факт участі кількох партнерів у проєкті не гарантує авансового фінансування. У такому разі виробники звертаються до альтернативних механізмів фінансування продакшену. Один з них полягає у самостійному покритті витрат великими студіями, які мають достатній фінансовий резерв і можуть відшкодувати вкладені кошти після отримання відповідної підтримки. Інший механізм пов'язаний із використанням пресейлів, коли права на майбутній продукт реалізуються ще до завершення виробництва за зниженою вартістю. Це дає можливість продюсеру залучити авансом не менше 50% бюджету проєкту та забезпечити фінансування виробничого процесу. Утім, в українських реаліях поширеним залишається підхід «з миру по нитці», коли фінансування формується з дрібних внесків кількох партнерів – українських та/чи міжнародних. У таких випадках навіть незначні платежі (наприклад, одна–дві тисячі євро від компаній країн Балтії, які ще й розподіляються на частини) інтегруються до спільного бюджету й таким чином поступово формують фінансовий «пазл» майбутнього серіалу.

Не менш важливим інструментом на етапі девелопменту є складання графіка фінансування, який фіксує динаміку руху коштів і забезпечує уникнення «касових розривів» – ситуацій, коли на певному етапі виробництва відсутні необхідні фінанси для покриття витрат. Такий графік тісно пов'язаний із календарно-постановочним планом: наприклад, за умови затримки фінансових надходжень зйомки можуть бути перенесені на кілька тижнів без необхідності повідомляти про це партнерів. Таким чином продюсер отримує можливість «виграти час» для надходження наступної частини коштів і зберегти гнучкість у фінансово-виробничому плануванні.

Досвід українських серіалів «Перші дні» [71] та «Перевізниця» [70] підтверджує, що в окремих випадках міжнародні дистриб'ютори погоджуються на авансові виплати. Такий підхід не лише гарантує безперервність виробничого

процесу, але й свідчить про зростання довіри до українських партнерів. Проте такі приклади залишаються радше винятком, аніж системною практикою.

На сьогодні спостерігаємо різні шляхи пошуку міжнародного фінансування у сучасному медіавиробництві. По-перше, важливу роль відіграють уже напрацьовані зв'язки з постійними партнерами: саме через них часто вдається отримати початкове фінансування або домовитися про копродукцію. По-друге, ключовими майданчиками для налагодження нових контактів є кіноринки при міжнародних фестивалях. Саме там відбувається основна комунікація між виробниками, дистриб'юторами й телеканалами: дистриб'ютори пропонують готовий продукт кінотеатрам і платформам, тоді як виробники представляють свої ідеї та сценарні заявки. Крім особистих зустрічей, поширеною практикою є надсилання пропозицій дистриб'юторам електронною поштою, однак найбільш ефективними залишаються прямі переговори на спеціалізованих подіях, де формується довіра і встановлюються довгострокові зв'язки.

Отже, фінансовий складник девелопменту виконує подвійну функцію. З одного боку, він забезпечує реалістичність та економічну здійсненність художнього задуму, а з іншого – відкриває можливості для міжнародної інтеграції українських серіалів. Успіх на європейському ринку сьогодні залежить не лише від якості сценарію чи режисерських рішень, а й від здатності продюсерів формувати багаторівневу фінансову модель, поєднуючи локальні ресурси з міжнародними грантами, копродукційними угодами та механізмами попереднього продажу прав. Саме здатність вибудувати таку модель ще на етапі девелопменту визначає, чи набуде український серіальний проєкт потенціалу глобальної конкурентоспроможності, чи залишиться локальним продуктом із обмеженою сферою дистрибуції.

У цьому контексті фінансове моделювання тісно пов'язане з іншим ключовим компонентом девелопменту – плануванням виробничого процесу. З огляду на значні часові, організаційні та ресурсні витрати, пов'язані з формуванням постановочної групи, залученням технічної бази та координацією

етапів виробництва, саме чітке планування уможливлює узгодження творчих намірів із реальними виробничими можливостями. Йдеться не лише про технічну підготовку, а про системне структурування всього процесу створення серіалу.

Саме на етапі девелопменту формується загальний календарно-постановочний план, який фіксує логіку виробничого циклу та задає його організаційні параметри. У цьому документі відображається базова характеристика аудіовізуального проєкту – жанр, кількість серій, хронометраж, загальний обсяг матеріалу, а також виробничі показники, зокрема кількість змін, середня виробітка та кількість сцен. Таким чином, план виконує не лише функцію технічного розпису, а й виступає аналітичним інструментом, що дає можливість співвіднести творчу концепцію з ресурсними обмеженнями.

Водночас календарно-постановочний план перебуває в безпосередньому зв'язку з фінансовою моделлю проєкту, оскільки саме через нього конкретизується розподіл ресурсів у часі. З цього погляду планування набуває вагомого значення: воно не лише організовує виробничий процес, а й забезпечує його економічну керованість, уможливаючи оптимізацію витрат і запобігання фінансовим ризикам.

Тож поєднання фінансового моделювання та виробничого планування на етапі девелопменту формує цілісну основу майбутнього серіального проєкту. Саме узгодженість цих компонентів визначає не лише ефективність виробничого процесу, а й здатність проєкту відповідати індустріальним стандартам та інтегруватися в міжнародний аудіовізуальний простір.

Аналіз української практики засвідчує, що фінансування телесеріальних проєктів безпосередньо визначає їхню виробничу логіку та якість кінцевого продукту. Уже майже хрестоматійними прикладами різних фінансових моделей стали серіали «Слуга народу» та «Нюхач». У першому випадку створення проєкту забезпечувала медіаімперія «95 квартал», яка профінансувала виробництво власним коштом. У другому – виробником виступила потужна кіностудія Film.ua, що також реалізувала проєкт за власний бюджет, але

орієнтуючись на подальший продаж продукту на міжнародних ринках. Таким чином, «Нюхач» позиціонувався від початку як ринковий продукт із високим потенціалом для експорту. Новий етап у фінансуванні українських серіалів репрезентують «Схованки», «Перші дні» та «Перевізниця», які були реалізовані в умовах відсутності російських інвестицій і демонструють формування нової генерації фінансових моделей, зорієнтованих на внутрішні та на зовнішні, зокрема європейські ресурси.

Переходячи до висновків, можна стверджувати, що фінансове забезпечення проєкту визначає не лише тривалість окремих етапів, а й рівень динаміки, кількість сцен, якість постановки й можливості дотримання естетичних стандартів. Умови сучасного українського виробництва, що поєднують обмежений бюджет з високими вимогами до темпу та динаміки, зумовлюють необхідність пошуку балансу між економічною доцільністю та мистецькою цінністю телепродукту.

Одним із ключових завдань девелопменту є оцінювання цільової аудиторії майбутнього аудіовізуального твору. Йдеться про визначення потенційного глядача та перевірку життєздатності проєкту ще до початку виробництва. У сучасній практиці серіального виробництва саме оцінка глядацького сегменту дає можливість встановити, чи має майбутній проєкт достатній ринковий потенціал, чи здатен він зацікавити мовників, стримінгові платформи, дистриб'юторів та інвесторів.

На етапі девелопменту оцінювання цільової аудиторії входить до обов'язкових складових проєктного пакета, який подається на конкурси фінансування, пітчінги та копродукційні ринки. Відповідно, продюсер повинен не лише окреслити коло потенційних глядачів, а й аргументовано довести, чому саме ця аудиторія буде зацікавлена в запропонованій історії. Відсутність такої аргументації суттєво знижує шанси проєкту на отримання фінансування та подальшу реалізацію.

У сучасному аудіовізуальному виробництві оцінювання аудиторії дедалі частіше здійснюється як за соціодемографічними показниками, так і шляхом

аналізу мотивацій, поведінкових моделей та емоційних запитів потенційних глядачів [9]. Саме тому об'єктом оцінювання стає не лише вік чи стать аудиторії, а також її готовність до сприйняття певного типу наративу, жанрових рішень, тематики та візуальної стилістики.

Для оцінювання глядацького сегменту майбутнього телесеріалу доцільно враховувати низку взаємопов'язаних критеріїв.

Першим критерієм є жанрова відповідність. Жанр дає можливість попередньо встановити коло глядачів, які потенційно зацікавляться проєктом. Наприклад, нуар-трилер «Схованки» (2019) орієнтується на аудиторію, що віддає перевагу складним детективним історіям і психологічній напрузі.

Другим критерієм виступає потенціал ідентифікації з персонажами. Високий рівень глядацької залученості зазвичай формується тоді, коли аудиторія впізнає у героях власний досвід, цінності або бажані моделі поведінки. Наприклад, саме цей чинник значною мірою пояснює популярність серіалу «Слуга народу» (2015–2019).

Третім критерієм є актуальність проблематики для потенційних глядачів. Наприклад, серіал «Перевізниця» (2023) апелює до досвіду війни, втрати та взаємопідтримки, що робить його релевантним для значної частини сучасних українських і міжнародних глядачів.

Четвертим критерієм є співвідношення локального та універсального. Під час оцінювання аудиторного потенціалу важливо встановити, чи здатна історія виходити за межі локального контексту. Наприклад, серіал «Перші дні» («Those Who Stayed») (2023) демонструє, як локальний український сюжет може бути зрозумілим міжнародній аудиторії через універсальні теми людської стійкості, страху та надії [225].

П'ятим критерієм є наявність ринкових аналогів. Аналіз успішних проєктів близької жанрової чи тематичної спрямованості дає можливість оцінити потенціал майбутнього серіалу та спрогнозувати його місце в структурі аудіовізуального ринку. Саме такий підхід застосовується під час підготовки більшості проєктів до міжнародних пітчінгів і конкурсів фінансування.

Важливою складовою оцінювання є сегментація аудиторії на три категорії: основну, супутню та нецільову [50]. Основна аудиторія – це глядачі, яким насамперед адресований серіал і які найглибше впізнають себе в героях, сюжетах та конфліктах. Наприклад, для кримінального процедуралу «Нюхач» (2013–2020 рр.) такою аудиторією можуть бути глядачі 25–45 рр., зацікавлені в детективних історіях із виразною логікою розслідування, харизматичним головним героєм і нетиповими сюжетними поворотами.

Супутня аудиторія не є первинним адресатом проєкту, проте може долучитися до перегляду завдяки жанровій привабливості, акторському складу, візуальній стилістиці або тематиці. Так, для серіалу «Схованки» супутньою аудиторією можуть бути глядачі європейських та американських кримінальних драм, які зацікавлюються українським продуктом через впізнавані жанрові коди трилеру й нуару.

Нецільова аудиторія – це глядачі, для яких жанр, тематика або ритм оповіді не є привабливими. Її визначення не означає звуження потенціалу проєкту, а дає змогу уникнути помилкової орієнтації на універсального глядача. Наприклад, історична сага «І будуть люди» (2020) орієнтована передусім на дорослу аудиторію, зацікавлену в історичній пам'яті та подіях XX століття, тоді як частина молодшої аудиторії, зорієнтована на легші або динамічніші формати, може залишитися поза її основним комунікативним полем.

Отже, оцінювання глядацького сегменту слід розглядати як одну з ключових складових девелопменту телесеріалу та інструмент перевірки його ринкової перспективності. Результати такого аналізу впливають на творчі, виробничі та фінансові рішення, зокрема на драматургію, візуальну концепцію, кастинг, бюджетування, вибір каналів дистрибуції та просування. Водночас чітке розмежування основної, супутньої та нецільової аудиторії дає можливість точніше позиціонувати проєкт, орієнтувати його на конкретні сегменти глядачів і підвищувати конкурентоспроможність аудіовізуального продукту на національному та міжнародному ринках.

Крім того, на етапі девелопменту формується мовно-стилістична модель серіалу як складова його концептуальної архітектури, оскільки саме вона визначає характер комунікації персонажів, рівень автентичності оповіді та потенціал культурної адаптації продукту до різних ринків. Ефективність серіалу значною мірою залежить від того, наскільки мовлення персонажів відповідає їхньому соціальному статусу, віку, середовищу та життєвому досвіду, а також очікуванням цільової аудиторії.

При цьому особливого значення набуває вибір мовного регістру майбутнього серіалу, зокрема співвідношення нормативного й розмовного мовлення, використання професіоналізмів, жаргонізмів, регіоналізмів та інших маркерів соціальної ідентичності персонажів. Саме ці елементи забезпечують переконливість діалогів і формують відчуття достовірності екранного світу.

Не менш важливою є діалогічна організація серіалу. Адже природність мовлення, відповідність реплік комунікативній ситуації, особливості мовного гумору та індивідуалізація мовлення персонажів безпосередньо впливають на сприйняття аудіовізуального твору. Відтак мовна модель серіалу виступає не лише засобом передачі інформації, а й інструментом формування характерів, соціальних взаємин та культурних смислів.

З цього погляду актуальним є питання співвідношення нормативної літературної мови та живої розмовної практики, яка може включати просторічні елементи, діалектизми чи суржик. Тому на етапі девелопменту виробники змушені шукати баланс між мовною нормативністю та автентичністю комунікації, оскільки надмірна стандартизація може знижувати правдоподібність персонажів, тоді як неконтрольоване використання ненормативних елементів здатне ускладнювати сприйняття серіалу ширшою аудиторією.

З одного боку, надмірна орієнтація на нормативну літературну мову може знижувати рівень правдоподібності персонажів, на чому акцентують увагу і представники індустрії: «Якщо в кіно мову робити занадто чистою, вона теж відлунює» [109]. З іншого боку, максимальне наближення до реального

мовлення, яке часто передбачає використання саме суржику, викликає критичні оцінки з боку мовознавців, які вбачають у цьому ризик розмивання літературної норми [103]. Таким чином, мовно-стилістична модель серіалу формується в полі напруження між нормативністю та автентичністю.

Показовим у цьому контексті є серіал «Спіймати Кайдаша», який став одним із перших українських телевізійних проєктів, де мовна модель була вибудована на поєднанні нормативної української мови з живою розмовною практикою, включно з елементами суржику. Такий підхід не лише підвищив рівень автентичності персонажів, а й сприяв формуванню впізнаваного мовного середовища, максимально наближеного до реалій повсякденного життя. Важливо, що суржик у цьому випадку не виконує функції стилістичного маркера «зниженості», а постає як органічна складова мовної характеристики персонажів і соціального простору, в якому вони існують. Саме тому мовлення героїв сприймається як природне і переконливе, що підтверджують і глядацькі, і експертні оцінки. Зокрема, відомий казкар Сашко Лірник, оцінюючи мовну складову серіалу, зазначає: «Окрема номінація – мова. Жива, правдива, така як є. Зачепило серце і душу» [60].

Такий досвід виявився важливим етапом у трансформації мовно-стилістичної моделі українських серіалів, оскільки продемонстрував можливість гармонійного поєднання нормативності та автентичності без втрати художньої якості. Фактично йдеться про перехід від уніфікованої літературної мови до багатошарової мовної системи, що відображає соціальну й регіональну різноманітність українського суспільства.

У цьому ж контексті варто розглядати і молодіжний серіал «Вітя», у якому мовлення персонажів ще більшою мірою наближене до повсякденної комунікативної практики, зокрема через активне використання суржику. Як зазначається в медійних оглядах, «полтавський суржик, який популяризував кілька років тому Антоніо Лукіч у фільмі “Люксембург, Люксембург”, знову працює бездоганно...» [41]. У цьому випадку мовна модель проєкту є складовою його концептуальної моделі й спрямована на досягнення максимальної

автентичності зображуваного середовища. Водночас стрімінговий формат уможлиблює використання ширшого спектра мовних засобів, включно з розмовною та ненормативною лексикою, що підсилює ефект присутності та залучення глядача.

Отже, досвід українських серіалів засвідчує, що мовно-стилістична модель є не вторинним елементом, а одним із визначальних чинників формування конкурентоспроможного аудіовізуального продукту. Саме на етапі девелопменту відбувається вибір між нормативністю та автентичністю, який безпосередньо впливає на рівень довіри глядача, ступінь емоційного залучення та можливості культурної адаптації серіалу. Використання гнучкої мовної моделі, що поєднує літературну норму з елементами живого мовлення, уможлиблює створення переконливих образів і водночас відповідає вимогам сучасного ринку, де автентичність дедалі більше стає цінністю.

Наступним рівнем є темп оповіді. Наприклад, молодіжна аудиторія віддає перевагу швидкому ритму й коротким сценам, тоді як доросла більш терпима до складних діалогів. Крім того, візуальний стиль і ритм монтажу визначають жанрове позиціонування – той самий сценарій може бути реалізований як артхаус чи як масовий серіал, залежно від цільової аудиторії. Нарешті, особливу роль відіграє первинний візуальний контакт через постер і трейлер, які мають комунікувати з глядачем на рівні кольору, шрифтів, візуальної атмосфери.

Показовим прикладом іншої моделі є телесеріал «Кріпосна», де поєднання мелодраматичного сюжету з історичним контекстом було спрямоване на широку глядацьку аудиторію Східної та Центральної Європи [108]. Герої, їхні стосунки та соціальні конфлікти стали емоційно зрозумілими для масового глядача, а візуальний стиль і повільніший ритм оповіді відповідали очікуванням дорослої аудиторії, орієнтованої на класичні костюмовані драми.

Підсумовуючи роль девелопменту як етапу розробки ідеї майбутнього серіалу, можна стверджувати, що формування конкурентоспроможного серіального продукту в сучасних умовах є результатом успішного синтезу виробничих моделей та індустріальних стандартів на цьому етапі. Саме

девелопмент постає як критичний індикатор інституційної зрілості серіальної індустрії та комплексна фаза, де синхронно формуються творчий (побудова складної наративної архітектури) та фінансовий (розробка гібридних моделей інвестування) виміри майбутнього аудіовізуального продукту. Реалізація обраних виробничих моделей через інструменти календарно-постановочного планування та графіки фінансування забезпечує економічну керованість проєкту, дозволяючи оптимізувати ресурси та мінімізувати фінансові ризики в умовах обмежених бюджетів. Водночас відповідність індустріальним стандартам – від створення універсальної наративної архітектури сценарної заявки до впровадження гнучких мовно-стилістичних моделей – перетворює творчий задум на ліквідний актив, здатний до транскордонної дистрибуції.

Ключовим інструментом узгодження цих векторів виступає сценарна заявка, яка трансформувалася з суто творчого компоненту до багатофункціонального «індустріального тексту», тобто інструменту професійної комунікації, що поєднує креативні та економічні аргументи для залучення міжнародних партнерів. Встановлено, що інституційна зрілість індустрії виявляється у відмові від універсальних рішень на користь глибокої сегментації аудиторії та багаторівневого фінансового моделювання, що поєднує локальні ресурси з міжнародною копродукцією. При цьому невід'ємним елементом виробничих моделей формування конкурентоспроможності є також розробка мовно-стилістичної моделі, де баланс між літературною нормою та живою розмовною мовою забезпечує необхідний рівень художньої автентичності та емоційної залученості глядача.

Отже, успішна інтеграція українського серіального контенту в глобальний медіапростір можлива лише за умови системного поєднання високої креативної якості з маркетинговою точністю та економічною реалістичністю, що закладаються на етапі підготовки проєкту.

2.3. Технологічні засади виробництва сучасних українських серіалів

В цифрову епоху в умовах трансформації аудіовізуального мистецтва та виробництва та посилення інтеграції українського серіального виробництва до європейського ринку особливого значення набуває дослідження технологічних чинників створення сучасного телесеріалу. Попри активне впровадження новітніх виробничих рішень, що поступово наближають телевізійний серіал до кінематографічних стандартів, питання комплексного осмислення технологічної складової українського серіального виробництва залишається недостатньо розробленим. У сучасних дослідженнях екранного мистецтва увагу зосереджено як на загальних тенденціях цифровізації аудіовізуального середовища, так і на окремих інноваційних практиках, зокрема використанні технологій віртуальної та доповненої реальності, цифрових візуальних ефектів, нових форматів зображення та просторового звуку. Водночас для аналізу українського серіального виробництва важливим є не лише опис окремих технологій, а й з'ясування їхньої ролі у формуванні художньої виразності серіалу, нової аудіовізуальної естетики та конкурентоспроможності продукту на європейському ринку. Саме тому доцільним є розгляд основних технологічних рівнів створення сучасного телесеріалу – від знімального процесу до постпродакшну та звукового оформлення – з урахуванням їхнього впливу на якість і міжнародний потенціал українського аудіовізуального продукту.

У сучасному виробництві телевізійних серіалів простежується поступовий перехід від традиційного формату Full HD до форматів 2K і 4K, які дедалі частіше визначають стандарти професійного аудіовізуального виробництва. Для українського серіального сектору найбільш поширеним залишається формат 2K, який забезпечує баланс між якістю зображення, виробничими витратами та можливостями подальшого постпродакшну. Його використання засвідчує загальну тенденцію до зближення телевізійного виробництва з кінематографічними стандартами та підвищення вимог до візуальної якості серіального продукту.

Важливо, що перехід до 2К пов'язаний не лише з технічним удосконаленням виробництва. Цей формат відкриває ширші можливості для роботи з композицією кадру, кольором, візуальними ефектами та цифровою обробкою зображення. У результаті технологія стає інструментом формування художнього ефекту, а висока деталізація кадру сприяє створенню більш переконливого та виразного екранного середовища.

Водночас розвиток стримінгових платформ поступово стимулює поширення формату 4К як нового орієнтира преміального контенту. Попри те що його використання потребує складнішої виробничої інфраструктури та додаткових ресурсів на етапі постпродакшну, саме 4К дедалі частіше асоціюється з високоякісними серіальними проєктами, орієнтованими на міжнародну дистрибуцію. У цьому випадку йдеться не лише про збільшення роздільної здатності, а про формування нової естетики екранного зображення, де важливого значення набувають деталізація, точність кольоропередачі та глибина візуального простору.

З цього погляду доцільно розмежовувати виробничий формат і формат дистрибуції. Серіал може створюватися з використанням технологій 2К або 4К для забезпечення максимальної якості вихідного матеріалу, тоді як фінальна версія адаптується до вимог конкретної платформи чи мовника. Такий підхід дає можливість поєднувати виробничу гнучкість із потребами різних каналів поширення контенту.

Показовим прикладом технологічної еволюції серіального виробництва є телесеріал «Нюхач», створений компанією FILM.UA Group. Проєкт став одним із перших українських серіалів, що продемонстрували потенціал національного виробництва для міжнародної дистрибуції та форматної адаптації. Особливого значення цей кейс набув після того, як японський суспільний мовник NHK придбав права на адаптацію серіалу та створив власну версію у форматі 4К (Japanese version, 2016). Це був перший випадок в історії NHK, коли для адаптації було обрано іноземний драматичний формат, що саме по собі свідчило про високий рівень професійної довіри до українського продукту.

Водночас для японської сторони цей проєкт мав не лише програмне, а й технологічне значення. У середині 2010-х років NHK активно розвивав концепцію Super Hi-Vision як основу майбутнього мовлення надвисокої чіткості. У цьому контексті адаптація «Нюхача» стала одним із майданчиків для апробації нової технологічної моделі серіального виробництва, орієнтованої на використання форматів 4K та 8K. Важливо, що вибір саме драматичного серіалу свідчив про зміну підходів до телевізійного контенту: висока роздільна здатність почала розглядатися не лише як технічна перевага, а як інструмент посилення художньої виразності екранного твору.

У цьому випадку технологія безпосередньо впливала на характер візуального сприйняття. Висока деталізація зображення відкривала можливості для тоншої роботи з мімікою персонажів, фактурою предметного середовища, світлом і кольором. Відтак технологічне вдосконалення сприяло формуванню нової естетики телевізійного серіалу, у межах якої візуальна якість наближається до кінематографічних стандартів. Для детективного жанру, до якого належить «Нюхач», це мало особливе значення, оскільки увага до дрібних деталей є важливою складовою драматургічної інтриги та глядацького залучення.

Не менш важливим є і виробничий аспект цього кейсу. Історія «Нюхача» демонструє, що конкурентоспроможність сучасного серіалу визначається не лише сценарною концепцією чи акторським складом, а й здатністю проєкту відповідати актуальним технологічним вимогам міжнародного ринку. Фактично успішна адаптація серіалу японським мовником засвідчила, що український аудіовізуальний продукт може функціонувати в середовищі найвищих технічних стандартів і бути інтегрованим у глобальні виробничі процеси.

Отже, еволюція від Full HD до 2K і 4K відображає не лише технологічне вдосконалення серіального виробництва, а й формування нової візуальної культури сучасного телесеріалу, у якій технічна якість зображення стає складовою художньої виразності. У цих умовах технологія виступає не самоціллю, а інструментом створення екранного образу, що розширює можливості візуального сторителінгу та наближає серіал до кінематографічних

стандартів. Ілюстрацією цього процесу є кейс «Нюхача», який засвідчив здатність українського серіального продукту відповідати актуальним технологічним вимогам міжнародного ринку та брати участь у глобальному форматному обміні. Таким чином, перехід до нових стандартів зображення слід розглядати не лише як модернізацію виробничих процесів, а і як чинник підвищення конкурентоспроможності українських серіалів та їхньої інтеграції в міжнародний аудіовізуальний простір.

Як виконавчий продюсер телесеріалу «Перші дні» проілюструю на конкретному прикладі, як сучасні технології постпродакшну використовуються для створення нової екранної реальності. Одним із ключових завдань було перетворення первинно мирного міського простору на переконливий образ зруйнованого війною середовища. Для цього застосовувався комплекс технологій візуальних ефектів, що поєднував реальні знімальні елементи та цифрові інструменти обробки зображення.

Особливість сучасного постпродакшну полягає в тому, що він уже не виконує лише коригувальну функцію, а стає повноцінним інструментом формування художнього образу. У серіалі «Перші дні» цифрові технології дали можливість створити масштаб руйнувань, який був би практично неможливим або економічно невиправданим у разі використання виключно фізичних декорацій. Завдяки поєднанню композитингу, цифрового моделювання та симуляції фізичних процесів вдалося сформувати цілісний екранний простір, у якому реальні й створені комп'ютером об'єкти сприймаються як єдина візуальна система.

Важливу роль відіграло створення багатопланового середовища з використанням цифрових руйнувань, диму, пилу, уламків і пошкоджених об'єктів інфраструктури. Такі технології забезпечили не лише візуальну достовірність кадру, а й посилили емоційний вплив на глядача. Відчуття масштабу катастрофи формується не окремими спецефектами, а комплексною взаємодією всіх елементів екранного простору.

Показовою є також роль VFX-супервайзера, який забезпечує взаємодію між знімальним майданчиком і постпродакшном. Саме така координація сьогодні стає одним із ключових чинників якості аудіовізуального продукту, оскільки дозволяє ще під час зйомок враховувати майбутні цифрові трансформації кадру.

Окремого значення набуває технологія кольорокорекції. У сучасному серіальному виробництві вона виконує не лише технічну, а й художню функцію. У випадку серіалу «Перші дні» приглушена холодна кольорова гама формувала атмосферу тривоги, спустошення та невизначеності (Додаток Д). Таким чином, технологія перетворюється на засіб емоційного впливу й стає важливою складовою візуальної драматургії твору.

Отже, використання сучасних технологій постпродакшну в українському серіальному виробництві слід розглядати не лише як технічне вдосконалення виробничого процесу. Вони формують нові художні можливості екранної оповіді, розширюють інструментарій створення аудіовізуальних образів і сприяють наближенню українських серіалів до стандартів сучасного європейського *high-end fiction*.

Описуючи та аналізуючи водночас процес цифрових перетворень зображень (у нашому випадку окремого кадру) варто згадати концептуальну позицію української дослідниці З. Алфьорової, яка наголошує: «Однією з найважливіших теоретичних (і практичних) проблем кіно-, телемистецтва є еволюція екранних форм під впливом певних об'єктивних та суб'єктивних чинників у межах сучасної культури. У свою чергу, ці питання тісно пов'язані з трансформацією зображення як “видимої” частини такої форми» [2, с. 156].

На наш погляд, наведений приклад яскраво демонструє, як застосування технологічних засобів – композитингу, симуляції, цифрового рендерингу – прямо корелює з художньою трансформацією візуального наративу, а отже й підтверджує нерозривний зв'язок між формою зображення й новітніми умовами екранного творення.

Використання візуальних ефектів у серіальному виробництві дедалі частіше наближає телевізійний контент до кінематографічного рівня. Показовим з цього погляду є досвід лондонської студії DNeg TV (Double Negative Visual Effects), яка відповідала за цифрові реконструкції у другому сезоні британського серіалу «Містер Селфрідж» (ITV Studios / Masterpiece). Події нового сезону відбуваються у 1914 році, а тому художня команда мала завдання відтворити вигляд Лондона початку XX ст., зокрема особливості його архітектури, транспорту та атмосфери передвоєнної епохи.

Як зазначає співзасновник DNeg TV Г. Джонс, «зовнішній вигляд – це як ще один персонаж шоу», тому зображення фасаду універмагу Selfridge's мало бути максимально достовірним: адже «глядачі одразу зрозуміють, якщо він не такий» [126]. З цією метою творці застосували поєднання натурної декорації (одноповерхова частина будівлі, зведена на майданчику Chatham Docks) та цифрового добудування решти поверхів і міського середовища. За словами Г. Джонса, «все, що знаходиться за межами зелених екранів – автомобілі, кінні екіпажі, ліхтарі, будівлі – створене повністю у CGI» [126].

На прикладі «Містера Селфріджа» можна констатувати, що візуальні ефекти перестали бути допоміжним технічним засобом і стали частиною авторського висловлювання. Ретельно змодельоване середовище не лише відтворює матеріальну реальність, а й формує наративну структуру серіалу, визначаючи його візуальну мову та емоційний тон.

Порівняно з британським кейсом «Містера Селфріджа», українське серіальне виробництво лише поступово входить у фазу системного використання складних CGI-компонентів та інтеграції візуальних ефектів у художню концепцію твору. Якщо у випадку з DNeg TV ми бачимо повноцінну цифрову реконструкцію історичного міського простору з використанням LIDAR-сканування, 3D-моделювання, Maya, Nuke і RenderMan, то в українських серіалах над такими завданнями часто працюють гібридні команди, які поєднують натурні зйомки, matte painting та композитинг на рівні постпродакшну.

Так, у серіалі «Кріпосна» (FILM.UA, 2019–2021) візуальні ефекти використовувалися для цифрового розширення історичних локацій, зокрема створення панорам XIX століття, корекції архітектури та усунення сучасних об'єктів міського середовища. За аналогією до британського підходу, художники з візуальних ефектів застосовували *matte painting* для добудови міських фасадів, проте масштаб робіт був меншим: ідеться радше про точкові рішення, спрямовані на збереження історичної автентичності кадру.

Варто акцентувати увагу на потенційній небезпеці, що може виникати під час цифрового втручання в історичні локації, – йдеться про проблему забезпечення автентичності реконструйованих подій [4]. Як зазначає А. Ярмонік, аналізуючи документальні фільми, «віртуальна та доповнена реальність відкривають нові можливості для документального жанру, поєднуючи архівні матеріали, 3D-моделювання та інтерактивні елементи. Водночас ці технології створюють виклики для збереження автентичності, адже застосування CGI та AI може впливати на баланс між точністю реконструкції й художньою інтерпретацією» [107].

Інший приклад українського телесеріалу – «Схованки» (Film.ua / HBO Europe, 2019), де цифрові технології виконували функцію драматургічного підсилення атмосфери. Тут використано високий рівень кольорокорекції та *digital compositing*, який створює візуально холодну, насичену сірими тонами картинку, що відповідає жанровій природі нуару. На відміну від *DNeg TV*, де головна мета – історична реконструкція, українські продакшни більше працюють з емоційною палітрою кадру, прагнучи досягти глибини й стилістичної виразності за умови обмежених бюджетів.

На підставі аналізу технологічних підходів до різних продакшнів приходимо до висновку, що британська традиція VFX-виробництва тяжіє до цифрового моделювання простору як «повноцінного персонажа» серіалу (за висловом Г. Джонса), тоді як українська практика наразі демонструє поступову еволюцію від відтворення до інтерпретації візуальної реальності. Технологічна база (*Cinema 4D*, *After Effects*, *DaVinci Resolve*, *Nuke*) використовується не лише

для усунення технічних недоліків, а й для формування власного стилістичного коду серіалу – як це видно у «Кріпосній», «Схованках» чи «Перших днях».

Отже, у сучасному телесеріальному виробництві візуальні ефекти стають засобом авторського висловлювання, що поєднує естетичний і технологічний складники. Вони не лише відтворюють середовище, а й визначають характер емоційної взаємодії глядача з екраном, формуючи нову естетику «цифрової автентичності», у межах якої достовірність досягається не шляхом відтворення, а за допомогою візуального переконання.

Сучасне українське серіальне виробництво активно інтегрує технології віртуального продакшну, які забезпечують реалістичне поєднання живого зображення та комп'ютерно згенерованого середовища. Прикладом цього є телевізійний серіал «Перевізниця», створений у копродукції української студії Starlight Media та французької Gaumont, який став одним із перших українських проєктів, реалізованих із використанням медіасервера Screenberry як ядра віртуального знімального процесу [206].

Основна частина зйомок серіалу, що зображає історії пасажирів терапевтки-водійки Лідії, здійснювалася у світлодіодному об'ємному просторі (LED volume) студії One Location. Цей знімальний комплекс складався з п'яти світлодіодних екранів високої роздільної здатності (три стіни, підлога і стеля), керованих одним центральним медіасервером Screenberry, який забезпечував синхронізоване відтворення контенту, 3D-картування зображень і точне вирівнювання віртуального середовища з фізичними елементами декорації [206].

Натомість варто нагадати, що порівняно нещодавно зйомки проводили «з автомобіля, літака, гвинтокрила, або за допомогою багатороторного літаючого пристрою. Для цього розроблено дуже багато пристроїв, які дають змогу закріплювати камеру на рухомому транспорті і дистанційно керувати напрямом зйомки та основними параметрами камери» [5, с. 322].

Тож застосування Screenberry у виробництві «Перевізниці» репрезентує інноваційний сегмент технологій віртуального виробництва (virtual production

technologies), який поєднує системи LED-сцен, медіасервери реального часу, 3D-рендеринг і мережеві інструменти керування контентом.

Паралельно з розвитком візуальних технологій українське телевізійне виробництво поступово інтегрує сучасні стандарти об'ємного звуку, які стали глобальним маркером якості телевізійного контенту. Якщо у 2010-х роках більшість українських телесеріалів обмежувалася стандартним двоканальним стерео (2.0), то сьогодні дедалі частіше у виробничих специфікаціях з'являються вимоги до 5.1 або Dolby Atmos-форматів, особливо для проєктів, орієнтованих на стримінговий експорт. У цьому контексті певним чином пророчими вважаємо думку української дослідниці О. Бут, яка ще в 2007 р., тобто до винаходу Dolby Atmos, на основі аналізу лише систем 5.1. та 7.1 зазначала: «Нові технології та системи об'ємного звуку через “ефект присутності” дають відчуття заміни об'єктивної (життєвої) реальності – віртуальною реальністю» [7, с. 29].

Варто відзначити, що технологія Dolby Atmos як новітня аудіосистема дозволяє формувати тривимірне акустичне середовище завдяки позиціонуванню звуків не лише в горизонтальній, а й у вертикальній площині. На відміну від класичних систем об'ємного звуку, що оперують фіксованими каналами, Dolby Atmos працює з аудіооб'єктами, тобто незалежними звуковими елементами, які можна вільно переміщати у просторі. Це створює ефект повної присутності, коли звук ніби «обтікає» глядача з усіх боків і зверху.

У телевізійних серіалах така технологія відкриває можливості для емоційного моделювання простору: від шуму міста й природних амбієнтів до точкового розташування голосів персонажів чи ефектів вибухів. Завдяки до ста двадцяти восьми одночасних аудіооб'єктів та тридцяти чотирьом виходам на динаміки, Atmos забезпечує надзвичайну точність локалізації звуку, що раніше було притаманне лише кінозалу. Як підкреслював на зорі винаходу Dolby Atmos в 2012 р. президент Товариства кіноаудіо (Cinema Audio Society) Д. Флур, «найцікавіше в цьому прогресі – це творчі можливості.... звуорежисерам це відчиняє двері до того, про що ніколи раніше не чули...» [221]. На наш погляд,

ця фраза стосується можливостей застосування цієї технології звуку до телевізійних серіалів, чого раніше неможливо було навіть уявити.

Для українського серіального контенту впровадження об'ємного звуку 5.1 та Dolby Atmos має кілька практичних переваг. По-перше, Netflix, Apple TV+ та HBO Max уже визначили цей стандарт як базовий для оригінального контенту, що означає, що українські студії, які співпрацюють з міжнародними платформами, мають орієнтуватися на нього. Netflix, наприклад, чітко позначає серіали з підтримкою звуку 5.1 або Dolby Digital Plus, а всі проекти преміум-категорії мають бути зведені в Dolby Atmos [69].

По-друге, використання багатоканального звуку формує нову культуру аудіо-постпродакшну в українських студіях. Якщо раніше саунд-дизайн зводився до балансу діалогів, шумів і музичного супроводу, то сьогодні він передбачає об'ємне просторове мікшування, у якому звук виконує не лише інформаційну, а й драматургічну функцію. Наприклад, у трилері «Схованки» (Film.UA) саме тонка побудова акустичної глибини і гра з напрямом звуку створювали напруження, що стало складовою художнього ефекту.

В Україні ситуація зі звуковими рішеннями в телесеріальному виробництві поступово набуває якісно нового рівня. Починаючи з 2021 року, Netflix активно впроваджує українську локалізацію, зокрема дубляж у форматі Dolby Digital Plus 5.1 [69]. Це дає змогу українським глядачам переглядати серіали з повноцінним об'ємним звучанням за наявності відповідного обладнання. Водночас важливо зазначити, що українська студія POSTMODERN (Film.ua Group) ще у 2012 році отримала сертифікат Dolby Premier Studio, що засвідчило її технічну відповідність міжнародним аудіостандартам. Як наголосив тогочасний керівник компанії Є. Олесов, «компанія здійснює дубляж кінофільмів для найбільших світових кіностудій як для українського прокату, так і для інших країн СНД <...>. Також ми є однією з перших українських компаній, яка почала професійно працювати зі звуком для кіно» [27]. Таким чином, звукова студія POSTMODERN поступово сформувала стійку виробничу базу, що охоплює не лише український кінематограф, а й телевізійне серіальне

виробництво, забезпечуючи професійний рівень звукових рішень відповідно до світових стандартів.

Отже, звук у сучасному українському серіалі переходить від функції фонової присутності до повноцінного елементу екранної архітекtonіки. У комплексі з 4K-зображенням і віртуальним продакшном він формує іммерсивне аудіовізуальне середовище, де візуальні, акустичні та цифрові компоненти взаємодіють у єдиній технологічній системі.

Сучасні європейські вимоги до аудіовізуального продукту передбачають не лише технічну якість зображення й звуку, а й забезпечення його доступності для різних категорій аудиторії, зокрема створення субтитрів, аудіоопису та інших засобів медіадоступності [116].

Інтеграція формату 4K у серіальне виробництво – це не лише підвищення технічної якості, а й формування нової естетики зображення, де візуальна точність і кольорова глибина стають частиною художнього задуму. Український досвід виробництва фільмів та телесеріалів – це шлях від формату 2K до 4K, що простежено на прикладі телесеріалу «Нюхач» та віртуальних LED-зйомок «Перевізниця» на базі Screenberry. Це свідчить, що українська телеіндустрія входить до кола країн, які опановують передові стандарти візуального сторителінгу.

Постпродакшн «Перших днів» є показовим прикладом того, як українські виробники телесеріалів інтегрують комплексні цифрові технології, раніше властиві кінематографу, у формат телевізійного наративу. Цей процес відображає професіоналізацію технічного виробництва, коли традиційне монтажне мислення поступається місцем візуальному конструюванню реальності на етапі постпродакшну.

У системі класифікації технологічних особливостей серіального виробництва такий підхід належить до цифрових технологій постпродакшну (Digital Post-Production Technologies), зокрема підрозділів VFX, CGI, Digital Compositing та Color Grading. Він формує основу нового етапу розвитку українського телевізійного виробництва, де реалістична достовірність

досягається засобами цифрової ілюзії, а технічна точність набуває статусу художнього інструменту.

Тож візуальні ефекти у сучасному серіальному виробництві перетворилися з допоміжного інструмента технічної корекції на повноцінний елемент художнього задуму. Вони забезпечують не лише реконструкцію історичного простору чи створення вигаданої реальності, а й задають нову динаміку сприйняття: кожен кадр вибудовується як синтез цифрової інженерії та естетичної інтенції автора. Такий підхід уможливорює формування серіалів кінематографічної якості, у яких технологічна точність стає основою емоційної достовірності й візуальної переконливості оповіді.

У результаті можна стверджувати, що сучасне українське серіальне виробництво 2020-х рр. перебуває у фазі технологічного синтезу: від цифрового постпродакшну («Перші дні») до інтегрованого віртуального продакшну («Перевізниця»), і від стандартного стереозвуку до тривимірного аудіодизайну Dolby Atmos. Такі технологічні трансформації свідчать про поступове впровадження в українське серіальне виробництво сучасних міжнародних стандартів та підвищення його конкурентоспроможності на глобальному аудіовізуальному ринку. Це не лише наближає українські телевізійні серіали до європейських і світових вимог, а й створює передумови для становлення конкурентоспроможної системи серіального виробництва, заснованої на сучасних професійних стандартах і здатної функціонувати в міжнародному аудіовізуальному середовищі.

Висновки до розділу 2

Встановлено, що сучасний європейський телеринок функціонує як цілісна цифрова екосистема, у якій конкурентоспроможність аудіовізуального продукту визначається не окремими характеристиками, а комплексною відповідністю правовим, виробничим, технологічним і культурним стандартам. З'ясовано, що регуляторна база Європейського Союзу, сформована насамперед Директивою

AVMSD та Актом про цифрові послуги (DSA), поєднує завдання підтримки європейського контенту із забезпеченням прозорості платформ, захисту прав людини та безпеки аудиторії в цифровому середовищі.

Визначено, що сучасний європейський стандарт серіалу має комплексний характер і охоплює чотири взаємопов'язані складові: правову відповідність, виробничі стандарти, технологічну сумісність і культурну релевантність контенту. Дотримання цих вимог забезпечує можливість міжнародної дистрибуції, участі у копродукційних проєктах та інтеграції до спільного європейського медіапростору. Встановлено, що гармонізація українського законодавства із законодавством ЄС, зокрема через ухвалення Закону України «Про медіа», створила нормативні передумови для повноцінної участі українських виробників у європейському аудіовізуальному ринку.

З'ясовано, що девелопмент у сучасному серіальному виробництві виконує функцію програмування проєкту, під час якого узгоджуються творчі, виробничі та дистрибуційні параметри майбутнього продукту. Встановлено, що для українських медіакомпаній характерним є перехід до гібридних моделей фінансування, які поєднують державну підтримку, приватні інвестиції та міжнародну копродукцію. Такий підхід забезпечує стійкість виробництва в умовах воєнного часу, диверсифікацію ризиків та розширення можливостей міжнародної співпраці.

Доведено, що важливим чинником конкурентоспроможності серіального продукту є високий рівень формалізації проєкту на етапі розроблення. Сценарна заявка, пітчінгова документація та інші індустріальні тексти виконують не лише презентаційну, а й аналітичну функцію, забезпечуючи зрозумілість проєкту для міжнародних партнерів та інвесторів. Водночас обов'язковим елементом сучасного серіального виробництва є сегментація аудиторії, що дає змогу адаптувати контент до потреб конкретних глядацьких груп і підвищувати його ринковий потенціал. У контексті виходу на європейський телеринок необхідна універсалізація історії, що передбачає мовлення, позбавлене надмірно

національно специфічної лексики та гумору, що забезпечує міжкультурну зрозумілість.

На основі аналізу технологічних особливостей українського серіального виробництва встановлено, що його розвиток відбувається в напрямі інтегрованої цифрової моделі, яка передбачає поєднання сучасних візуальних, звукових і віртуальних технологій у межах єдиного виробничого процесу. З'ясовано, що впровадження стандартів 2K і 4K, сучасних засобів постпродакшну, технологій віртуального продакшну, систем об'ємного звуку та цифрових форматів обміну даними забезпечує відповідність українського серіального продукту міжнародним технічним вимогам.

Отже, конкурентоспроможність сучасного серіалу на європейському ринку забезпечується системним поєднанням правових, виробничих, технологічних і культурних чинників. Встановлено, що технологічна модернізація, використання гібридних моделей фінансування, дотримання європейських індустріальних стандартів і збереження культурної автентичності є ключовими умовами інтеграції українського серіального виробництва до європейського аудіовізуального простору.

РОЗДІЛ 3

ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ СЕРІАЛІВ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО РИНКУ

3.1. Моделі інтеграції українських серіалів до європейського телеринку

У зв'язку з переорієнтацією українського серіального виробництва на європейський аудіовізуальний ринок постає необхідність чіткого розмежування моделей інтеграції серіального продукту в міжнародний медіапростір та механізмів, що забезпечують реалізацію цього процесу [40]. У сучасних медіадослідженнях ці рівні нерідко змішуються, що зумовлює методологічну невизначеність, зокрема ототожнення дистрибуції зі способом інтеграції контенту до міжнародного ринку. Відтак доцільно встановити, які підходи слід трактувати як моделі інтеграції, а які вважати інструментами їх реалізації.

У межах нашого дослідження під моделями інтеграції розуміємо способи входження серіального продукту до європейського аудіовізуального простору, що визначають характер його адаптації, модель виробництва та рівень залучення міжнародних партнерів. На підставі узагальнення напрацювань Дж. Морана [196], Дж. Чалабі [130], Т. Гейвенса [165], а також звітів міжнародних організацій нами виокремлено три базові моделі інтеграції українських серіалів до європейського телевізійного ринку: продаж готового серіалу, продаж формату серіалу та копродукцію (Додаток В).

Продаж готового серіалу передбачає передачу прав на показ уже створеного серіалу іноземному мовнику або платформі без зміни його змісту. У цьому випадку серіал функціонує як завершений продукт, що має бути зрозумілим для іншої аудиторії без культурної адаптації. Відповідно до теорії «культурної знижки» (cultural discount), вперше сформульованої канадськими дослідниками К. Хоскінсом та Р. Мірусом, телевізійний продукт, створений для конкретного внутрішнього ринку, втрачає свою цінність (вартість) при експорті, оскільки іноземна аудиторія відчуває труднощі з ідентифікацією себе з чужими

культурними кодами, мовою, гумором або побутовим контекстом [170]. Це явище змушує медіакомпанії або знижувати вартість контенту для закордонних мовників, або інвестувати в універсальні сюжети, що мають мінімальний культурний спротив.

Відповідно до адаптації цієї концепції Т. Хавенсом, який у праці «Global Television Marketplace» (2006) перевів її з площини економічних розрахунків у русло медіаринку, міжнародний обіг контенту залежить не лише від уподобань глядачів, а й від діяльності «культурних посередників», зокрема дистриб'юторів та програмних директорів: «ринок телевізійних програм реагує головним чином на інституційні потреби, а не на бажання глядачів чи навички творчих працівників телебачення... керівники міжнародного телебачення визначають глобальні телевізійні потоки в першу чергу, виходячи з власного розуміння економіки бізнесу та вподобань своєї основної аудиторії» [165].

Для мінімізації «культурної знижки» під час продажу телевізійного серіалу необхідною є наявність низьких культурних бар'єрів, тобто близькість народів за історичними та культурними цінностями [43].

Європейська практика засвідчує ефективність моделі продажу готового серіального продукту передусім у сегменті жанрово універсального контенту. Показовими з цього погляду є такі європейські серіали, що презентували популярний на той час у Європі жанр нуару:

- «Міст» (The Bridge / Bron/Broen, Данія – Швеція, 2011–2018);
- «Гоморра» (Gomorra / Gomorra, Італія, 2014–2021);
- «Вавилон-Берлін» (Babylon Berlin, Німеччина, 2017 – дотепер).

Тож продаж готового серіалу можливий за таких умов, як жанрова універсальність та обмежена культурна специфічність. Варто зазначити, що для українського виробництва ця модель залишається складною й водночас значущою, оскільки уможливлює безпосередню присутність на європейському ринку. Моделі інтеграції зарубіжних серіалів подані в Додатку Б.

Друга виділена нами модель інтеграції до європейського ринка – *продаж серіального формату*, що передбачає передачу структурної моделі серіалу для адаптації в іншій країні.

Продаж форматів телевізійних серіалів є однією з ключових форм інтеграції української аудіовізуальної продукції у міжнародний медіапростір. На відміну від реалізації готового аудіовізуального продукту, продаж формату передбачає трансфер ідеї, сценарію та драматургічної структури серіалу до зарубіжної компанії, яка адаптує його з урахуванням власних культурних, мовних та ринкових особливостей.

Ведучи мову в руслі теорії «культурної знижки», варто наголосити, що саме продаж формату є ефективним шляхом її подолання. Як наголошує А. Моран (2009), формат виступає ключовим механізмом міжнародного обміну, оскільки він є «генетичним кодом» програми, який дає можливість відтворити успішну структуру проєкту, наповнивши її локальним культурним змістом [196]. Це забезпечує необхідну гнучкість контенту, за якої глобальна ідея адаптується до специфічних очікувань національної аудиторії.

Розвиваючи цю думку в контексті сучасної медіаіндустрії, Ж. Шалабі у праці «Television and Globalization» (2016) підкреслює, що телебачення трансформувалося в глобальний ланцюг створення вартості, де формати стали однією з ключових «валют» [130]. Якщо А. Моран розглядав формат як засіб подолання культурних бар'єрів [196], то Ж. Шалабі вказує на формування інфраструктури транснаціональних компаній, для яких формат є потенційним активом, що дає можливість стандартизувати виробництво на світовому рівні, зберігаючи водночас ефект локальної автентичності.

Крім того, Ж. Шалабі стверджує, що сучасне телебачення перейшло від торгівлі готовими аудіовізуальними продуктами до торгівлі форматами [130]. Це є показовим прикладом подолання «культурної знижки»: замість того, щоб пропонувати глядачеві чужий аудіовізуальний продукт, йому пропонують перевірену модель, що наповнюється локальним змістом.

Серед європейських прикладів продажу формату показовими є такі серіали, як:

- «Офіс» («The Office») – британський оригінал Р. Джервейса, що став базою для найвідомішої американської адаптації та ще понад 10 локальних версій по всьому світу;

- «На терапії» («BeTirul») – ізраїльський серіал, який довів, що формат психологічної драми з мінімальною кількістю локацій має надзвичайно низьку «культурну знижку» і легко адаптується під менталітет будь-якої країни. Цей формат є надзвичайно популярним у світі (свої версії мають США, Аргентина, Бразилія, Італія, Франція, Польща та інші) – загалом понад 20 країн;

- «Сором» («Skam») – норвезький формат здійснив революцію в дистрибуції, отримавши успішні адаптації у Франції, Німеччині, Італії, Іспанії та США завдяки унікальній мультимедійній моделі [169].

Тож модель серіального формату дає можливість адаптувати зміст до локального контексту, масштабувати ідею та мінімізувати ризики культурної нерелевантності. Варто зазначити, що для України саме ця модель виявилася більш ефективною на початковому етапі інтеграції до європейського телеринку.

Як оцінив директор FILM.UA Distribution Є. Драчов, найбільш показовим прикладом реалізації українського серіального формату до 2014 року став український телевізійний серіал «Нюхач». Він був не лише комерційно успішним на внутрішньому ринку, але й став першим українським серіалом, що отримав глобальне розміщення на платформі Netflix і став доступним для перегляду світовою аудиторією [94]. У цьому контексті «Нюхач» випередив низку інших відомих телесеріалів, зокрема український серіал «Слуга народу» та російський серіал «Мажори», які з'явилися на цій платформі пізніше [105; 108].

Особливої уваги заслуговує факт продажу формату «Нюхача» до Японії, де було створено локальну адаптацію. З цього приводу показовою є оцінка генерального продюсера студії FILM.UA В. Мирського (2016), який підкреслив значущість адаптації «Нюхача» для японського ринку: «...для нас велика честь, що компанія NHK повірила в драматичні і творчі переваги “Нюхача”, створивши

з нього першу адаптацію телесеріалу для японської аудиторії» [106]. Це свідчить не лише про міжнародне визнання проєкту, а й про його здатність відповідати високим стандартам глобального телевізійного виробництва та успішно інтегруватися в інший культурний контекст.

Економічні показники цього аудіовізуального продукту також демонструють його успішність: загальна світова аудиторія серіалу перевищила 100 млн глядачів, а прибутки студії-виробника Film.ua сягнули понад \$2 млн. Окрім цього, було продано кілька опціонів на адаптацію формату «Нюхача» до Чехії, Франції та США, однак їхня реалізація не відбулася через відсутність зацікавлених продакшн-компаній [106]. Тож приклад українського телесеріалу «Нюхач» засвідчує, що продаж формату є важливим напрямом розвитку української медіаіндустрії, який дає можливість не лише отримувати економічні дивіденди, а й утверджувати присутність українського контенту в глобальному медіапросторі.

Отже, продаж формату забезпечує ефективний механізм подолання «культурної знижки» через адаптацію глобальної ідеї до локального контексту, однак він не передбачає повноцінної участі національного виробника в міжнародному виробничому процесі. У зв'язку з цим наступним етапом еволюції моделей інтеграції українських телесеріалів до європейського ринку постає копродукція, що дає можливість не лише адаптувати контент до вимог іноземної аудиторії, а й інтегруватися у спільний виробничий, фінансовий та дистрибуційний простір. Саме ця модель уможливлює перехід від експортно орієнтованих форм присутності до глибшої інституційної інтеграції в європейський аудіовізуальний ринок.

Третьою, найбільш складною та інституційно інтегрованою моделлю інтеграції українських телесеріалів до європейського ринку є *копродукція*, що передбачає спільне виробництво аудіовізуального продукту за участю партнерів з різних країн [93; 72; 53]. На відміну від продажу формату, який забезпечує адаптацію ідеї до локального контексту, копродукція уможливлює безпосередню участь українських виробників у міжнародному виробничому процесі – від

розробки концепції до фінансування, продакшену та дистрибуції. Це дає можливість стверджувати, що саме копродукційна модель найбільшою мірою відповідає логіці функціонування європейського аудіовізуального ринку, де спільне виробництво виступає ключовим механізмом створення конкурентоспроможного контенту, орієнтованого на транснаціональну аудиторію.

Ефективність цієї моделі з погляду європейських дослідників зумовлена низкою переваг, які виокремлює Д. Дойл [140]. По-перше, між співвиробниками розподіляються фінансові ризики, адже об'єднання ресурсів кількох партнерів дає можливість створювати високобюджетний контент (high-budget content), який жодна окрема компанія не змогла б профінансувати самостійно, що є особливо актуальним для європейського ринку з його відносно невеликими національними сегментами. По-друге, копродукція забезпечує доступ до міжнародної дистрибуції, оскільки продукт автоматично набуває «домашнього» статусу на ринках усіх країн-учасниць, що уможливлює подолання культурних і регуляторних бар'єрів, а також отримання більш вигідних умов просування. По-третє, важливим є так званий «ефект масштабування», бо залучення іноземних партнерів відкриває доступ до податкових пільг, грантів і локальних фондів підтримки аудіовізуального виробництва, що суттєво знижує витрати кожного з учасників проєкту [140].

Міжнародна копродукція в Європі має досить тривалу історію. Як зазначає А. Єккель, після Другої світової війни саме двосторонні угоди між європейськими країнами поступово сформували основу сучасної системи міжнародного кіновиробництва, яка сьогодні поширюється і на серіальний сектор [172].

Як підкреслює у вступній частині «Європейська політика та практика копродукції у сфері кіно та телебачення: політика та практика» (2018) група французько-данських дослідників у складі Дж. Хаммет-Джамарт, П. Мітріч та Е. Редвалл, «копродукція стала невід'ємною частиною європейського кінематографічного ландшафту. Незважаючи на складність процесу та

адміністративні тягарі, дедалі більше продюсерів обирають співвиробництво, оскільки воно дає фінансові й творчі переваги» [162, с. 23].

Серед показових міжнародних прикладів успішної копродукції за участі європейських мовників варто назвати:

1) «Молодий Папа» («The Young Pope», 2016) – масштабний копродукційний проєкт Італії (Wildside), Франції (Haut et Court TV, Canal+), Іспанії (Mediapro), США (HBO) та Великої Британії (Sky), що поєднав ресурси провідних європейських та американських медіагруп для створення контенту преміум-класу [202];

2) «Чорнобиль» («Chernobyl», 2019) – результат партнерства американської мережі HBO та британського мовника Sky UK (за участі компаній Sister Pictures, The Mighty Mint та Word Games), що став взірцем трансатлантичної співпраці у виробництві історичної драми [159];

3) «Рій» («The Swarm», 2023) відомий як один із наймасштабніших європейських копродукційних проєктів, створений зусиллями суспільних мовників Німеччини (ZDF), Франції (France Télévisions), Італії (RAI), Австрії (ORF), Швейцарії (SRF), а також за участі скандинавської платформи Viaplay Group та японської Hulu Japan, що дозволило залучити бюджет у 40 млн євро для екранізації науково-фантастичного бестселера Ф. Шетцінга [156].

Переходячи до дослідження теоретичних основ копродукції як форма міжнародного співробітництва у сфері виробництва телесеріальної продукції, виділяємо її багаторівневу організацію, яку в межах цього дослідження пропонуємо розглядати крізь призму двох взаємопов'язаних шарів – внутрішнього та зовнішнього. Така аналітична модель є авторською і дає можливість системно структурувати копродукційний процес, розмежовуючи власне виробничі компоненти та інституційно-контекстуальні умови його реалізації. Це уможливорює більш точне визначення механізмів інтеграції українських телесеріалів у європейський аудіовізуальний простір.

Внутрішній шар, що становить ядро копродукції, охоплює виробничі рівні, безпосередньо пов'язані з процесом створення телесеріалу, зокрема:

- творчий рівень (спільна розробка сценарію, формування міжнародної команди, інтеграція культурних кодів);
- фінансовий рівень (формування та розподіл бюджету, залучення інвестицій, планування окупності);
- організаційно-виробничий рівень (координація знімального процесу, логістика, використання технічних ресурсів, постпродакшн);
- дистрибуційний рівень (визначення моделі виходу на ринок, розподіл прав, взаємодія із сейлз-агентами та мовниками).

Саме узгоджена взаємодія цих рівнів забезпечує відповідність серіального продукту сучасним вимогам *high-end fiction*, що передбачають високу виробничу якість, складність наративної структури та орієнтацію на транснаціональну аудиторію (Doyle, 2013; European Audiovisual Observatory, 2024).

Зовнішній шар об'єднує рівні, що формують інституційні, правові та культурно-політичні умови копродукції:

- правовий рівень (міждержавні угоди, зокрема European Convention on Cinematographic Co-production, механізми визнання проєкту «національним» у кількох країнах);
- фінансово-політичний рівень (система наднаціональних і національних фондів, зокрема Eurimages, кеш-рібейти, податкові пільги, економічна стабільність партнерів);
- культурно-ціннісний рівень (копродукція як інструмент культурної взаємодії, мультикультурна репрезентація, інтеграція локальних історій у спільний європейський аудіовізуальний простір).

Отже, запропонована модель копродукції з виокремленням внутрішнього і зовнішнього шарів з теоретичного погляду дає можливість проілюструвати взаємозв'язки між рівнями та їхнім змістовим наповненням, а з практичного – окреслити необхідні складники копродукції на всіх етапах виробничого процесу: від девелопменту до постпродакшну.

Поряд з моделями інтеграції українських серіалів до європейського телеринку нами виділено інструменти, які забезпечують їх реалізацію, не

змінюючи самої логіки входження, але уможливлуючи її практичне втілення. Такий підхід дає можливість чітко розмежувати рівень вибору моделі інтеграції та рівень її індустріалізації.

До таких основних інструментів, що забезпечують реалізацію зазначених моделей інтеграції, доцільно зарахувати: дистрибуцію, діяльність сейлз-агентів, міжнародні ринки та фестивалі, а також стримінгові платформи.

Дистрибуцію варто схарактеризувати як системоутворювальний механізм функціонування аудіовізуального ринку, що охоплює продаж прав, ліцензування та управління циркуляцією контенту. Як зазначає Дж. Дойл, у сучасній медіаіндустрії економічна цінність продукту дедалі більше залежить від способів його поширення та монетизації [140]. Одне з основних завдань дистрибуції – формування інфраструктури руху серіалу в межах міжнародного ринку.

Сейлз-агентів доцільно визначити як ключових посередників, які структурують глобальний телевізійний ринок. За спостереженням Т. Хавенса, міжнародна циркуляція контенту, про яку йшлося в дистрибуції, відбувається саме через мережу таких інституційних акторів [165].

Основні завдання сейлз-агентів полягають у тому, що вони мають здійснювати міжнародне позиціонування серіалу, організовують продаж прав і форматів аудіовізуальної продукції, беруть участь у формуванні пакету проєкту ще на етапі девелопменту. Тож залучення сейлз-агента на ранніх етапах виробництва уможливлює узгодження творчих і ринкових параметрів продукту.

Одним з визначальних інструментів інтеграції українських телесеріалів до європейського ринку є їхня присутність на *міжнародних ринках і фестивалях*, які виконують функцію головних майданчиків для представлення та продажу аудіовізуального продукту. Саме ці заходи забезпечують не лише можливість прямого контакту з потенційними дистриб'юторами, продюсерами й телеканалами, а й формують професійне середовище для обміну досвідом, налагодження партнерств і отримання експертних відгуків щодо проєкту.

На сучасному етапі розвитку телеіндустрії ключовими подіями, орієнтованими на серіальний контент, варто назвати такі:

1) *Marché International des Programmes de Télévision* (MIPTV, 1963 – 2024 pp.) – один із найстаріших та найвпливовіших ринків телевізійного контенту у світі (Канни, Франція), що понад 60 р. слугував головним майданчиком для купівлі-продажу форматів, дистрибуції готових програм та встановлення партнерств між мовниками й продакшн-студіями.

У 2025 році традиційний весняний MIPTV на Лазурному узбережжі Франції трансформовано у Міжнародний ринок контенту в Лондоні (MIP London, 2025), щоб зробити його більш зручним для бізнесу. Саме в цей час у Лондоні відбувається інший масштабний захід – ключова подія у сфері телевізійної дистрибуції *The London TV Screenings*, яка набула значних масштабів у 2025 р. – 35 дистриб'юторів і 850 покупців з усього світу [218];

2) *Series Mania* (Лілль, Франція, 2010) – провідний європейський фестиваль та індустріальний форум, повністю присвячений серіалам, що став ключовим місцем для світових прем'єр преміум-драм та проведення пітчінгів, де незалежні продюсери знаходять фінансування та партнерів для міжнародної копродукції;

3) *Berlinale Series Market* (2015) – спеціалізована секція Європейського кіноринку (EFM) у межах Берлінського міжнародного кінофестивалю (Німеччина), що фокусується на особливостях виробництва, тенденціях стримінгових платформ та продажу високохудожніх серіалів, які мають потенціал для виходу на глобальні ринки [87].

Саме в межах цих глобальних ринків та фестивалю відбувається підписання більшості контрактів з продажу форматів та готових серіалів, а також пошук партнерів для копродукції. Варто підкреслити, що пітчінги майбутніх проєктів не лише сприяють укладенню партнерських угод, а й виконують функцію «ринкової експертизи» сценарної концепції: від отриманих коментарів та реакцій залежить подальше коригування сюжету, драматургічної структури та навіть остаточний вибір цільової аудиторії.

Як свідчить досвід європейських та американських компаній, без участі у цих заходах серіал практично позбавлений шансів потрапити у поле зору міжнародних партнерів, оскільки процес купівлі-продажу контенту у глобальній

індустрії організований переважно через подібні інституціоналізовані платформи. Для України це означає необхідність системної присутності на зазначених майданчиках: лише таким чином можна не лише реалізувати власні серіали на комерційній основі, але й утвердити їх як повноцінний елемент європейського медіапростору.

Копродукція. У сучасному європейському медіапросторі копродукція розглядається як одна з ключових моделей виробництва та міжнародної циркуляції аудіовізуального контенту. Її значення підтверджується не лише зростанням кількості спільних проєктів, а й формуванням стабільних правових механізмів їх реалізації. Так, у липні 2022 р. було проведено спеціалізоване дослідження з метою «підготувати правову основу, необхідну для офіційного, тобто юридично визнаного державами-членами Ради Європи, спільного виробництва серіалів, призначених переважно для трансляції по телебаченню або для доступності на потокових сервісах» [135, с. 6]. Розвиток правового регулювання копродукцій у Європі створює сприятливі умови для інтеграції національних телеринків, зокрема й українського, до міжнародного аудіовізуального простору.

За свідченням експертів і практиків галузі, копродукція є найбільш перспективною, оскільки дає можливість компенсувати дефіцит фінансування, підвищити якість виробництва та забезпечити інтеграцію в міжнародний медіапростір. Ефективність цього підходу підтверджують серіали, створені відповідно до стандартів *high-end fiction*, – «Перші дні» (*Those Who Stayed*, 2023) та «Перевізниця» (*In Her Car*, 2024).

Варто підкреслити, що історія, орієнтована на міжнародний ринок, має бути привабливою для іноземних партнерів, відповідати актуальним жанровим тенденціям і враховувати очікування глобальної аудиторії [190]. Отже, поєднання художньої конкурентоспроможності та продюсерської далекоглядності створює передумови для залучення копродуцентів на ранньому етапі виробництва.

Сучасна практика міжнародної співпраці дає підстави виокремити два основні напрями розвитку копродукції за участю українських продакшенів.

По-перше, йдеться про залучення грантового фінансування на ранніх етапах виробництва, зокрема під час сценарної розробки та підготовки проєкту. Після 2022 року для України були запроваджені додаткові механізми підтримки в межах європейських програм солідарності та культурного співробітництва, що створило нові можливості для часткової компенсації витрат на етапі девелопменту [211].

По-друге, спостерігається поступова інтеграція українських виробників до міжнародних копродукційних угод, насамперед у співпраці з компаніями Польщі, Литви, Чехії та інших європейських країн. Такий формат співробітництва дає змогу залучати фінансування національних фондів країн-партнерів, розширювати виробничі ресурси та підвищувати якість майбутнього аудіовізуального продукту [12].

Водночас наявні приклади міжнародної копродукції за участю українських продакшенів поки що не набули системного характеру. Значна частина домовленостей перебуває на стадії розробки або підготовки проєктів, що свідчить про початковий етап формування сталих механізмів співпраці між українськими та європейськими виробниками.

Показовою з цього погляду є прем'єра українського телесеріалу англійською мовою «Those Who Stayed» (Перші дні), яка відбулася 26 лютого 2024 року на телеканалі France 2 [63]. Хоча показ було призначено не у прайм-тайм, а о 22:50, сам факт включення українського серіалу до програмної сітки одного з провідних французьких суспільних мовників засвідчив готовність європейських телеканалів інтегрувати український аудіовізуальний продукт до власного ефіру. Особливого значення цьому проєкту надає надзвичайно короткий цикл його створення: серіал був розроблений, знятий і завершений упродовж кількох місяців після початку повномасштабного вторгнення, що стало можливим завдяки міжнародній копродукції, оперативній координації партнерів та застосуванню сучасних моделей серіального виробництва [23].

Подальша поява «Those Who Stayed» у міжнародному каталозі Netflix істотно розширила його аудиторію, забезпечивши доступ до українського контенту глядачам десятків країн світу [81]. Таким чином, цей проєкт став одним із перших прикладів того, як український серіальний продукт, створений в умовах війни, зміг у найкоротші строки пройти шлях від виробництва до міжнародної телевізійної прем'єри та глобальної платформної дистрибуції. Цей приклад переконливо підтверджує, що міжнародна копродукція, співпраця із суспільними мовниками та стримінговими платформами відкривають реальні можливості для інтеграції українських телесеріалів до європейського й світового аудіовізуального простору.

Отже, пошук міжнародних партнерів на ранніх етапах набуває значення не лише виробничої доцільності, а й репутаційної необхідності: залучення іноземних копродюсерів, сейлз-агентів чи дистриб'юторів створює «ефект гарантії», підвищує довіру інвесторів і відкриває доступ до нових джерел фінансування.

Крім того, варто звертати увагу на іноземні грантові програми для підтримки розробки серіалів. Так, французька «Резиденція франкомовної літератури» надає сценаристам фінансування саме на стадії девелопменту: учасники беруть участь у спеціалізованих воркшопах, працюють із текстами під керівництвом експертів, а витрати на подорож і проживання покриваються організаторами. Такі можливості останніми роками стають доступними й для українських митців.

Залучення іноземних партнерів на фазі девелопменту є ключовим чинником у формуванні фінансової, креативної та репутаційної основи серіального проєкту. Їхня присутність створює необхідні передумови для інтеграції українського контенту до європейського медіапростору. Участь копродюсерів, сейлз-агентів і дистриб'юторів дає змогу:

1) розширити доступ до міжнародних ресурсів і фінансування українських телесеріалів завдяки копродукційним домовленостям;

2) забезпечити ранню видимість на глобальному ринку завдяки діяльності сейлз-агентів, які позиціонуватимуть український аудіовізуальний продукт серед телеканалів і платформ;

3) підвищити конкурентоспроможність і збільшити шанси на успішний продаж українських телесеріалів у Європі.

Одним із найпомітніших прикладів такої діяльності є Film.UA Group, що вже понад десятиліття послідовно розбудовує власну дистриб'юторську мережу. Її підрозділ Film.UA Distribution управляє правами на продаж аудіовізуального контенту, створеного в Україні та за її межами, й активно працює на ключових міжнародних ринках: MIPTV, MIPCOM, Marché du Film у Каннах, European Film Market у Берліні, FILMART у Гонконгу та American Film Market у Санта-Моніці. Ключовим партнером у Європі для компанії є британська WTW Films, яка представляє інтереси Film.UA Group на міжнародному рівні [139]. Такий формат співпраці демонструє ефективність моделі, коли українські продюсери ще на етапі девелопменту долучають професійних сейлз-агентів для подальшої реалізації серіального продукту.

Інший приклад – створення у жовтні 2023 року української компанії Green Light Films, що спеціалізується на дистрибуції всіх видів медіаправ і копродукційних проєктах [111]. Її діяльність підтримана найбільшою українською мережею кінотеатрів Multiplex. Вже на старті роботи компанія орієнтується на пошук сейлз-агентів на міжнародних кіноринках, що дозволяє інтегрувати український контент у глобальний обіг. Цей кейс демонструє національний тренд: формування дистриб'юторських і копродукційних моделей починається не після виробництва, а ще на стадії девелопменту, відкриваючи нові можливості для фінансування й просування.

Важливою складовою підтримки українських проєктів на ранньому етапі є також European Solidarity Fund for Ukrainian Films (ESFUF), запущений у лютому 2023 року. Цей фонд, створений за ініціативи європейських кіноінституцій, спрямований на підтримку кінематографістів, чиї проєкти постраждали через воєнні обставини. Участь у таких програмах дозволяє українським виробникам

компенсувати частину витрат на сценарну розробку, пітчінг і створення презентаційних матеріалів ще до залучення дистриб'юторів чи сейлз-агентів.

Повномасштабне вторгнення РФ суттєво змінило умови функціонування української аудіовізуальної індустрії та поставило під загрозу реалізацію більшості виробничих проєктів. Втрата традиційних ринків збуту, різке скорочення обсягів державного фінансування, дефіцит технічного забезпечення, вимушена релокація виробничих потужностей і відтік висококваліфікованих фахівців зумовили необхідність пошуку нових моделей фінансування та міжнародної співпраці [47]. Показовим є приклад найбільшої української продакшн-компанії FILM.UA, яка внаслідок російської агресії втратила своє основне джерело доходів і була змушена кардинально переорієнтовувати виробничу та дистрибуційну стратегію на європейський і світовий ринки [49]. За таких умов міжнародні грантові програми, копродукційні механізми та європейські фонди підтримки стали не лише додатковими інструментами фінансування, а фактично необхідною умовою продовження виробництва українських фільмів і телесеріалів.

Отже, приклади Film.UA Distribution, Green Light Films та ESMF засвідчують, що використання інструментів сейлз-агентства, дистрибуції та грантової підтримки є необхідними складниками для підвищення шансів українських проєктів на успіх у Європі. Системна робота з іноземними партнерами вже на ранніх стадіях дозволяє не лише отримати додаткові фінансові ресурси, а й забезпечити відповідність продукту міжнародним стандартам якості та комерційної релевантності.

Вихід українських телесеріалів на міжнародні стримінгові платформи є одним із інструментів реалізації моделей інтеграції української аудіовізуальної продукції до європейського тедепростору, зокрема продажу готового продукту, формату чи копродукції з платформою. На особливу увагу з цього погляду заслуговує глобальний сервіс Netflix. Сам факт потрапляння українських фільмів і серіалів до каталогів таких платформ свідчить про їхню релевантність у світовому медіаконтексті та забезпечує водночас промоцію на локальному

(українському) й міжнародному (європейському та глобальному) рівнях. Важливо, що контентна політика таких платформ будується на принципі диференціації: формування окремих пакетів контенту для української аудиторії та для закордонного глядача. Відповідно, саме на цьому рівні відбувається розподіл проєктів за критеріями локальної та міжнародної привабливості.

Показовим стало рішення Netflix восени 2022 року вперше закупити масштабний пакет української кінопродукції для українських глядачів. Як підкреслював тодішній міністр культури та інформаційної політики О. Ткаченко, саме від здатності продюсерів запропонувати історії, цікаві світовій аудиторії, залежатиме перспектива українського кіно й серіального виробництва [92]. Серед переваг такої співпраці він називав: суттєве розширення аудиторії, яка дізнається про українські фільми та серіали та формування передумов для колаборацій із Netflix у майбутньому, зокрема у форматі спільних проєктів [46].

Відповідно до оприлюднених даних найбільш плідним для української кінопродукції на Netflix став 2024 рік [59]. Упродовж 2022–2024 рр. серед телесеріалів, що перебували найдовше в українському топі Netflix, були: «Слуга народу» (8 тижнів), «Перші дні» (7 тижнів), «Спіймати Кайдаша» (6 тижнів), «Козаки. Абсолютно брехлива історія» (3 тижні), «І будуть люди» (2 тижні), «Я – надія» (1 тиждень), «Жіночий лікар. Нове життя» (1 тиждень) [59]. Хоча ці показники відображають переважно інтерес локальної української аудиторії, важливо, що вони демонструють наявність сталої глядацької бази, що, у свою чергу, є вагомим аргументом для міжнародних партнерів.

Проте визначальним критерієм інтеграції до європейського телеринку є саме визнання українських телесеріалів, зокрема і на платформі «Netflix», іноземними глядачами. З цього погляду показовим є успіх «Слуги народу», який після початку повномасштабного вторгнення повернувся до каталогу «Netflix» і потрапив у топи переглядів не лише в Україні, але й у низці європейських країн, зокрема Болгарії, Естонії, Латвії та Литві. Загалом цей серіал був доступний для міжнародної аудиторії понад тридцять країн, серед яких і США [231].

Ще одним яскравим прикладом виходу українського серіального продукту на міжнародний ринок став телесеріал, створений відповідно до стандартів high-end fiction, – «Перші дні» (Those Who Stayed), який у 2023 році дебютував на платформі «Netflix» у 19 європейських країнах. Такий формат міжнародної цифрової прем'єри засвідчив не лише здатність українських серіалів відповідати сучасним європейським виробничим стандартам, а й їхній потенціал як інструменту культурної дипломатії. Як зазначає О. Філатова, культурна дипломатія є важливим механізмом формування позитивного міжнародного іміджу держави, заснованим на поширенні її культурних цінностей і зміцненні міжнародного діалогу [152]. У цьому контексті українські телесеріали дедалі активніше виконують репрезентаційну функцію, сприяючи закріпленню України в міжнародному медіапросторі.

Вплив телевізійних серіалів виходить далеко за межі розважальної функції, оскільки вони беруть участь у формуванні суспільних установок, колективних уявлень і громадської думки, що посилює їхню роль як інструменту культурної комунікації [95]. Важливим чинником стало й те, що «Netflix» одним із перших серед глобальних стримінгових сервісів розпочав системну роботу з українським ринком, створивши локальні сторінки в соціальних мережах та запровадивши дубляж українською мовою, що сприяло розширенню доступності українського аудіовізуального контенту для національної аудиторії.

Це свідчить про віру в потенціал України як ринку платного відеоконтенту. Крім того, після початку повномасштабного вторгнення «Netflix» запустив спільну програму з Українською кіноакадемією, у межах якої 48 українських проєктів отримали грантову підтримку у розмірі 15 000 доларів США кожен для розробки сценарію силами команди, що складалася зі сценариста та продюсера. Додатковою перевагою стало забезпечення перекладу готових сценаріїв англійською мовою, що було реалізовано за сприяння Української кіноакадемії [19]. Це підтверджує, що діяльність компанії виходить за межі суто комерційного інтересу й спрямована на підтримку української індустрії в умовах війни.

Особливої уваги заслуговує порівняння з іншими світовими платформами. Якщо Netflix активно розвиває український сегмент, локалізує контент і відкриває можливості для представлення українських фільмів та серіалів міжнародній аудиторії, то такі сервіси, як Disney+ чи HBO Max, поки що не працюють на українському ринку. Саме тому Netflix нині залишається найважливішою платформою для міжнародної дистрибуції українського аудіовізуального контенту.

Водночас українські продюсерські компанії активно працюють над розширенням каналів його міжнародного просування. Так, FILM.UA Distribution, яка здійснює продаж українського контенту більш ніж на 100 територіях світу та сформувала міжнародний каталог із 30 оригінальних проєктів українських виробників, розглядає його як інструмент популяризації української кіноіндустрії за кордоном. Характеризуючи значення цього каталогу, директор FILM.UA Distribution Є. Драчов зазначає: «Таке розмаїття контенту дозволить нам не лише створити цікаві комерційні пропозиції для міжнародних дистриб'юторів, а й гідно представити українську кіноіндустрію та Україну як таку на міжнародних ринках... У нашому арсеналі – купа локальних історій, що дозволяє продукувати цей контент, використовуючи сучасні, цікаві світовій спільноті, наративи» [153].

Водночас сам Є. Драчов неодноразово наголошував, що одним із перспективних напрямів розвитку української аудіовізуальної індустрії є поява українського контенту в каталогах Disney+, що означало б його інтеграцію до ще ширшої системи глобальної цифрової дистрибуції.

Окремим напрямом європейської інтеграції є присутність українських серіалів на регіональних стримінгових платформах, які мають обмежене охоплення, але високу цінність у контексті культурної легітимації. Так, серіал «Перевізниця» («In Her Car») уже представлений у бібліотеках France TV (Франція), ZDFneo (Німеччина), DR (Данія), а також на швейцарських сервісах Play Suisse та Play RTS [20]. Це засвідчує, що український продукт здатний інтегруватися не лише у глобальні, а й у локальні європейські медіасистеми.

Популярні нині стримінгові платформи доцільно схарактеризувати як канали доступу до аудиторії, що функціонують у межах цифрової «портальної» моделі медіаспоживання. У межах цього дослідження вони не розглядаються як окрема модель інтеграції до європейського телеринку, а постають інструментом реалізації таких моделей, як продаж готового продукту, продаж формату та копродукція, забезпечуючи транснаціональну доступність контенту й уніфікацію стандартів якості.

Отже, стримінгові сервіси виступають ефективним інструментом просування українських телесеріалів на європейський телеринок: глобальні платформи, зокрема Netflix, забезпечують широке міжнародне охоплення та підвищують упізнаваність українських історій, тоді як регіональні європейські сервіси сприяють їхній інтеграції до локальних культурних контекстів.

3.2. Відповідність українських телесеріалів сучасним стандартам європейського телеринку

Визначення відповідності українських телесеріалів сучасним стандартам європейського телеринку здійснюється на основі комплексного міждисциплінарного аналізу. З цією метою застосовано культурологічний, соціокультурний та виробничий підходи, що дають можливість всебічно оцінити художні, суспільні та індустриальні параметри серіального виробництва.

Для аналізу обрані телесеріали «Нюхач», «Слуга народу», «Кріпосна», «Схованки», «Перші дні» та «Перевізниця», кожен з яких репрезентує певний етап розвитку української серіальної індустрії та демонструє специфічні моделі міжнародної дистрибуції, культурної адаптивності й виробничої еволюції. Показово, що аналіз доцільно розпочати саме з телесеріалу «Нюхач», який одним із перших українських проєктів продемонстрував можливість системної міжнародної дистрибуції серіального контенту і тим самим окреслив перспективи виходу національного продакшену на глобальний телевізійний ринок.

У межах культурологічного підходу доцільно застосовувати комплекс критеріїв – хронотоп, принцип «нової епічності», партисипативну логіку, що дає можливість не лише схарактеризувати внутрішню організацію серіального тексту.

«Схованки» – це серіал, у якому зникнення дитини запускає не лише детективне розслідування, а й поступове оголення травмованого соціального середовища. Уже на рівні фабули серіал виходить за межі моделі *case-of-the-week*: зникнення дівчинки не є ізольованим кримінальним випадком, а стає центром тяжіння для багатьох ліній – родинних, інституційних, психологічних, міських. Саме тому цей серіал особливо зручний для аналізу як *high-end fiction*, а не просто як телевізійний детектив. Його європейська дистрибуційна траєкторія також підтверджує, що він мислився як продукт, зрозумілий поза суто локальним ринком.

Хронотоп у «Схованках» варто розуміти не як нейтральне тло, а як активний механізм продукування тривоги. Міський простір тут не відкритий і не раціонально впорядкований; навпаки, він фрагментований, холодний, відчужений і психологічно тиснучий. Важливо, що персонажі не просто діють у просторі міста – вони ним визначаються. Урбаністичне середовище з його порожнечами, коридорами, переходами, закритими інтер'єрами та напівтемними локаціями ніби віддзеркалює внутрішні стани героїв: підозру, страх, взаємну недовіру, емоційну ізоляцію. Тому простір у серіалі фактично виконує функцію прихованого антагоніста: він не допомагає встановити істину, а розсіює її, ускладнює доступ до неї.

Принцип “нової епічності” виявляється тут у тому, що один конкретний злочин поступово перестає бути лише сюжетом про злочин. Він перетворюється на спосіб схарактеризувати суспільство, у якому порушені зв'язки між людьми, ослаблена довіра до інституцій, а приватна травма не ізольована від колективної. У цьому сенсі серіал працює не як лінійний детектив, де потрібно лише знайти винного, а як ширша модель соціальної кризи. Тобто індивідуальна історія не

зникає, але набуває узагальнювального масштабу: криза однієї родини стає симптомом кризи середовища.

Партисипативна логіка у «Схованках» виражена дуже чітко. Серіал не пропонує глядачеві комфортного, повністю поясненого світу. Навпаки, він будує оповідь через неповноту знання, дозованість інформації, зміщення перспектив і смислові лакуни. Глядач постійно змушений не просто стежити за подіями, а співвідносити уривки інформації, перевіряти мотиви персонажів, переглядати попередні оцінки. Саме ця інтерпретаційна робота і є ознакою партисипативної логіки: серіал не «видає» значення, а змушує їх добудовувати. Тому «Схованки» доцільно трактувати як один із найпереконливіших українських прикладів серіалу, де всі три параметри функціонують у взаємозв'язку.

«Перші дні» – шестисерійна антологія про життя звичайних українців, які залишилися в Україні після початку повномасштабного вторгнення. Netflix описує серіал саме як антологію, засновану на реальних подіях, а в публікаціях про проєкт окреслено кілька сюжетних вузлів: працівник київського зоопарку, жінка з дітьми, що опиняється в домі з нинішнім і колишнім чоловіками, бездомний батько із сином, німець Клаус, який приїздить до Києва й долучається до волонтерів. Ця мозаїчна композиція дуже важлива для методології аналізу: вона відразу задає спосіб переходу від індивідуальних історій до узагальненого образу суспільства у стані граничного випробування.

Хронотоп у «Перших днях» визначається не просто війною як темою, а війною як новим режимом часу й простору. Простір перестає бути стабільним: дім уже не гарантує безпеки, місто стає зоною загрози, дорога – простором невизначеності, а такі звичні інституції, як школа, зоопарк, квартира, вулиця, набувають іншого екзистенційного змісту. Час також радикально ущільнюється: перші дні вторгнення в серіалі переживаються як момент історичного зламу, коли рішення ухвалюються на межі, а кожен епізод демонструє, як надзвичайна подія руйнує звичний ритм приватного життя. Тому хронотоп тут не декоративний, а структуротворчий: саме він пояснює інтенсивність морального вибору.

Принцип «нової епічності» реалізується в «Перших днях» особливо виразно. Антологічна форма дає можливість не прив'язувати епічність до одного героя, а розподілити її між кількома сюжетами. Історія кожного персонажа – не просто індивідуальна драма, а фрагмент великого суспільного досвіду. Працівник зоопарку, який не може виїхати; жінка, змушена жити в тісному сімейному конфлікті; вуличний артист із сином; іноземець, який раптом виявляється всередині української катастрофи, – усі вони разом формують не «набір випадків», а модель суспільства в момент історичного випробування. Саме це і є нова епічність: не героїзація в старому сенсі, а виведення приватного на рівень загального досвіду.

Партисипативна логіка в серіалі виражена не так через детективну недовомленість, як через фрагментарність і емоційну відкритість оповіді. Серіал не прагне вичерпно пояснити всі обставини життя героїв чи дати закінчену картину війни. Він пропонує ситуації, у яких глядач змушений сам добудовувати психологічні, етичні й соціальні смисли. Особливо показово це в сюжетах, де зовнішній конфлікт мінімальний, але максимальним є внутрішнє напруження: співжиття в одному просторі, відповідальність за інших, рішення залишитися чи їхати, межа між страхом і солідарністю. Тому «Перші дні» – це не лише серіал про війну, а й серіал, який залучає глядача до співтворення значення через співпереживання та інтерпретацію.

«Перевізниця» – драматичний серіал про перші тижні вторгнення, у центрі якого психологиня Лідія, що вирішує стати перевізницею для людей із небезпечних зон. За офіційними описами, кожна серія — це окрема поїздка, нові пасажери і нова драматична історія, у межах якої герої не просто долають фізичний шлях, а й змушені переосмислювати давні конфлікти, стосунки та власні життєві пріоритети. Ця конструкція дуже вдала для аналітики, бо поєднує епізодичність із цілісним концептом.

Хронотоп у «Перевізниці» – один із найсильніших. Тут простір дороги не є просто технічним засобом поєднати різні епізоди. Дорога стає моделлю перехідного стану: герої буквально перебувають між “до” і “після”, між

небезпекою і можливим порятунком, між попереднім життям і ще невідомим майбутнім. Автомобіль Лідії Є замкненим рухомим простором, у якому виникає тимчасова, але дуже інтенсивна людська взаємодія. Саме тому хронотоп дороги тут виконує смислотворчу функцію: він змушує персонажів говорити, згадувати, зізнаватися, конфліктувати, миритися. Простір руху організує саму можливість драми.

Принцип «нової епічності» виявляється в тому, що окремі поїздки складаються у ширший наратив про суспільство, яке переживає колапс звичного порядку, але водночас виробляє нові форми солідарності. Лідія — не героїня класичного епосу і не рятівниця в буквальному сенсі; однак через її маршрут серіал збирає різні соціальні типи, різні способи реагування на війну, різні форми втрати і витривалості. Отже, приватні історії в межах серіалу не розчиняються, але стають частиною узагальненої історії про суспільство в русі, у кризі, у переході. У цьому сенсі «Перевізниця» дуже близька до європейського формату *high-end fiction*, де епічність постає через мережу приватних історій, а не через один “великий” сюжет.

Партисипативна логіка тут виявляється інакше, ніж у «Схованках». Глядач залучений не стільки до інтелектуального розслідування, скільки до етичної та емоційної інтерпретації. Кожен пасажир входить у простір серіалу вже з певним минулим, яке не завжди викладене повністю. Тому глядачеві доводиться швидко реконструювати стосунки між героями, мотиви їхніх рішень, приховані образи чи провини. Лідія, своєю чергою, стає не лише перевізницею, а й внутрішнім «медіатором» цих історій. Саме така структура — рух, неповнота знання, моральна інтерпретація — і забезпечує партисипативність серіалу.

«Нюхач» — серіал про героя з надчутливим нюхом, для якого «кожен злочин має свій запах»; цей дар дає йому можливість розкривати найскладніші справи, але водночас ускладнює особисте життя. За офіційним описом FILM.UA, його унікальна здатність є водночас даром і прокляттям. Це дуже важливо: серіал уже на рівні концепції будується навколо “сильної ідеї героя”, а не навколо багаторівневої соціальної тканини.

Хронотоп у «Нюхачі» функціональний: він підпорядкований жанровій логіці розслідування. Місто, лабораторії, квартири, офіси, місця злочинів – це насамперед локації для руху сюжету. Вони не набувають тієї самостійної смислотворчої ваги, яку мають у «Схованках» або «Перших днях». Принцип “нової епічності” також виявляється слабо: окремі справи переважно залишаються окремими справами, а не перетворюються на модель суспільства. Партисипативна логіка реалізується частково – через інтерес до способу мислення героя і до розгадки справи, але серіал не вимагає від глядача тривалої інтерпретаційної роботи. Отже, це сильний жанровий продукт, але не найкращий приклад для глибокого аналізу за трьома названими параметрами.

«Слуга народу» – історія вчителя історії Василя Голобородька, який випадково стає президентом України. Уже сама сюжетна модель задає перехід від приватної людини до державного масштабу, тому тут принцип “нової епічності” справді можна виявити: індивідуальна історія героя переростає в узагальнену історію про взаємини громадянина, влади, корупції, суспільних очікувань.

Проте хронотоп у серіалі виконує передусім сатирично-впізнавану функцію. Політичний простір тут не є самостійним антагоністом чи складною просторовою системою; він радше сцена для соціальної сатири. Партисипативна логіка також не є домінантною: серіал активно апелює до впізнаваності, до політичного досвіду аудиторії, але не будує складної системи смислових лакун. Тому цей серіал доцільно аналізувати передусім як приклад політичної універсалізації локального матеріалу, а не як зразок повноцінного *high-end fiction* у наративно-естетичному сенсі.

«Кріпосна» – історична мелодрама про Катерину Вербицьку, кріпачку в Ніжині XIX ст., яка бореться за свободу. «Спіймати Кайдаша» – сучасна телевізійна інтерпретація «Кайдашевої сім’ї» Н. Ворожбит, сконцентрована на житті родини Кайдашів і внутрішньородинних конфліктах. Обидва серіали надзвичайно важливі для українського телепростору, але не є найвдалішими об’єктами саме для аналізу за трьома названими критеріями.

У «Кріпосній» хронотоп працює як історична стилізація і реконструкція епохи, але він не завжди стає автономним механізмом продукування смислу. Епічність тут обмежена мелодраматичним принципом, а партисипативність не є визначальною, бо наратив переважно лінійний. У «Спіймати Кайдаша» хронотоп, навпаки, дуже сильний як локальний соціальний простір, але принцип «нової епічності» реалізується слабо: родинний конфлікт не завжди перетворюється на складну багаторівневу модель суспільства в тому сенсі, який потрібен для *high-end fiction*. Партисипативна логіка тут теж обмежена: серіал працює радше через культурну впізнаваність, мовну точність і соціально-психологічну переконливість. Отже, обидва серіали краще аналізувати за іншими критеріями – локальна автентичність, мовна модель, історична реконструкція, соціальна впізнаваність.

Соціокультурний підхід у дослідженні телесеріалів дає можливість розглядати їх не лише як художні тексти, а як інструменти осмислення та моделювання соціальної реальності. У цьому вимірі серіал постає як форма репрезентації суспільних процесів, що одночасно відображає, інтерпретує й структурує досвід спільноти, формуючи уявлення про норми, конфлікти, ідентичності та цінності. Відповідно, аналіз спрямований не на формальні характеристики наративу, а на змістові параметри, які визначають здатність серіалу взаємодіяти з соціальним контекстом.

З огляду на сучасні вимоги європейського телеринку та концепцію *high-end fiction*, у межах соціокультурного підходу доцільно виокремити такі аналітичні критерії: соціальна релевантність проблематики, соціальна складність і неоднозначність, здатність до проблематизації, репрезентація соціальної реальності, ціннісна та ідентифікаційна рамка.

Запропоновані критерії соціокультурного аналізу телесеріалів не належать до однієї теоретичної моделі, а сформовані як синтез положень сучасних медіа- та культурологічних досліджень. Так, соціальна релевантність проблематики та репрезентація соціальної реальності спираються на теорію репрезентації і концепцію культури як «структури відчуттів». Критерій соціальної складності та

неоднозначності корелює з концепцією «complex TV» та дослідженнями трансформації телевізійного нарративу. Здатність до проблематизації пов'язана з ідеєю «відкритого твору» і багатозначності медіатексту. Натомість ціннісна та ідентифікаційна рамка узгоджується з теоріями соціального конструювання ідентичності. У своїй сукупності ці підходи дають можливість розглядати телесеріал як складний соціокультурний феномен, що відповідає сучасним стандартам *high-end fiction*.

Саме ці критерії дають можливість встановити, наскільки українські телесеріали відповідають сучасним європейським очікуванням, де визначальними є глибина соціального змісту, багатовимірність конфліктів і відсутність спрощених інтерпретацій.

«*Нюхач*». У соціокультурному вимірі «Нюхач» виявляє передусім жанрову універсальність, але значно слабше – глибину соціальної проблематики. Його соціальна релевантність полягає не в прямому осмисленні українських суспільних процесів, а в апеляції до загального інтересу сучасної аудиторії до кримінального розслідування, психології злочину та виняткової індивідуальності героя. Центральний персонаж існує в урбаністичному середовищі сучасного світу, однак саме суспільство не стає предметом ґрунтовного аналізу. Серіал не працює з війною, політикою, кризою інституцій чи трансформацією ідентичності; його соціальна релевантність опосередкована й вибудовується насамперед через привабливість формули «геніальний слідчий із унікальною здатністю».

Соціальна складність у «Нюхачі» виявляється частково. Окремі історії містять моральні дилеми, теми відчуження, руйнування приватного життя, психологічну ціну винятковості, однак вони не переростають у багатовимірну модель суспільства. Конфлікти тут переважно локалізовані в межах окремої справи або особистісної драми героя. Тож серіал не формує того рівня моральної та соціальної амбівалентності, який є визначальним для *high-end fiction*.

Здатність до проблематизації також обмежена. Глядач залучений до інтриги, але не до глибокого осмислення суспільної проблеми. Серіал не стільки

ставить відкриті питання про природу сучасного суспільства, скільки демонструє ефективність індивідуального, майже надлюдського аналітичного інструмента. У цьому сенсі він тяжіє до моделі якісного експортного жанрового продукту, а не до моделі серіалу як соціального висловлювання.

Репрезентація соціальної реальності в «Нюхачі» є умовною і жанрово стилізованою. Простір міста, професійне середовище, злочини, інституції – усе це слугує радше декорацією для дії, ніж способом осмислення конкретної української дійсності. Саме така відносна нейтральність і дала серіалу змогу бути легше сприйнятим міжнародною аудиторією: він майже не вимагає спеціального культурного контексту.

Ціннісна та ідентифікаційна рамка серіалу вибудовується навколо професіоналізму, інтелектуальної винятковості, дистанції між героєм і суспільством. Це не колективістська, а індивідуалістична модель. Вона ефективна для міжнародного ринку, але не дає підстав говорити про вагомую консолідаційну чи меморіальну функцію. Отже, у межах соціокультурного підходу «Нюхач» слід розглядати як серіал із високим рівнем культурної перекладності, але з помірно вираженою соціальною глибиною.

«Слуга народу». Це один із найяскравіших прикладів того, як український телесеріал може поєднувати масову доступність із виразною соціальною релевантністю. Адже центральна тема, зокрема криза політичної системи, розрив між суспільством і владою, корупція, неефективність державних інституцій, прямо пов'язана із суспільними настроями України 2010-х рр. Серіал влучно вловив запит на чесну, «незіпсовану» політику, а відтак виявився не просто розважальним продуктом, а формою суспільного коментування.

Соціальна складність у «Слузі народу» виражена нерівномірно. З одного боку, серіал пропонує доволі чітку опозицію між «простою чесною людиною» і «цинічною системою», що спрощує соціальний конфлікт. Водночас з іншого боку, саме ця модель уможливлює суспільне впізнавання і сильний емоційний відгук. «Слуга народу» не так досліджує складність влади, як формує образ бажаної політичної альтернативи. Тому його соціальна складність менша, ніж у

high-end political drama на кшталт «Borgen», але його релевантність для українського контексту була надзвичайно високою.

Здатність до проблематизації реалізується через сатиричні прийоми. Серіал порушує питання справедливості, ролі громадянина, можливості моральної поведінки в політиці, але робить це через комедійну модель. Він не залишає глядача у стані радикальної моральної невизначеності, однак активує рефлексію щодо українського політичного середовища. Саме в цьому полягає його соціокультурна сила: він переводить політичне в площину суспільно доступного, емоційно впізнаваного наративу.

Репрезентація соціальної реальності у «Слузі народу» умовно-реалістична. Політична система показана не документально, а через сатиричне узагальнення, однак це узагальнення базується на добре впізнаваних українських реаліях. Інституції, чиновники, медіа, суспільні очікування — усе це подано в деформованому, але переконливому дзеркалі. Саме завдяки цьому серіал одночасно працює як масова політична сатира і як форма символічного осмислення суспільного запиту.

Ціннісна та ідентифікаційна рамка серіалу надзвичайно чітка: чесність, простота, моральна чистота, громадянська прямота протиставлені корупції, лицемірству й привілеям. Ідентифікаційно серіал формує модель «громадянина при владі», тобто уявлення про владу як продовження суспільної етики, а не відокремлений від неї світ. Саме ця рамка забезпечила серіалу сильний консолідаційний ефект усередині країни та помітну іміджеву функцію назовні. У межах соціокультурного підходу «Слуга народу» є показовим прикладом високої соціальної релевантності та сильного суспільного резонансу за відносно помірної наративної складності.

«Схованки». Це один із найбільш переконливих українських серіалів для соціокультурного аналізу, оскільки тут соціальна релевантність поєднується з високим рівнем психологічної та наративної складності. Формально серіал вибудований як кримінальне розслідування зникнення дитини, однак насправді він послідовно виводить на поверхню значно ширші проблеми: кризу довіри,

розпад комунікації в родині, безсилля інституцій, соціальну ізолюваність у великому місті, приховане насильство.

Соціальна складність і неоднозначність реалізуються тут на високому рівні. Герої не поділені на позитивних і негативних у простий спосіб; кожен несе власну травму, страх або провину. Батьки, слідчі, свідки, другорядні персонажі – усі постають як люди з прихованими мотивами, і саме ця амбівалентність наближає серіал до європейської моделі *high-end fiction*. Злочин стає не ізолюваним випадком, а індикатором ширшої кризи соціального середовища.

Здатність до проблематизації у «Схованках» дуже висока. Серіал не дає простих моральних рішень і не зводить конфлікт до стандартної жанрової формули «знайти винного». Навпаки, він порушує складні питання: що руйнує родину, чому інституції не гарантують безпеки, як травма впливає на повсякденні моделі поведінки, що приховується за видимою нормальністю. Саме ця проблематизація й робить серіал соціокультурно значущим.

Репрезентація соціальної реальності в серіалі здійснюється через урбаністичне середовище, яке постає не фоном, а носієм соціальної напруги. Місто тут є простором самотності, недовіри, відчуження. Водночас реальність не копіюється буквально, а моделюється у вигляді психологічно й соціально переконливого світу. Це одна з причин, чому серіал виявився комунікативно придатним для європейської аудиторії: він говорить про локальний соціальний досвід мовою універсально зрозумілої кризи.

Ціннісна та ідентифікаційна рамка «Схованок» не нормативна, а критична. Серіал не пропонує позитивної моделі колективної єдності, однак виразно показує наслідки втрати довіри, відповідальності та емпатії. У цьому сенсі він формує не стільки образ спільноти, скільки діагноз її стану. Саме тому консолідаційна функція тут опосередкована: не через позитивне ототожнення, а через спільну рефлексію над кризою. Для *high-end fiction* така модель є цілком органічною.

«Перші дні». У межах соціокультурного підходу «Перші дні» є одним із найсильніших серіалів, оскільки поєднує всі основні критерії *high-end fiction* із

дуже потужним суспільним виміром. Соціальна релевантність серіалу максимальна: він безпосередньо працює з досвідом перших днів повномасштабної війни, тобто з подією, що радикально змінила українське суспільство. Важливо, що серіал показує не бойові дії як видовищний матеріал, а людські реакції на злам звичного світу.

Соціальна складність у ньому виявляється через множинність ситуацій і відсутність єдиної ідеологічної схеми. Тут немає одновимірної героїки. Герої, зокрема волонтери, матері, діти, цивільні, іноземці, люди випадку, реагують на кризу по-різному, і саме ця множинність досвідів формує об'ємну модель суспільства. Серіал демонструє, що війна не уніфікує всіх, але примушує всіх до морального вибору.

Здатність до проблематизації реалізується через фрагментарну антологічну структуру. Кожен епізод не завершує тему остаточно, а радше відкриває її. Вживання, страх, взаємодопомога, співжиття в тісному просторі, випадкова солідарність, розрив між нормальним життям і катастрофою – усе це подано як проблемні, відкриті ситуації. Серіал не нав'язує однозначної відповіді, але створює сильне поле інтерпретації.

Репрезентація соціальної реальності в «Перших днях» дуже переконлива саме тому, що вона побудована на повсякденному масштабі. Українське суспільство показане не через абстрактну патетику, а через життєвий досвід людей, які опинилися в екстремальних умовах. Така репрезентація поєднує локальну достовірність із високою культурною перекладністю.

Ціннісна та ідентифікаційна рамка серіалу вибудовується навколо гідності, солідарності, відповідальності за іншого, здатності не втратити людяність під час катастрофи. У цьому сенсі серіал має потужну консолідаційну й меморіальну функції. Він не лише відображає досвід війни, а й закріплює його як частину колективної пам'яті. Саме тому «Перші дні» слід розглядати як один із найпереконливіших українських прикладів соціокультурної відповідності *high-end fiction*.

«Перевізниця». Цей серіал виявляє високу соціальну релевантність, оскільки вибудований на воєнному досвіді, але подає його через рух, дорогу, зустрічі, тимчасові людські союзи. На відміну від серіалів, що зосереджуються на фронті чи політичній площині, «Перевізниця» репрезентує суспільство через логіку переміщення, евакуації, втрати дому, необхідності приймати швидкі рішення. Саме це робить її сучасною та соціально виразною.

Соціальна складність у серіалі проявляється через мозаїчність людських історій. Кожен пасажир привносить окрему життєву драму, окремий тип реагування на війну, окрему моральну ситуацію. Лідія як центральна героїня не героїзується плакатно, а функціонує як посередниця між цими історіями, що дає змогу серіалу створити багатовимірний соціальний портрет.

Здатність до проблематизації реалізується через моральні дилеми: кому довіряти, кого рятувати, як чинити, коли всі перебувають у стані небезпеки. Серіал не дає простих відповідей, а вибудовує простір етичної напруги. Це наближає його до *high-end fiction*, де важливий не сам факт конфлікту, а його моральна нерозв'язність.

Репрезентація соціальної реальності здійснюється через ситуації транзиту й нестабільності. Війна показана не як статична подія, а як стан суспільства, у якому все перебуває в русі. Це надає серіалу високої соціальної достовірності та водночас міжнародної зрозумілості, адже досвід дороги, втрати безпеки, тимчасової спільності має універсальний характер.

Ціннісна та ідентифікаційна рамка серіалу побудована навколо практичної солідарності, витримки, відповідальності. Український соціокультурний досвід репрезентується тут не декларативно, а через поведінкові моделі персонажів: допомогти, довести, витримати, не зрадити іншого. Це дуже сучасна форма соціальної етики, яка добре корелює з європейськими очікуваннями від *socially engaged drama*.

«Кріпосна». Серіал «Кріпосна» має інший тип соціокультурної релевантності. Цей серіал звертається до історичного досвіду нерівності, залежності, жіночої несвободи, влади над тілом і долею людини. Її соціальна

релевантність опосередкована: історичний сюжет резонує із сучасними питаннями свободи, гідності, підлеглості, але не виводить їх на рівень складної соціальної діагностики [108].

Соціальна складність у серіалі реалізована частково. Попри емоційну насиченість, серіал тяжіє до мелодраматичної моделі, у якій ціннісні полюси окреслені доволі чітко. Через це моральна неоднозначність і проблематизація соціального конфлікту менш виражені, ніж у *high-end fiction*.

Здатність до проблематизації є обмеженою. Серіал більше спонукає до співпереживання, ніж до складної інтерпретації. Конфлікт свободи й несвободи в ньому потужний, але розгортається переважно в емоційно-мелодраматичній площині.

Репрезентація соціальної реальності має характер історичної реконструкції, частково стилізованої. Простір епохи, соціальна ієрархія, статусна нерівність створюють переконливий світ, однак він менше працює як проблемна модель сучасного суспільства, ніж як емоційно насичений історичний наратив.

Ціннісна та ідентифікаційна рамка серіалу побудована навколо свободи, любові, гідності, права на самостійність. Це сильні й універсально зрозумілі цінності, саме тому серіал виявився придатним до міжнародного поширення. Проте в межах соціокультурного підходу його слід оцінювати як серіал із високою емоційною й іміджевою силою, але меншою соціальною складністю, ніж у зразків *high-end fiction*.

Отже, соціокультурний аналіз українських телесеріалів дає можливість встановити, що їхня відповідність сучасним вимогам *high-end fiction* визначається не лише актуальністю теми, а насамперед поєднанням соціальної релевантності, складності конфліктів, здатності до проблематизації, переконливої репрезентації соціальної реальності та виразної ціннісної рамки. Саме тому найбільш переконливими у цьому вимірі постають «Схованки», «Перші дні» та «Перевізниця», оскільки в них локальний український досвід набуває ширшого соціального й гуманістичного значення. «Слуга народу» і

«Нюхач» демонструють інші моделі входження у міжнародний простір – через політичну сатиру та жанрову універсальність відповідно. «Кріпосна» і «Спіймати Кайдаша» є сильними соціокультурними текстами, однак перша більше працює через історико-мелодраматичну універсальність, а другий – через високу локальну впізнаваність. У підсумку саме рівень соціальної складності та здатність універсалізувати досвід без втрати контексту стають визначальними маркерами відповідності українського серіалу сучасним європейським стандартам *high-end fiction*.

Отже, порівняльний аналіз зазначених телесеріалів дозволяє простежити еволюцію моделей інтеграції українського серіального виробництва до міжнародного телеринку. Якщо на початковому етапі ключовим механізмом була дистрибуція готового продукту, що найвиразніше проявилось у випадку серіалу «Нюхач», то подальший розвиток індустрії продемонстрував поступове розширення інструментів міжнародної присутності. Серіал «Слуга народу» відкрив для українського телебачення можливості глобального обігу телевізійних форматів, тоді як «Кріпосна» засвідчила потенціал транскордонної дистрибуції історичних драм. Подальший етап розвитку представлений серіалом «Схованки», який демонструє перехід до копродукційних моделей, характерних для європейської серіальної індустрії. У 2020-х роках до цих тенденцій додається новий вимір – цифрова дистрибуція та орієнтація на стримінгові платформи, що виразно проявляється у проєкті «Перші дні». Водночас такі серіали, як «Перевізниця», засвідчують прагнення українських продакшенів працювати відповідно до стандартів *high-end fiction* і створювати контент, здатний конкурувати у ширшому європейському серіальному просторі. Таким чином, українська серіальна індустрія поступово проходить шлях від експортної моделі продажу контенту до складніших форм міжнародної співпраці, що відкриває нові можливості для її інтеграції до глобального телеринку.

3.3. Еволюція українського телесеріалу та його роль як інструменту культурної дипломатії в європейському медіапросторі

Українська телевізійна серіальна індустрія пройшла суттєву трансформацію від поодиноких національних проєктів початку 2010-х років до виробництва серіалів, здатних інтегруватися в міжнародний аудіовізуальний простір. Якщо на початку десятиліття український телеринок переважно спирався на імпортований контент і розважальні формати, то власне серіальне виробництво лише починало формуватися.

Одними з перших проєктів, орієнтованих безпосередньо на український ринок, стали теленовела «Тільки кохання» (2009–2010) та серіал «Сусіди» (2010). Як зазначає Ю. Рибачук, саме вони започаткували практику створення телевізійного продукту для українського глядача, хоча на той час успішність таких проєктів залишалася непевною [89]. Водночас їхня поява засвідчила пошук власної моделі розвитку національного серіального виробництва в умовах домінування іноземного контенту.

Особливе значення мала теленовела «Тільки кохання» – адаптація румунського формату «Only Love», створена за участю іноземних продюсерів і акторів. Проєкт став одним із перших прикладів залучення міжнародного виробничого досвіду та водночас сприяв утвердженню української мови в серіальному контенті. Це дає підстави розглядати його як ранній приклад інтеграції українського телевиробництва до європейського аудіовізуального простору.

Не менш показовим був серіал «Сусіди», який позиціонувався як соціальна мелодрама та орієнтувався на відтворення актуальних суспільних реалій. Його особливістю стало прагнення показати повсякденне життя українського суспільства через впізнавані соціальні ситуації та мовні практики. За спостереженням О. Кульчинського, серіал був розрахований насамперед на українського глядача та відображав реальну білінгвальну ситуацію великих міст, що відрізняло його від поширених на той час російських телепроєктів [57].

Тож «Тільки кохання» та «Сусіди» стали важливими етапами становлення українського серіального виробництва. Попри різні виробничі та мовні моделі, обидва проєкти засвідчили прагнення української телеіндустрії створювати власний контент для внутрішньої аудиторії та заклали підґрунтя для подальшого розвитку національного серіального ринку.

Перший етап становлення українського серіального виробництва припадає на кінець 1990-х – початок 2010-х років і характеризується складними економічними та інституційними умовами розвитку національної медіаіндустрії. У цей період український телевізійний простір значною мірою залежав від імпортованого контенту, передусім російського, що було зумовлено як фінансовими чинниками, так і відсутністю достатньо розвиненої виробничої інфраструктури. Як зазначав В. Ілащук, українські телеканали активно наповнювали ефір російськими серіалами, оскільки їх придбання було значно дешевшим, ніж створення власного якісного продукту [91].

Зазначена ситуація відображала загальний стан українського телеринку, де економічна доцільність переважала над завданням розвитку національного виробництва. За відсутності стабільної державної підтримки та сформованої системи фінансування серіального сектору телеканали орієнтувалися на закупівлю готової продукції, що забезпечувала швидке наповнення ефіру та нижчі виробничі ризики. У результаті український глядач переважно споживав імпортований контент, тоді як власне серіальне виробництво залишалося епізодичним явищем.

Важливою характеристикою першого етапу розвитку українського серіального виробництва була його мовна модель, безпосередньо пов'язана з економічною структурою пострадянського телеринку. Упродовж 1990-х – початку 2010-х років переважна більшість українських серіалів створювалася російською мовою або ж орієнтувалася на мовні стандарти, зрозумілі аудиторії країн СНД. Така ситуація була зумовлена не лише культурними чинниками, а насамперед особливостями фінансування, дистрибуції та збуту серіальної продукції. Російська мова фактично виконувала функцію виробничого

стандарту, що забезпечував вихід контенту на значно ширший ринок і підвищував його комерційний потенціал [10, с. 166].

За цих умов мовна специфіка українського суспільства майже не ставала предметом художнього осмислення. Персонажі українських серіалів часто були позбавлені виразних мовних маркерів регіональної, соціальної чи культурної належності, а саме мовлення конструювалося як максимально універсальне для пострадянського простору. Відповідно серіальний продукт орієнтувався не на репрезентацію українського соціокультурного досвіду, а на задоволення потреб масового телеринку, який значною мірою контролювався російськими мовниками та дистриб'юторами.

Водночас така модель породжувала низку суперечностей. З одного боку, вона забезпечувала стабільне виробництво серіальної продукції та інтеграцію українських продакшенів до масштабного ринку телевізійного контенту. З іншого – обмежувала можливості формування власної мовної та культурної своєрідності українського телесеріалу. Як зазначають дослідники українського кінематографа, тривала орієнтація на зовнішній ринок сприяла відтворенню уніфікованих мовних моделей, у межах яких українська мова або взагалі була відсутня, або виконувала другорядну функцію [51].

У результаті до середини 2010-х років мовне питання в серіальному виробництві фактично не розглядалося як складова творчої концепції чи культурної політики. Натомість воно підпорядковувалося логіці телеринку та вимогам дистрибуції. Саме тому подальші зміни, що розпочалися після 2014 року, стосувалися не лише збільшення частки української мови в аудіовізуальному контенті, а й переосмислення ролі мовлення як одного з інструментів репрезентації українського соціокультурного досвіду.

Водночас цей період не слід розглядати виключно як час стагнації. Саме тоді формувалися перші виробничі практики, накопичувався професійний досвід і відбувалося поступове становлення українського телевізійного продакшену. Значна частина проєктів створювалася російською мовою або в межах спільного виробництва для телеринку СНД, що зумовлювало появу універсалізованого

аудіовізуального продукту без чітко виражених національних маркерів. Водночас участь українських фахівців у цих виробничих процесах сприяла розвитку професійних компетентностей, які стали важливими для подальшого розширення національного серіального виробництва.

Тож перший етап розвитку українських телесеріалів характеризувався домінуванням імпортованого контенту, відсутністю системного національного виробництва та орієнтацією на пострадянський ринок. Проте саме в цей період було закладено виробничі та кадрові передумови, які в подальшому дали можливість перейти до створення власного серіального продукту та поступового формування української серіальної індустрії як самостійного учасника міжнародного аудіовізуального простору.

Суттєвий перелом у розвитку українського серіального виробництва відбувся в середині 2010-х років. Після 2014 року, на тлі поступового згортання співпраці з російським медіаринком, українські продакшени були змушені переорієнтовуватися на нові моделі розвитку та шукати можливості інтеграції до міжнародного аудіовізуального простору [61]. У цей період з'являються серіальні проєкти, які демонструють не лише вищий рівень виробництва, а й потенціал для міжнародної дистрибуції та форматної адаптації.

Помітну роль у цих процесах відіграли провідні українські продакшн-компанії – Film.UA Group, StarLight Media, Студія «Квартал 95» та інші. Вони інвестували у створення власних серіальних лінійок і поступово переходили від орієнтації на пострадянський ринок до роботи за міжнародними стандартами. Показовими прикладами стали детективний серіал «Нюхач» (2013–2020) та політична комедія «Слуга народу» (2015–2019), які засвідчили здатність українського серіального продукту виходити за межі внутрішнього телеринку. Якщо «Нюхач» став одним із найуспішніших прикладів міжнародної дистрибуції та форматної адаптації, то «Слуга народу» продемонстрував потенціал українського серіалу як культурного й політичного феномену міжнародного масштабу.

Паралельно змінювалися й підходи до просування серіального контенту. Українські продюсери дедалі активніше працювали з міжнародними контент-ринками та професійними майданчиками, зокрема MIPCOM і MIPTV, розглядаючи дистрибуцію як складову виробничого процесу ще на етапі девелопменту. Показовим у цьому контексті є серіал «Схованки» (2019), для якого міжнародний продаж і співпраця з іноземними партнерами планувалися задовго до телевізійної прем'єри. Такий підхід засвідчив поступовий перехід від виробництва контенту для внутрішнього телеринку до створення продукту з потенціалом міжнародної циркуляції.

Важливою складовою трансформацій цього періоду стало переосмислення ролі мови в аудіовізуальному контенті. Мовне питання поступово виходить за межі суто виробничих рішень і дедалі більше інтегрується до процесів формування національного медіапростору. Ця проблематика широко представлена в українських медіадослідженнях, зокрема у працях О. Дячук, Л. Онучак [28], Д. Сизонова [84], Л. Шевченко [102], Н. Шумарової, Л. Пономаренко [104]. Водночас у контексті серіального виробництва мовна політика набуває додаткового значення, оскільки визначає мовне оформлення аудіовізуального твору та його культурну репрезентативність, національний досвід та конкурентоспроможність на європейському телеринку.

Таке переосмислення ролі мови стало наслідком суспільно-політичних трансформацій, що розпочалися після 2014 року, та законодавчих змін у сфері функціонування державної мови й регулювання аудіовізуальних медіа. Ухвалення Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо мови аудіовізуальних (електронних) медіа» № 2054-VIII, а згодом Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» № 2704-VIII створило додаткові стимули для розвитку українськомовного серіального контенту [74; 75; 77].

Водночас значення цього етапу полягає не лише у збільшенні кількості українськомовних серіалів. У 2014–2021 років формуються передумови для подальшої дискусії про мовну автентичність екранних персонажів. Зі зростанням

частки української мови в аудіовізуальному просторі поступово виникає потреба осмислення того, якою має бути мова героїв і наскільки вона повинна відповідати реальним комунікативним практикам українського суспільства.

У професійному середовищі дедалі частіше порушується питання співвідношення літературної норми та живого розмовного мовлення. Надмірно нормативне мовлення персонажів нерідко сприймалося як штучне та недостатньо переконливе, тоді як використання розмовних форм, регіональних особливостей чи елементів суржику викликало дискусії щодо меж художньої достовірності та мовної культури екранного продукту [103; 109]. Унаслідок цього мова починає виконувати не лише комунікативну функцію, а й стає важливим засобом характеристики персонажів, відображення їхнього соціального середовища, професійної належності та регіонального походження.

Таким чином, саме впродовж другого етапу було закладено підвалини тієї мовної моделі українського серіалу, яка повною мірою сформується вже після 2022 року. Українська мова поступово перетворюється з нормативної вимоги на інструмент художнього моделювання персонажів і соціальної реальності, а мовна автентичність стає одним із чинників конкурентоспроможності сучасного серіального продукту.

Поряд із цим відбувалися й інші важливі зміни, зокрема скорочення спільних проєктів із РФ та активізація співпраці з європейськими партнерами. У результаті до кінця 2010-х років сформувалися дві основні моделі міжнародної присутності українських серіалів: експортна, що передбачала продаж готового контенту або форматів, та копродукційна, заснована на спільному виробництві з іноземними партнерами. Саме вони стали основою подальшої інтеграції українського серіального виробництва до європейського телеринку.

Окремим показником еволюції українського серіального виробництва є трансформація мовної моделі телесеріалу. Зміни в мовному оформленні серіального контенту відображають не лише культурні процеси, а й економічні, політичні та індустріальні трансформації телеринку. На відміну від багатьох інших елементів телевізійного продукту, мова безпосередньо пов'язана з

питаннями культурної самобутності, державної мовної політики, цільової аудиторії та ринків дистрибуції. Саме тому мовні характеристики серіалів можуть розглядатися як один із найбільш показових індикаторів змін, що відбуваються в національній медіаіндустрії [1; 109].

Аналіз мовної організації українських телесеріалів дає змогу простежити зміну виробничих, культурних і ринкових пріоритетів галузі. Упродовж тривалого часу мовне питання було пов'язане не лише з творчим вибором авторів, а й з економічною доцільністю та особливостями функціонування пострадянського медійного простору. У період активної співпраці з російським телевізійним ринком значна частина серіальної продукції створювалася російською мовою або використовувала мовні моделі, орієнтовані на максимально широку аудиторію країн СНД. Такий підхід був зумовлений прагненням забезпечити ефективну дистрибуцію контенту та залучити фінансування великих мовників і продакшен-компаній [27; 10]. Унаслідок цього мовна специфіка українського суспільства тривалий час залишалася недостатньо репрезентованою в серіальному просторі, а мовлення персонажів нерідко формувалося відповідно до вимог зовнішнього телеринку, а не національного культурного контексту.

Поступове переорієнтування української серіальної індустрії на європейський аудіовізуальний простір супроводжувалося зміною функцій мови в серіальному продукті. Якщо раніше вона розглядалася передусім як інструмент забезпечення комерційної ефективності та розширення ринків збуту, то з часом дедалі більше почала виконувати культуротворчу та ідентифікаційну функції. Мова стає важливим елементом репрезентації українського соціокультурного досвіду, одним із засобів конструювання національної ідентичності та маркером культурної самостійності українського серіального виробництва [18; 30].

Показово, що на сучасному етапі дискусія навколо мови телесеріалів уже не обмежується питанням вибору між українською та російською мовами. Значно більшої актуальності набуває проблема пошуку балансу між нормативністю та мовною достовірністю персонажів. У центрі уваги опиняються

регіональні мовні особливості, соціальні діалекти, професіоналізми, суржик і розмовні форми спілкування, які дедалі активніше використовуються як засоби індивідуалізації персонажів та відтворення конкретного соціокультурного середовища, як, наприклад, у телесеріалі «Вітя» [33; 41]. У такий спосіб мова починає виконувати не лише комунікативну, а й характеротворчу функцію, допомагаючи розкривати соціальне походження персонажів, їхню професійну належність, регіональну ідентичність та особливості світосприйняття.

Додатковим чинником цих змін стало поширення OTT-платформ та стримінгових сервісів. На відміну від традиційного телебачення, цифрові платформи орієнтуються на більш сегментовані аудиторії та надають творцям ширші можливості для використання природних мовних моделей, включно з регіонально маркованим мовленням, елементами суржику та навіть ненормативною лексикою. Це сприяє формуванню більш переконливих екранних образів і наближенню мовлення персонажів до реальних комунікативних практик сучасного українського суспільства. Водночас платформне середовище створює умови для розширення мовного різноманіття серіального контенту та відкриває нові можливості для репрезентації локальних культурних особливостей у межах національного аудіовізуального продукту [175; 184; 174].

Початок повномасштабного вторгнення РФ у 2022 році став точкою безповоротних змін у сприйнятті України у світовому культурному та інформаційному просторі. Після десятиліть існування в межах пострадянських інтерпретацій наша держава дедалі чіткіше почала сприйматися як самостійний культурний суб'єкт із власною історією, цінностями та аудіовізуальною продукцією. У цих умовах сучасної екранної культури, зокрема її аудіовізуальний сегмент, перетворилася на важливий ресурс міжнародної видимості та символічний капітал, що формує довіру до держави та її міжнародний імідж.

На важливості цього процесу впродовж останніх років акцентують увагу як науковці, так і представники медіасфери. Так, Л. Новікова зазначає, що у

XXI ст. відбулася суттєва трансформація репрезентації українців у міжнародному аудіовізуальному просторі – від російськоцентрованих моделей до представлення їх як носіїв окремої національної ідентичності. Це підтверджується появою таких аудіовізуальних творів, як «Чорнобиль» (Chernobyl, 2019), «Зима у вогні: Боротьба України за свободу» (Winter on Fire: Ukraine's Fight for Freedom, 2015) та «Ціна правди» (Mr. Jones, 2019) [67].

Зростання міжнародної уваги до України після початку повномасштабного вторгнення підтверджується низкою аналітичних досліджень. Так, у звіті Brand Ukraine 2022 зафіксовано суттєве посилення інтересу до України у світовому інформаційному просторі [226, р. 2]. Подальші дослідження засвідчили, що цей інтерес поступово виходить за межі воєнної тематики. Так, у Звіті про сприйняття України за 2024 рік відзначено зростання уваги до української культури, історії, традицій та громадянських ініціатив [32, с. 19]. Таким чином, міжнародне сприйняття України дедалі більше формується не лише через події війни, а й через зацікавлення її культурним досвідом та суспільними трансформаціями.

У цих умовах особливого значення набуває аудіовізуальний сектор як один із найбільш доступних каналів міжнародної культурної комунікації. Хоча в аналітичних звітах серіальне виробництво не виокремлюється в самостійну категорію, воно є важливим складником сучасної культури та одним із найбільш ефективних способів репрезентації країни для міжнародної аудиторії. Телесеріали дають можливість транслювати уявлення про українське суспільство, його цінності, історичний досвід і сучасні виклики через емоційно залучені наративи та зрозумілі широкій аудиторії образи.

Показово, що подальші дослідження міжнародного іміджу України також фіксують стійкий інтерес до української культури, мови та історії поза безпосереднім воєнним контекстом [32]. Водночас культурна дипломатія реалізується не лише через формування міжнародного іміджу держави, а й через підтримання культурних зв'язків із мільйонами українців, які після 2022 року опинилися за кордоном. Як засвідчують дослідження німецьких та українських

науковців, медіаконтент відіграє важливу роль у збереженні культурної ідентичності, підтриманні комунікації та відчуття належності до українського соціокультурного простору серед вимушено переміщених українців [157]. З цього погляду українські телесеріали набувають значення не лише засобу міжнародної репрезентації, а й важливого чинника культурної консолідації української спільноти за межами держави.

Це дає підстави розглядати український аудіовізуальний продукт, зокрема телесеріали, не лише як елемент культурної індустрії, а й як дієвий інструмент культурної дипломатії та міжнародного позиціонування держави.

З цього погляду особливого значення набуває сучасна екранна культура, здатна забезпечувати тривалу та емоційно насичену взаємодію з міжнародною аудиторією. Серед різних форм аудіовізуального контенту саме серіальний формат сьогодні відіграє дедалі важливішу роль у глобальному культурному обміні. Як засвідчують дослідження європейського телеринку, серіали становлять основну частку переглядів на цифрових платформах: за даними European Audiovisual Observatory, у структурі онлайн-споживання аудіовізуального контенту близько 70–80% часу перегляду припадає саме на серіали, тоді як частка повнометражного кіно є значно меншою [148]. Це означає, що серіал фактично перетворюється на ключову форму циркуляції культурних наративів у глобальній медіаекосистемі.

З огляду на названі вище аргументи розвиток українського аудіовізуального виробництва, зокрема серіального сегмента, набуває значення не лише для внутрішнього культурного простору, а й для міжнародної культурної присутності держави. Попри воєнні умови та складну економічну ситуацію, українська кіноіндустрія демонструє помітну виробничу активність. За офіційними даними, упродовж 2022–2024 років за підтримки держави було завершено десятки аудіовізуальних проєктів різних форматів – ігрових, документальних і короткометражних фільмів, значна частина яких була представлена глядачам у прокаті або на міжнародних фестивалях [31]. Подальші дані свідчать, що виробничий процес триває й надалі: «У 2025 році, попри всі

виклики воєнного часу, за підтримки Державного агентства України з питань кіно завершено виробництво 46 кінопроектів», серед 6 ігрових телевізійних серіалів [26].

Поява серіальних проєктів у структурі державної підтримки є показовою, оскільки вона відображає поступову трансформацію української аудіовізуальної індустрії в бік тих форматів, які визначають сучасну глобальну медіаекономіку. У ширшій культурно-політичній перспективі це означає, що український серіальний продукт може розглядатися не лише як елемент національного телеринку, а й як один із потенційних інструментів культурної дипломатії. Адже саме серіали, завдяки тривалості оповіді, регулярності контакту з аудиторією та здатності формувати емоційну прив'язаність глядачів, здатні ефективно транслювати у міжнародному інформаційному просторі образи країни, її культурні коди та соціальні історії.

Український продюсер, який нині працює в США, А. Тер-Аванесов влітку 2024 р. в інтерв'ю журналістці «Фокусу» так сформулював перспективи сучасного аудіовізуального виробництва: «Подальший шлях українського кінематографа і серіального виробництва має бути спрямований на Європу та США» [6]. Такий вектор розвитку узгоджується з висновками Л. Новікової, яка ще до початку повномасштабної війни наголошувала, що інтеграція українського кінематографа до світового кінопроцесу є необхідною умовою його подальшого розвитку та міжнародної конкурентоспроможності [67]. У цих умовах українська культурна продукція дедалі більше сприймається як репрезентант українського соціокультурного досвіду та культурної суб'єктності України, а українські фільми й телесеріали активніше потрапляють у поле зору західних кінокритиків, фестивальних селекторів та аудиторії стримінгових платформ.

Особливе значення має твердження провідного американського дослідника масової культури Р. Саундерса, який наголошує на зростанні академічного та професійного інтересу до української масової візуальної культури та її роль у російсько-українській війні [215, с. 52]. При цьому британська дослідниця кіно Д. Йорданова зазначає, що попри вже понад три

десятиліття незалежності України після розпаду Радянського Союзу «українське кіно досі не настільки відоме на міжнародному рівні, як мало б бути. Є що надолужити» [171, с. 117]. У виправдання можна назвати вагомі причини такого невтішного стану справ щодо українського кіно в світі, зокрема постійне посягання й певний тиск російської кіноіндустрії.

«Водночас наукові рефлексії підтверджують, що світова спільнота дедалі більше схильна розглядати Україну як самостійний культурний феномен, що не зводиться до “частини російського світу”» [158, с. 16]. Така зміна уявлень відображає трансформацію геополітичної та культурної парадигми, у межах якої українська аудіовізуальна продукція постає не лише як складова масової культури, але й як символ національної суб’єктності та «м’якої сили» [97].

Водночас інтеграція до європейського медіапростору має і суто економічний вимір. Відкритість європейських партнерів до співпраці створює нові можливості для українських продюсерів, однак, як слушно зауважує К. Вишневська, «є нюанс, і він полягає в тому, що це насамперед бізнес. Тож розпочати перемовини зараз неважко, але все впирається в те, що ми, українські продюсери, приходимо з ідеєю копродукшену, але не можемо запропонувати жодного фінансування зі свого боку. І це вже є проблемою» [22]. Отже, для забезпечення повноцінної участі у міжнародних копродукційних проєктах необхідною умовою стає наявність української фінансової частки, яка засвідчує не лише символічну, а й економічну відповідальність за власний продукт.

Отже, після початку повномасштабного вторгнення Україна утвердилася в глобальному культурному просторі як самостійний актор, а її аудіовізуальна продукція, зокрема телесеріали, стала інструментом формування нової культурної реальності, де поєднання символічного значення й економічної спроможності визначає успішність міжнародної інтеграції.

Водночас аналіз сучасних тенденцій розвитку європейського телеринку засвідчує зміну критеріїв міжнародної конкурентоспроможності серіального контенту. Якщо в перші роки повномасштабної війни значна увага міжнародної аудиторії була зосереджена на проєктах, пов’язаних з українською тематикою,

то надалі вирішального значення набуває не сама наявність воєнного контексту, а спосіб його художньої репрезентації. В умовах високої конкуренції на глобальному ринку аудіовізуального контенту актуальна суспільна проблематика не розглядається як самодостатня підстава для міжнародного успіху проєкту. Натомість визначальними чинниками стають якість виробництва, наративна цілісність, культурна перекладність і здатність серіалу апелювати до універсальних людських переживань та цінностей [153].

Такий підхід узгоджується з концепціями транснаціональної серіальності та сучасного *high-end fiction*, відповідно до яких міжнародний потенціал аудіовізуального продукту визначається здатністю поєднувати локальну культурну специфіку із сюжетами та конфліктами, зрозумілими широкій міжнародній аудиторії [186]. У цьому контексті воєнні події можуть виступати важливим соціокультурним тлом оповіді, однак самі по собі не гарантують міжнародної дистрибуції чи глядацького інтересу. Значно більшого значення набуває здатність проєкту репрезентувати універсальний людський досвід через конкретний національний контекст.

Саме тому сучасні європейські практики виробництва та дистрибуції серіального контенту дедалі більше орієнтуються на проєкти, які поєднують культурну автентичність з міжнародною зрозумілістю [13]. Для українського серіального виробництва це означає необхідність створення контенту, що, зберігаючи зв'язок із реаліями повномасштабної війни та українським соціокультурним досвідом, водночас апелює до загальнолюдських тем – втрати, надії, солідарності, відповідальності, пошуку дому та подолання життєвих випробувань. Тож таке поєднання локального контексту та універсального наративу забезпечує конкурентоспроможність сучасного українського серіалу на європейському й глобальному телеринку.

Не менш важливим є питання жанрової приналежності фільмів, що продаються. І тут слід відзначити трендові тенденції на телеринку, що досить швидко змінюються. Так, ще кілька років тому в тренді серед європейських глядачів був скандинавський жанр нуару. За свідченням директора FILM.UA

Distribution Є. Драчова, на сучасному міжнародному телеринку серіального контенту спостерігається певна жанрова динаміка, що відображає зміну глядацьких уподобань. Популярними залишаються так звані процедури – серіали з чіткою структурою розслідування, зосереджені на кримінальних справах чи професійній діяльності (детективні, медичні тощо), які зберігають стабільний попит у Європі та за її межами. Водночас жанр скандинавського нуару, що ще кілька років тому мав високу затребуваність завдяки своїй атмосфері «dark detective» та «dark criminal», нині поступово втрачає актуальність. Зокрема, на ринках Німеччини та Франції відзначається спад інтересу до похмурих і надто драматизованих сюжетів, адже глядач прагне більш «світлого» й легкого контенту [153].

Яскравим кейсом в історії українського серіального виробництва у цьому жанрі став телесеріал «Схованки» (2019), на момент виходу якого спостерігався пік популярності нуару. Тож цей телесеріал мав позитивний відгук міжнародної глядацької аудиторії. Завдяки дистрибуції німецького партнера проєкт був успішно проданий у низці країн, при цьому творці свідомо уникнули надмірної локальної маркованості, зробивши акцент на універсальності історії, багатовимірності характерів і відповідній жанровій атмосфері. Проте, як підкреслює керівник FILM.UA Distribution Є. Драчов, схожі серіали в сучасних умовах навряд чи зможуть повторити цей успіх, оскільки тренд на скандинавський нуар остаточно відходить у минуле.

Варто підкреслити, що українське аудіовізуальне виробництво вже давно вважається європейським, тому українському телевізійному продукту ніщо не заважає конкурувати на європейських телеканалах. Така можливість відкрилася ще в лютому 2020 р., коли Україна стала повноправним членом європейського фонду підтримки спільного кіновиробництва і прокату кінематографічних та аудіовізуальних робіт «Євримаж» [90; 66].

Показовими прикладами успішної інтеграції національного серіального виробництва до міжнародного телеринку є Туреччина та Південна Корея. Ще 10–15 років тому серіальна продукція обох країн переважно орієнтувалася на

внутрішню аудиторію та мала обмежену присутність за межами національних ринків. Проте завдяки цілеспрямованій експортній політиці, підвищенню виробничих стандартів і системній підтримці аудіовізуального сектору їм вдалося перетворитися на впливових гравців глобальної серіальної індустрії.

Турецький досвід засвідчує ефективність моделі, що поєднує універсальні сюжетні конструкції із локальною культурною специфікою. Значну роль у міжнародному успіху турецьких серіалів відіграли високі виробничі стандарти, розвинена інфраструктура та послідовна орієнтація на зовнішні ринки. У результаті такі проєкти, як «Величне століття», перетворилися не лише на комерційно успішний продукт, а й на інструмент поширення культурного впливу країни за кордоном.

Схожу траєкторію розвитку продемонструвала і Південна Корея. У межах так званої «корейської хвилі» (Hallyu) серіальне виробництво стало складником державної культурної політики та одним із механізмів міжнародного позиціонування країни. Поєднання національної культурної специфіки з універсальними темами, а також активне використання глобальних стримінгових платформ забезпечили корейським серіалам широку міжнародну аудиторію [178]. Успіх проєктів на кшталт «Гри в кальмара» підтвердив, що локальний за походженням продукт може стати глобальним культурним явищем.

Досвід інших держав підтверджує, що системна державна підтримка серіального виробництва може стати важливим чинником міжнародної культурної присутності. Так, стрімке зростання популярності корейських драм дослідники пов'язують із поєднанням державної культурної політики, розвитком платформної дистрибуції та експортною орієнтацією телевізійної індустрії [155]. Подібний шлях пройшов і Ізраїль, де локальні телевізійні формати стали основою для міжнародних адаптацій та експорту, що забезпечило країні помітне місце на світовому телевізійному ринку [168].

Динаміка міжнародного образу України та її екранна репрезентація в аудіовізуальному просторі XXI століття засвідчує суттєву зміну ролі телесеріалів: якщо раніше вони переважно виконували розважальну функцію, то

після початку повномасштабної війни дедалі більше утверджуються як важливий інструмент культурної дипломатії, міжнародної комунікації та репрезентації національного досвіду [65; 73]. Світова професійна спільнота дедалі частіше сприймає Україну як самостійний культурний суб'єкт із власною аудіовізуальною продукцією, що створює додаткові можливості для інтеграції українського серіального виробництва до європейського та світового ринків [24].

У руслі нашого дослідження процес доцільно розглядати крізь призму концепції «м'якої сили» Дж. Ная, який визначає її як здатність держави досягати бажаних результатів завдяки привабливості власної культури, цінностей і суспільної моделі, а не через застосування примусу чи економічного тиску. Як зазначає дослідник, країна може досягати бажаних результатів у міжнародній політиці тоді, коли інші прагнуть наслідувати її цінності та культурні зразки [203, р. 94]. У цьому контексті сучасна екранна культура постає важливим джерелом символічного впливу, а серіал – одним із найбільш ефективних інструментів його реалізації.

У ХХІ ст. аудіовізуальні медіа стали одним із провідних каналів реалізації «м'якої сили». Дж. Най наголошує, що культурні продукти масового поширення нерідко впливають на міжнародну аудиторію ефективніше, ніж традиційні дипломатичні механізми, оскільки формують емоційний зв'язок із культурою та соціальним середовищем країни [203]. Водночас значна частина такого впливу виникає не внаслідок прямої діяльності держави, а формується у сфері культурного виробництва та громадянського суспільства. У цьому контексті телесеріал, завдяки тривалості наративу, емоційній залученості та можливості репрезентації національного культурного досвіду, перетворюється на важливий інструмент культурної дипломатії та міжнародного позиціонування держави. Його функція полягає у формуванні позитивного сприйняття країни, поширенні знань про її культуру та цінності, а також у зміцненні її міжнародної культурної присутності.

У цих умовах одним із ключових завдань українського аудіовізуального продукту стає формування сучасного міжнародного образу України.

Визначального значення набуває здатність серіальної продукції репрезентувати український соціокультурний досвід за допомогою моделей, зрозумілих міжнародній аудиторії. Йдеться не лише про висвітлення окремих подій чи історичних фактів, а про створення цілісного образу українського суспільства, його цінностей, культури та способу життя.

Показовими прикладами реалізації цієї функції стали серіали «Перші дні» та «Перевізниця». Обидва проєкти пропонують міжнародному глядачеві не стільки хроніку воєнних подій, скільки людські історії про вибір, втрату, взаємодопомогу та адаптацію до екстремальних обставин. Завдяки поєднанню документальної достовірності, драматизму та гуманістичної оптики вони уможливають емоційне осмислення українського досвіду та роблять його зрозумілим для міжнародної аудиторії.

Український досвід підтверджує, що в сучасному цифровому медіасередовищі телесеріал став одним із найбільш ефективних інструментів культурної дипломатії. Завдяки міжнародній дистрибуції та присутності на глобальних платформах серіальний контент отримує можливість поширювати національні культурні смисли далеко за межами країни походження. Українські серіали вже демонструють такий потенціал на практиці. Так, «Нюхач» став одним із перших українських серіальних проєктів, що здобув широку міжнародну дистрибуцію та був адаптований для іноземних ринків, засвідчивши конкурентоспроможність українського формату на світовому рівні. «Слуга народу» забезпечив безпрецедентну міжнародну впізнаваність українського аудіовізуального продукту, а його подальша політична рецепція значно посилила інтерес до України у світі. Серіал «Кріпосна» актуалізував українську історико-культурну проблематику для міжнародної аудиторії та став одним із найуспішніших прикладів транскордонної дистрибуції українського серіального контенту. «Схованки», створені в естетиці скандинавського нуару, продемонстрували здатність українських продюсерів працювати з жанровими та наративними моделями, зрозумілими європейському глядачеві. Водночас серіали «Перевізниця» та «Перші дні» репрезентують сучасний український

досвід війни, суспільної стійкості та повсякденного життя в умовах масштабних трансформацій, формуючи для міжнародної аудиторії глибше розуміння українського контексту. У сукупності ці кейси засвідчують, що сучасний український серіал поступово перетворюється не лише на об'єкт міжнародної дистрибуції, а й на інструмент формування міжнародного образу України, поширення знань про її культуру, історію та сучасний суспільний досвід.

Європейський аудіовізуальний простір створює сприятливі умови для реалізації такого потенціалу. Завдяки механізмам підтримки європейських творів, закріпленим у Директиві AVMSD, серіал у ЄС розглядається не лише як комерційний продукт, а й як інструмент збереження культурного різноманіття та репрезентації національних ідентичностей. Унаслідок цього його вплив формується на перетині двох взаємопов'язаних вимірів – ринкового, пов'язаного з конкуренцією за увагу аудиторії, та культурно-політичного, спрямованого на підтримку культурного плюралізму.

Міжнародний досвід також підтверджує ефективність серіального виробництва як інструмента культурної дипломатії. Приклади Південної Кореї та Туреччини засвідчують, що поєднання високих виробничих стандартів, продуманої дистрибуції та системної підтримки аудіовізуального сектору дає можливість не лише досягати економічного успіху, а й посилювати міжнародну культурну присутність держави. У таких випадках серіал виходить за межі розважального продукту й стає засобом формування позитивного образу країни та поширення її культурних смислів.

Отже, у сучасному аудіовізуальному середовищі телесеріал доцільно розглядати як важливий ресурс культурної дипломатії та міжнародного позиціонування держави. Для України його значення особливо зростає в умовах війни та інтеграції до європейського медіапростору, оскільки серіали здатні репрезентувати міжнародній аудиторії український історичний досвід, суспільні трансформації та сучасний соціокультурний досвід. Поєднання художньої якості, виробничої конкурентоспроможності, культурної автентичності та міжнародної дистрибуції формує підґрунтя для реалізації потенціалу

українського серіального виробництва як інструмента «м'якої сили» в європейському та світовому медіапросторі.

Важливою складовою цієї культурної автентичності виступає мовна модель сучасного українського телесеріалу. Перехід від дискусії про вибір мови виробництва до пошуку балансу між нормативністю та мовною достовірністю персонажів засвідчує зрілість української серіальної індустрії. Використання української мови в її різноманітних соціальних і регіональних виявах не лише посилює художню переконливість серіального продукту, а й сприяє репрезентації української культурної специфіки в міжнародному медіапросторі.

Висновки до розділу 3

Встановлено, що інтеграція українських телесеріалів до європейського телеринку здійснюється **за допомогою трьох основних моделей**: міжнародну дистрибуцію готового продукту, продаж форматів та копродукцію. З'ясовано, що в сучасних умовах найбільш перспективною моделлю виступає міжнародна копродукція, оскільки вона забезпечує залучення фінансування з різних джерел, доступ до виробничих ресурсів і технологій, розширення ринків збуту та підвищення відповідності проєктів європейським вимогам. Водночас продаж форматів і міжнародна дистрибуція готового контенту залишаються ефективними механізмами просування українського серіального продукту за кордон та підвищення його міжнародної впізнаваності.

Визначено, що реалізація зазначених **моделей інтеграції** відбувається за допомогою комплексу взаємопов'язаних індустріальних інструментів, серед яких провідну роль відіграють сейлз-агенти, міжнародні ринки контенту, професійні фестивалі, галузеві форуми та стримінгові платформи. Саме вони формують сучасну інфраструктуру транскордонної циркуляції аудіовізуального продукту, забезпечують комунікацію між виробниками та потенційними покупцями, а також створюють умови для інтеграції національних серіальних індустрій до глобального медіапростору. Узагальнення результатів дослідження

дало можливість встановити, що ефективність міжнародного просування серіального контенту залежить не від окремого інструмента, а від комплексного поєднання різних механізмів дистрибуції, промоції та виробничого партнерства.

У межах культурологічного та соціокультурного підходів встановлено, що відповідність українських телесеріалів сучасним європейським стандартам *high-end fiction* визначається поєднанням художньої якості, соціальної релевантності та здатності універсалізувати локальний культурний досвід. З'ясовано, що ключовими критеріями такої відповідності виступають багаторівневий наратив, смислотворчий хронотоп, принцип «нової епічності», переконлива репрезентація соціальної реальності, складна система персонажів і конфліктів, а також наявність ціннісного виміру, який уможливорює ідентифікацію глядача з історією незалежно від його культурного походження.

Визначено, що конкурентоспроможність сучасного українського серіалу формується на перетині двох взаємопов'язаних вимірів: локальної автентичності та міжнародної зрозумілості. З одного боку, серіал має репрезентувати український культурний досвід, соціальну реальність та національну специфіку, а з іншого – апелювати до універсальних тем і конфліктів, зрозумілих широкій міжнародній аудиторії. Саме таке поєднання забезпечує його здатність функціонувати одночасно як репрезентант українського соціокультурного досвіду та як складник сучасного європейського аудіовізуального простору.

З'ясовано, що у XXI ст. телесеріал поступово перетворився на один із найефективніших інструментів культурної дипломатії та важливий чинник формування «м'якої сили» держави. Його потенціал ґрунтується на здатності формувати тривалий емоційний зв'язок із аудиторією, поширювати культурні смисли та забезпечувати довготривалу присутність держави у глобальному інформаційному просторі. На відміну від інших аудіовізуальних форматів, серіал завдяки тривалості наративу уможливорює глибше занурення глядача в культурний контекст країни та створює стійкі механізми культурної ідентифікації.

Встановлено, що еволюція українського серіального виробництва відбувається в напрямі поступової інтеграції до європейського та глобального аудіовізуального простору. Вихід українських серіалів на міжнародні ринки, розширення практик копродукції, участь у міжнародній дистрибуції та присутність на стримінгових платформах засвідчують зростання ролі серіального контенту як чинника формування міжнародного образу України. При цьому серіал дедалі частіше виконує функцію культурного представництва держави на міжнародному рівні.

З'ясовано, що розвиток європейського аудіовізуального законодавства, зокрема впровадження положень Директиви AVMSD, створив додаткові можливості для інтеграції українських серіалів до європейського медіапростору. Механізми підтримки європейських творів, розвиток платформної дистрибуції та посилення ролі транскордонного обігу контенту сприяють розширенню присутності української аудіовізуальної продукції на міжнародному телеринку. У цих умовах український серіал дедалі більше постає не лише як комерційний продукт, а й як складова європейського культурного різноманіття.

Узагальнення результатів дослідження дало можливість встановити, що міжнародна конкурентоспроможність українського серіального продукту значною мірою залежить від здатності поєднувати культурну автентичність та український соціокультурний досвід із універсальними сюжетами й цінностями, зрозумілими міжнародній аудиторії. Водночас надмірна концентрація на вузьконаціональних або суто воєнних наративах зазвичай не відповідає очікуванням міжнародної аудиторії. Тому особливого значення набуває вироблення таких моделей репрезентації українського досвіду, які зберігають національну специфіку, але залишаються зрозумілими та емоційно близькими для глядачів різних країн.

Встановлено, що після початку повномасштабного вторгнення РФ значення серіального виробництва як інструмента культурної дипломатії суттєво зросло. Підвищення міжнародного інтересу до української культури, історії, мови та суспільних трансформацій створило нові можливості для просування

українського аудіовізуального продукту за кордоном. За цих умов телесеріал дедалі активніше виконує функцію комунікаційного посередника між Україною та міжнародною аудиторією, сприяючи формуванню більш глибокого розуміння українського контексту.

Отже, потенціал українського серіального виробництва в європейському аудіовізуальному просторі визначається поєднанням високої художньої якості, виробничої конкурентоспроможності, відповідності сучасним європейським стандартам та здатності виконувати функції культурної дипломатії. Саме поєднання локальної культурної автентичності, зокрема мовної самобутності персонажів і соціокультурного середовища, міжнародної зрозумілості, ефективної дистрибуції та інституційної підтримки формує підґрунтя для утвердження українського серіалу як повноправного учасника європейського телеринку та дієвого інструмента «м'якої сили» у глобальному культурному просторі.

ВИСНОВКИ

У процесі роботи над дисертаційним дослідженням з визначення особливостей українського виробництва телевізійних серіалів у контексті європейського телеринку досягнуто мети дослідження, виконано всі поставлені завдання та отримано такі основні науково-практичні результати:

1. З'ясовано, що сучасний телевізійний серіал є складним аудіовізуальним форматом, який поєднує наративні, естетичні, технологічні та індустріальні характеристики. У сучасних умовах він функціонує не лише як форма екранної оповіді, а й як самостійний сегмент глобального аудіовізуального виробництва.

В цифрову епоху в умовах розвитку стримінгових платформ відбувся перехід від формату *quality television* до *high-end fiction*, у межах якого серіал набув ознак кінематографічного продукту та перетворився на один із провідних форматів сучасного аудіовізуального виробництва. З'ясовано, що формат *high-end fiction* передбачає поєднання високих виробничих стандартів, складної драматургії, міжнародної копродукції, ретельного опрацювання на етапі девелопменту й дистрибуції та орієнтації на транснаціональну аудиторію. Тож відповідність цим вимогам є ключовою умовою конкурентоспроможності серіалу на європейському та глобальному телеринку.

2. Встановлено, що розвиток українського серіального виробництва відбувався у межах трьох основних етапів: пострадянського (1991–2013 рр.), перехідного (2014–2021 рр.) та євроінтеграційного (з 2022 р.), які відображають трансформацію мовної, виробничої та ринкової парадигм.

Схарактеризовано особливості пострадянського етапу (1991–2013 рр.), для якого були властиві інституційна та виробнича залежність від російського телеринку, орієнтація на зовнішнього замовника та домінування російськомовного контенту. Показано, що за цих умов українське серіальне виробництво розвивалося нерівномірно й тривалий час не сформувалося як самостійний сегмент національної аудіовізуальної індустрії.

Виявлено, що перехідний етап (2014–2021 рр.) пов'язаний із переорієнтацією на внутрішній ринок, розширенням виробництва українськомовного контенту та формуванням нормативно-правових засад функціонування національної аудіовізуальної індустрії. Доведено, що посилення державної підтримки та зростання суспільного запиту на український контент сприяли зміцненню національного серіального виробництва й підготували передумови для його подальшої інтеграції до європейського телеринку.

Обґрунтовано, що сучасний євроінтеграційний етап, нижньою межею якого є 24 лютого 2022 року, характеризується переорієнтацією українського серіального виробництва на європейські стандарти, розширенням міжнародної копродукції та активним входженням українських виробників до європейського аудіовізуального простору. Отже, еволюція українського серіального виробництва відображає трансформацію культурної, мовної та ринкової парадигм, у межах якої серіал пройшов шлях від залежності від російського телеринку до статусу самостійного учасника європейського медіапростору.

3. Встановлено, що український телевізійний серіал виконує консолідаційну, меморіальну, репрезентаційну та іміджеву функції, беручи участь у поширенні українського соціокультурного досвіду та утвердженні України в європейському медіапросторі.

Визначено, що реалізація функції культурної дипломатії залежить від характеру репрезентації національного досвіду в серіальному наративі. Серіали перехідного етапу були зорієнтовані переважно на універсалізацію історії та міжнародну дистрибуцію, що сприяло їхньому виходу на зовнішні ринки, проте обмежувало можливості репрезентації українського соціокультурного контексту. Натомість сучасний етап розвитку українського серіального виробництва характеризується поєднанням універсальних наративних моделей із виразною репрезентацією українського досвіду, що посилює роль серіалу як інструменту культурної дипломатії та міжкультурної комунікації. З'ясовано, що саме така модель забезпечує інтеграцію українських історій до європейського аудіовізуального простору та сприяє формуванню цілісного образу України в

міжнародному медіасередовищі, зокрема через репрезентацію мовної та культурної самобутності українського суспільства.

4. Визначено, що ключовими тенденціями розвитку сучасного європейського телеринку є платформізація дистрибуції, поширення моделей міжнародної копродукції, стандартизація виробничих процесів та орієнтація на формат *high-end fiction* як провідну модель конкурентоспроможного серіального продукту. З'ясовано, що перехід від лінійного мовлення до платформної моделі поширення контенту суттєво змінив принципи виробництва, дистрибуції та споживання аудіовізуальної продукції, посиливши роль стримінгових сервісів і цифрових платформ.

Встановлено, що розвиток європейського телеринку відбувається в межах комплексної системи нормативних та індустріальних вимог, яка охоплює правові, технологічні, етичні та культурні стандарти. Важливими складниками цієї системи є принципи культурного різноманіття, інклюзивності, прозорості виробничих процесів, захисту авторських прав і впровадження практик сталого продакшну. Сукупність цих вимог формує сучасну модель конкурентоспроможного аудіовізуального продукту та створює передумови для інтеграції національних телеринків до європейського медіапростору.

5. З'ясовано, що технологічною основою сучасного серіального виробництва є інтеграція цифрових засобів створення контенту, зокрема технологій віртуального продакшну, VFX, CGI, високоякісного постпродакшну та сучасних звукових форматів, які забезпечують відповідність міжнародним стандартам виробництва. При цьому розвиток цифрових технологій сприяв утвердженню нових технічних стандартів серіального виробництва, основу яких становлять формати 2K і 4K, багатоканальні звукові системи та цифрові виробничі процеси. За таких умов постпродакшн набув ключового значення у створенні сучасного серіалу, оскільки забезпечує формування його візуальної та звукової цілісності й розширює художньо-виражальні можливості аудіовізуального твору. Технологічна модернізація є необхідною умовою

конкурентоспроможності українського серіального виробництва та його інтеграції до європейського телеринку.

6. Встановлено, що інтеграція українських серіалів до європейського телеринку реалізується через три основні моделі: продаж готового продукту, форматний експорт та міжнародну копродукцію. Найефективнішою моделлю є міжнародна копродукція, яка забезпечує доступ до фінансових, технологічних і дистрибуційних ресурсів європейського телеринку.

З'ясовано, що форматний експорт сприяє поширенню національного контенту в інших культурних середовищах через адаптацію успішних наративних моделей до локальних ринків. Водночас міжнародна копродукція забезпечує не лише об'єднання фінансових, технологічних і творчих ресурсів, а й відповідність європейським виробничим стандартам та доступ до міжнародної дистрибуції.

Визначено, що важливими інструментами інтеграції українських серіалів до європейського медіапростору є діяльність сейлз-агентів, участь у телеринках і фестивалях, міжнародна дистрибуція та стримінгові платформи. Отже, розвиток українського серіального виробництва засвідчує поступовий перехід від експортної до копродукційної моделі співпраці, що посилює його інтеграційний потенціал і конкурентоспроможність на європейському телеринку.

7. З'ясовано, що серіали «Перші дні» (2023) та «Перевізниця» (2024) засвідчують формування в Україні моделі виробництва, орієнтованої на стандарти *high-end fiction*. Їхніми визначальними рисами є міжнародна копродукція, платформна дистрибуція, високі виробничо-технологічні стандарти та репрезентація українського досвіду повномасштабної війни в контексті універсально зрозумілих наративів.

Встановлено, що ці серіали поєднують характерні ознаки *high-end fiction*, зокрема кінематографічну естетику, сучасні технології виробництва і постпродакшну, міжнародну копродукцію, комплексний підхід до девелопменту та орієнтацію на міжнародну дистрибуцію. Водночас вони репрезентують

український соціокультурний досвід через універсальні наративні моделі, зрозумілі міжнародній аудиторії.

Доведено, що впровадження стандартів *high-end fiction* сприяє підвищенню конкурентоспроможності українських серіалів на європейському телеринку та розширює їхній потенціал як інструментів культурної дипломатії й міжкультурної комунікації.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у вивченні впливу новітніх технологій, зокрема штучного інтелекту, віртуального продакшну, XR-технологій та інтерактивних медіа на трансформацію моделей виробництва й дистрибуції телесеріалів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «1+1 media» про сто відсотків української: проблема не в дублюванні, проблема в самій проблемі української мови. *Детектор media*. 21 вересня 2021. URL: <https://detector.media/rinok/article/192185/2021-09-21-11-media-pro-sto-vidsotkiv-ukrainskoi-problema-ne-v-dublyuvanni-problema-v-samiy-problemi-ukrainskoi-movy/> (дата звернення: 18.02.2025).
2. Алфьорова З. І. Екранна форма новітньої доби в контексті мультимедійності. *Культура України*. 2014. Вип. 47. С. 156–162.
3. Алфьорова З. І. Нове українське кіно в контексті сучасного аудіовізуального мистецтва. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво. 2020. Т. 3, № 2. С. 213–221.
4. Атаманенко А. Використання віртуальної та доповненої реальності в аудіовізуальних творах. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2025. Вип. 84. Т. 1. С. 47–54. DOI: 10.24919/2308-4863/84-1-7.
5. Безручко О., Аліфанов Д. Технології відеозйомки та допоміжні технічні засоби оператора як невід’ємна складова досягнення творчого задуму в аудіовізуальному мистецтві. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво. 2024. Т. 7, № 2. С. 315–327. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-2674.7.2.2024.319014>
6. Бережна Д. Армен Тер-Аванесов: «Українське кіно здобуває дедалі ширше визнання за кордоном». *Фокус*. 16.08.2024. URL: <https://focus.ua/uk/culture/663473-armen-ter-avanesov-ukrajinske-kino-zdobuvaye-dedali-shirshe-viznannya-za-kordonom> (дата звернення: 12.03.2025).
7. Бут О. В. Звук як компонент образної структури фільму : дис. ... канд. мистецтвознавства. Київ : Київський національний університет театру, кіно і телебачення ім. І. К. Карпенка-Карого, 2007. 196 с.
8. Ванюшина О. Серіал як феномен масової культури. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2009. № 3. С. 101–112.

9. Галстян М. А., Квіта Г. М. Поведінкова сегментація як інструмент персоналізації маркетингових комунікацій. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 78. DOI: 10.32782/2524-0072/2025-78-155.

10. Горобець К. Мова українських телесеріалів у контексті трансформації серіального виробництва. *Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі: аспекти міжмовної комунікації та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця* : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції пам'яті філолога, журналіста та захисника України Володимира Мукана (Ірпінь – Ломжа, 20 лютого 2026 р.). Ірпінь : Державний податковий університет ; Ломжа : Міжнародна академія прикладних наук у Ломжі, 2026. С. 165–171. URL: https://dpu.edu.ua/images/2026%20plus/2026/1_Photo_dlya_novyn_2026/Naukovi%20zahodi/04%20kviten%20Naukovi%20zahodi/Zbirnik%20konferencii%20Ukrainsk a%20mova%20ta%20kultura%20v%20sucasnomu%20gumanitarnomu%20casoprost ori.pdf (дата звернення: 11.05.2026).

11. Горобець К. Продюсування українського ігрового кіно під час війни: проблеми та шляхи їх вирішення. *Продюсування фільмів у XXI столітті: основні виклики* : збірник матеріалів І Щорічної міжнародної науково-практичної конференції (28–29 вересня 2023 р.). Київ, 2023. С. 20–22. URL: <https://ir.knutkt.edu.ua/bitstream/handle/123456789/966/Tezy-Mizhnarodnoi-naukovopraktychnoi-konferentsii-20.02.24.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 08.04.2024).

12. Горобець К. Реалії сучасного копродукційного кіновиробництва. *Продюсування фільмів у XXI столітті: основні виклики* : збірник матеріалів II Щорічної міжнародної науково-практичної конференції (16–17 грудня 2024 р.). Київ, 2024. С. 27–31. URL: <https://ir.knutkt.edu.ua/handle/123456789/967> (дата звернення: 19.05.2025).

13. Горобець К. Роль українського телесеріалу як інструменту культурної дипломатії. *ArtVision: актуальні питання музичного, театрального та кіномистецтва* : збірник матеріалів Всеукраїнської наукової конференції

студентів, аспірантів та науковців (Київ, 19–20 листопада 2025 р.). Київ, 2025. С. 52–54. URL:

https://drive.google.com/file/d/13JT8_noFndv67zdgQg6RKBKcnekRqKQR/view

(дата звернення: 14.01.2026).

14. Горобець К. Серіал у сучасному науковому дискурсі: від теоретичних підходів до української інтерпретації скандинавського нуару. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Мистецтвознавство*. 2026. № 54. С. 65–74. DOI: 10.31866/2410-1176.54.2026.362230.

15. Горобець К. Сучасний контекст українського виробництва телевізійних серіалів. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого*. 2024. № 34. С. 143–150. DOI: 10.34026/1997-4264.34.2024.305207.

16. Горобець К. Технологічні особливості українського виробництва телевізійних серіалів. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого*. 2025. № 37. С. 186–195. DOI: 10.34026/1997-4264.37.2025.345168.

17. Горобець К. Функціонування європейського ринку телесеріалів: стандарти до аудіовізуального продукту. *Новітні тенденції в медіагалузі : збірник матеріалів VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених (14 квітня 2026 р.)*. Київ, 2026. С. 117–120. URL: https://science.journ.knu.ua/wp-content/uploads/2026/06/novitni_tendencziyi_2026.pdf (дата звернення: 30.05.2026).

18. Горпенко В. Г. Історична динаміка термінології сучасних екранних мистецтв (О. Довженко. Теоретичні погляди). *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого*. 2015. Вип. 16. С. 95–105.

19. Грантова програма: розробка сценаріїв та ексклюзивні онлайн-сесії з експертами міжнародної кіноіндустрії. URL: <https://www.development.uaifilmacademy.org> (дата звернення: 21.05.2025).

20. Громлюк І. «Перевізниця». Чому всі говорять про новий український серіал про війну. *BBC News Україна*. 29.02.2024. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/cgrl5qg2r99o> (дата звернення: 11.06.2025).

21. Гулевський С. Міфологічність телесеріалів як втілення функціональності сучасних медіа. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Серія: Філософія. Філософські перипетії. 2020. Вип. 62. С. 148–154. DOI: 10.26565/2226-0994-2020-62-16.

22. Давидова А. «Контент зі Східної Європи має ставати бізнесом». Катерина Вишневська – про зміни ринку за рік повномасштабної війни. *Media Business Reports*. 11.04.2023. URL: <https://mbr.com.ua/uk/news/interview/4950-katerina-visnevsk-intervyu> (дата звернення: 14.03.2025).

23. Давидова А. Надшвидкий продакшен і прем'єра на Netflix. Копродукційний кейс українського серіалу «Перші дні». *Media Business Reports*. 02.11.2023. URL: <https://mbr.com.ua/uk/news/varia/5096-those-who-stayed> (дата звернення: 07.05.2025).

24. Данькова Н. Ася Батаєва-Докаленко, Starlight Media: «Іноземні партнери сприймають українців як надлюдей. Їм цікаві історії життя у надзвичайних умовах». *Детектор медіа*. 05.02.2024. URL: <https://surl.li/qxesdd> (дата звернення: 22.04.2025).

25. Демещенко В. Український кінематограф у період російсько-української війни: стратегії та перспективи. *Метастратегії екрану/мистецтв в умовах постглобалізму та постколоніалізму* : збірник наукових статей та тез Міжнародної науково-практичної конференції (31 жовтня 2024 р.). Київ : ІК НАМ України, 2024. С. 62–65.

26. Держава профінансувала 46 кінопроектів на понад 319 млн грн у 2025 р. – Держкіно // Інтерфакс-Україна. 29.12.2025. URL: <https://interfax.com.ua/news/culture/1132101.html> (дата звернення: 26.03.2026).

27. Друга українська студія дубляжу та озвучування отримала сертифікацію Dolby Premier. *Детектор медіа*. 23.10.2012. URL: <https://detector.media/withoutsection/article/76126/2012-10-23-druga-ukrainska->

[studiya-dublyazhu-ta-ozvuchuvannya-otrymala-sertyfikatsiyu-dolby-premier](#) (дата звернення: 17.08.2025).

28. Дячук О. В., Онучак Л. В. Комунікативно-когнітивні особливості медіадискурсу. *Закарпатські філологічні студії*. 2023. Т. 1. Вип. 29. С. 124–128.

29. Єрмоленко В. Серіал «Спіймати Кайдаша» – безжальний діагноз нашого суспільства. *UAinfo. Правда з блогів*. 30.03.2020. URL: <https://surl.li/btfget> (дата звернення: 03.07.2025).

30. Журавльова Т. Українське екранне мистецтво початку ХХІ століття в процесі національної ідентифікації. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого*. 2023. Вип. 32. С. 93–100.

31. Звіт про результати аудиту відповідності на тему «Державна підтримка кінематографії: за що платить держава?» : затв. рішенням Рахункової палати від 26.08.2025 № 21-1. Київ : Рахункова палата, 2025. 54 с. URL: https://rp.gov.ua/upload-files/Activity/Collegium/2025/21-1_2025/Zvit_21-1_2025.pdf (дата звернення: 06.02.2026).

32. Звіт про сприйняття України у світі 2024. Київ, 2024. 50 с. URL: https://brandukraine.org.ua/documents/187/UA_Ukraines_Global_Perception_Report_20241.pdf (дата звернення: 20.12.2025).

33. Зінченко М. «Київстар ТБ» запускає власний original-серіал. *Детектор media*. 10.03.2025. URL: <https://detector.media/infospace/article/238931/2025-03-10-kyivstar-tb-zapuskaie-vlasnyy-original-serial> (дата звернення: 18.09.2025).

34. Зражевська Н. І. Структурні особливості та комунікаційний потенціал сучасних серіалів. *Образ*. 2022. Вип. 3 (40). С. 39–50. DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2022.3\(40\)-39-50](https://doi.org/10.21272/Obraz.2022.3(40)-39-50).

35. Зубавіна І. Б. «Екраноцентризм» сучасного мистецтва: теорія досліджень та художня практика. *Художня культура. Актуальні проблеми*. 2017. Вип. 13. С. 128–134. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/khud_kult_2017_13_13 (дата звернення: 15.03.2025).

36. Зубавіна І. Б. Кінематограф незалежної України: тенденції, фільми, постаті / Інститут проблем сучасного мистецтва Академії мистецтв України. К.: ФЕНІКС, 2007. 296 с.
37. Зубавіна І. Б. Кіноархетипіка як ядро екранного наративу. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого*. 2015. Вип. 16. С. 75–83.
38. Зубавіна І. Б. Онтологія віртуального простору: екранознавчі зшитки. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2021. 376 с.
39. Зубавіна І. Б. Художнє моделювання часопростору у кінематографі як семантико-естетичний пошук. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого*. 2009. Вип. 4–5. С. 224–239.
40. Інтеграція України до Єдиного цифрового ринку ЄС: сектор аудіовізуальних послуг : аналітичний звіт. Київ : Український центр європейської політики, 2021. URL: <https://ucep.org.ua> (дата звернення: 20.10.2024).
41. Калініченко О. Механік, який навчить вас не боятися психотерапії: рецензія на «Вітю» – прем'єрний драмеді-серіал українського стрімінгу. *Українська правда. Культура*. 16.10.2025. URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/oglyad-na-ukrajinskiy-serial-vitya-310887/> (дата звернення: 20.12.2025).
42. Канівець А. О. Європейські виклики й українські цінності в сучасному вітчизняному кіно. *Кіно-Театр*. 2025. № 6. С. 40–43. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/10726383-a87e-4461-a1e1-9c48eb2c7b6e> (дата звернення: 15.01.2026).
43. Канівець А. О. Травматичні моменти національної історії в сучасному ігровому українському кіно. Енергія відродження. Українське кіно, 2014–2020 / упоряд. і наук. ред. Л. Брюховецька. Київ : Редакція журналу «Кіно-Театр» : Освіта України, 2022. С. 43–58. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/28207> (дата звернення: 10.04.2025).

44. Канівець І. А. Проблема створення ідеальної платформи для варіативних екранних творів. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого*. 2019. Вип. 25. С. 115–121. DOI: <https://doi.org/10.34026/1997-4264.25.2019.188335>

45. Канівець І. А. Реалізація проєктів віртуальної реальності як різновиду варіативного екранного твору. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого*. 2018. Вип. 22. С. 120–125. DOI: <https://doi.org/10.34026/1997-4264.22.2018.217065>.

46. Карманська Ю. Netflix дає \$820 000 для українських кінематографістів. Як це допоможе індустрії, що задихається без держкоштів. *Forbes Ukraine*. 03.08.2022. URL: <https://forbes.ua/inside/netflix-dae-820-000-dlya-ukrainskikh-kinematografistiv-yak-tse-dopomozhe-industrii-yaka-zadikhaetsya-bez-derzhkoshtiv-03082022-7475> (дата звернення: 15.11.2024).

47. Карманська Ю. Війна позбавила українське кіно держкоштів, техніки та фахівців. На допомогу прийшов Захід. Як команди шукають гроші, щоб закінчити майже 30 фільмів. *Forbes Ukraine*. 18.06.2022. URL: <https://forbes.ua/inside/viyna-pozbavila-ukrainske-kino-derzhkoshtiv-tekhniki-ta-fakhivtsiv-na-dopomogu-priyshov-zakhid-yak-komandi-shukayut-groshi-shchob-zakinchiti-mayzhe-30-filmiv-18062022-6651> (дата звернення: 10.11.2024).

48. Кияниця Є. О. Медіалогія: соціальні комунікації : монографія. Київ : Державний торговельно-економічний університет, 2025. 400 с.

49. Кіщак В. Російська агресія позбавила Film.ua головного джерела доходів. Як її власники побудували найуспішніше у країні кіновиробництво. *Forbes Ukraine*. 15.09.2020. URL: <https://forbes.ua/company/za-novim-stsenariem-15092020-64> (дата звернення: 12.10.2024).

50. Коваленко Н., Малахова Ю., Гордєєв Ю. Сегментація цільової аудиторії як елемент стратегічного планування маркетингової активності в соціальних медіа. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2024. № 6. С. 370–375. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-336-58>.

51. Конівіцька Т. Мовна картина українського кінематографа. Соціально-психологічні та гуманітарні виміри безпеки життєдіяльності : збірник тез доповідей І Науково-практичної конференції з міжнародною участю (Львів, 20–21 жовтня 2022 р.). Львів : ЛДУБЖД, 2022. С. 177–180.

52. Конівіцька Т., Бабій І. Мова кінематографа України як інструмент формування національної ідентичності. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2023. Т. 34 (73). № 3. С. 306–312. DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.3/52>.

53. Копродукцією по дистрибуції: як українському контенту пробитися на міжнародний ринок. *Media Business Reports. Медіаняня*. 19.10.2021. URL: <https://mbr.com.ua/uk/news/mediananny/4631-koprodukciei-po-distribucii-kak-ukrainskomu-kontentu-probitsya-na-mezdunarodny-i-ry-nok> (дата звернення: 15.10.2024).

54. Котляр С., Кузьменко Я. Кіно та серіальна продукція як результат співпраці режисера та продюсера. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*. 2023. Т. 6. № 2. С. 177–185. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-2674.6.2.2023.289286>.

55. Кохан Т. «Серія – серіал – серіальна продукція» як структурні складові сучасного культуротворення. *Культурологічна думка*. 2022. № 22. С. 38–45. DOI: <https://doi.org/10.37627/2311-9489-22-2022-2.38-45>.

56. Кохан Т. Феномен серіалу: тенденції американсько-європейського культуротворення. Київ : Інститут культурології НАМ України, 2024. URL: https://icr.org.ua/wp-content/uploads/2025/05/Book-2024_Kokhan.pdf (дата звернення: 15.12.2025).

57. Кульчинський О. «Сусіди» пообіч екрану. *Детектор media*. 19.01.2010. URL: <https://detector.media/kritika/article/50514/2010-01-19-susidy-poobich-ekranu> (дата звернення: 15.10.2024).

58. Ландяк О. М. Стратегії конструювання ідентичності у телесеріалах в українському медіапросторі : автореф. дис. ... канд. філос. наук : спец. 09.00.04 «Філософська антропологія, філософія культури». Харків : Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2011. 20 с.

59. Литвинов В. Що українського ми дивилися найбільше на Netflix за останні три роки. *TEXTY.ORG.UA*. 24.12.2024. URL: <https://texty.org.ua/articles/114123/sho-ukrayinskoho-my-dyvylys-najbilshe-na-netflix-za-ostanni-3-roky> (дата звернення: 15.01.2025).

60. Лірник Сашко. Навдивовижу глибокий серіал: чому варто подивитися «Спіймати Кайдаша». *UAinfo. Правда з блогів*. 23.03.2020. URL: <https://uainfo.org/blognews/1584945850-navdivovizhu-glibokiy-serial-chomu-varto-podivitisya-spiymati.html> (дата звернення: 15.08.2024).

61. Лозовий Т. Орієнтир на жіночу аудиторію 50+ і експорт в СНД. Чому українські серіали такі примітивні. *TEXTY.ORG.UA*. 26.09.2019. URL: https://texty.org.ua/articles/96738/Orijentyr_na_zhinochu_audytoryju_50_i_jeksport-96738 (дата звернення: 06.08.2024).

62. Мальон Л. На шляху до єдиного цифрового ринку ЄС: телекомунікації. Київ : ГО «Український центр європейської політики», 2021. 31 с. URL: https://ucep.org.ua/wp-content/uploads/2021/07/ucep_report_telecom_1.06.2021.pdf (дата звернення: 08.07.2024).

63. Міжнародна прем'єра серіалу «Ті, що залишилися» / Перші дні (Those Who Stayed). *Посольство України у Французькій Республіці*. 21.02.2024. URL: <https://france.mfa.gov.ua/news/mizhnarodna-premyeri-serialu-ti-shcho-zalishilisya-pershi-dni-those-who-stayed> (дата звернення: 09.10.2025).

64. Мішустіна А. В. Глядацькі практики споживання серіалів. *Українські культурологічні студії*. 2019. № 2 (5). С. 80–87. DOI: [https://doi.org/10.17721/UCS.2019.2\(5\).15](https://doi.org/10.17721/UCS.2019.2(5).15).

65. Новікова Л. Динаміка зміни іміджу України в аудіовізуальному мистецтві XXI століття. *Матеріали до української етнології*. 2022. Вип. 21 (24). С. 112–116. DOI: 10.15407/mue2022.21.112.

66. Новікова Л. Єврімаж: режими взаємодії з продюсерською системою України. *Продюсування фільмів у XXI столітті: основні виклики* : збірник матеріалів І Щорічної міжнародної науково-практичної конференції (28–29 вересня 2023 року). Київ : Київський національний університет театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого, 2023. С. 68–70.

67. Новікова Л. Інтеграція українського кінематографа у світовий кінопроцес. *Наукові студії ІМФЕ*. 2013. Вип. 7. С. 339–351.

68. Новікова Л. Український кінематограф у добу глобалізації світового кіновиробництва. *Українська художня культура в умовах інформаційного суспільства* : монографія. Київ : ІМФЕ ім. М. Т. Рильського НАН України, 2019. С. 279–298.

69. Об'ємний звук 5.1 на Netflix. *Netflix Help Center*. URL: <https://help.netflix.com/uk/node/110881> (дата звернення: 03.09.2025).

70. Перевізниця. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLwZhl1zHLbXdTXo8m9olnAHsTTjE6s5oY> (дата звернення: 15.03.2025).

71. Перші дні. Серіал про початок повномасштабного вторгнення росії на територію України. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Ewfad0f6CFo&t=3s> (дата звернення: 20.12.2024).

72. Підгора-Гвяздовський Я. Копродукція в Україні: приклади спільного виробництва. *Детектор media*. 02.02.2018. URL: <https://detector.media/rinok/article/134311/2018-02-02-koproduktsiya-v-ukraini-priklady-spilnogo-vyrobnytstva/> (дата звернення: 15.11.2024).

73. Погребняк Г. П. Світоглядна культура кіно в сучасному мистецтвознавчому дискурсі. *Мистецтвознавство. Соціальні комунікації. Медіапедагогіка* : колективна монографія / наук. ред. О. В. Безручко. Київ : Видавничий центр КНУКіМ, 2024. Т. 10. С. 103–125.

74. Про внесення змін до деяких законів України щодо захисту інформаційного телерадіопростору України : Закон України від 05.02.2015 №

159-VIII. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/159-19#Text> (дата звернення: 20.10.2025).

75. Про внесення змін до деяких законів України щодо мови аудіовізуальних (електронних) медіа : Закон України від 23.05.2017 № 2054-VIII. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2054-19#Text> (дата звернення: 09.04.2025).

76. Про державну підтримку кінематографії в Україні : Закон України від 23.03.2017 № 1977-VIII. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1977-19#Text> (дата звернення: 09.04.2025).

77. Про забезпечення функціонування української мови як державної : Закон України від 25.04.2019 № 2704-VIII. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text> (дата звернення: 09.04.2025).

78. Про кінематографію : Закон України від 13.01.1998 № 9/98-ВР. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/9/98-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 09.04.2025).

79. Про медіа : Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20> (дата звернення: 09.04.2025).

80. Прядко О., Белозьоров Р. Особливості форматів сучасних телесеріалів. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*. 2018. № 2. С. 107–121. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-2674.2.2018.151824>.

81. Серіал «Перші дні», створений за підтримки USAID, виходить на Netflix. *Детектор медіа*. 16.10.2023. URL: <https://detector.media/production/article/218046/2023-10-16-serial-pershi-dni-stvorenyy-za-pidtrymky-usaid-vykhodyt-na-netflix/> (дата звернення: 20.05.2024).

82. Серіал «Спіймати Кайдаша» став переможцем престижної кінопремії «Золота Дзига». *СТБ*. 12.06.2021. URL: <https://surl.li/miluci> (дата звернення: 15.09.2024).

83. Сидорчук Т. А. Музичний серіал: на перетині кіно і телебачення. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого*. 2020. Вип. 26. С. 98–104. DOI: <https://doi.org/10.34026/1997-4264.26.2020.202610>

84. Сизонов Д. Ю. Медіатекст та медіадискурс у сучасному медійному просторі. *Studia Linguistica*. 2013. Вип. 7. С. 389–392.

85. Скуратівський В., Андрієнко В. Специфіка звукових ефектів в ігровому кіно. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*. 2023. Т. 6. № 2. С. 204–212. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-2674.6.2.2023.289307>.

86. Собуцький М. А. Серіальна продукція: питання референції. *Магістеріум. Культурологія*. 2017. Вип. 67. С. 32–35.

87. Старт 72-го Берлінського кінофестивалю: інтерв'ю з кінокритиком Олексієм Росовецьким. *ДИМ*. URL: <https://kanaldim.tv/start-72-go-berlinskogo-kinofestyvalyu-intervyu-z-krytykom-oleksiyem-rosoveczkym> (дата звернення: 20.05.2024).

88. Супрун-Живодрова А. Жанрово-стилістичні особливості українського ігрового кінематографа періоду незалежності. *Народна творчість та етнологія*. 2024. № 1 (401). С. 75–87.

89. Сусіди. *FILM.UA Group*. URL: <https://film.ua/production/projects/fiction/223> (дата звернення: 15.08.2025).

90. Сушко П. Євроінтеграції українського кіно бути // Детектор медіа. 13.01.2020. URL: <https://detector.media/production/article/173866/2020-01-13-ievrointegratsii-ukrainskogo-kino-butyi/> (дата звернення: 09.03.2026).

91. Телесезон 2008/2009. Підсумки. Частина 1. *Детектор медіа*. 28.06.2009. URL: <https://detector.media/infospace/article/46501/2009-06-28-telesezon-20082009-pidsumky-chastyna-1/> (дата звернення: 15.10.2024).

92. Ткаченко заявив, що Netflix запускає два проєкти на підтримку українського кіно. *UA.News*. 28.07.2022. URL:

<https://ua.news/ua/ukraine/tkachenko-zayavil-chto-netflix-zapuskaet-dva-proekta-v-podderzhku-ukrainskogo-kino> (дата звернення: 09.03.2026).

93. Толокольнікова К. Копродукція: від теорії до конкретних пропозицій. *Детектор media*. 14.09.2015. URL: <https://detector.media/rinok/article/111125/2015-09-14-koproduktsiya-vid-teorii-do-konkretnykh-propozytsiy/> (дата звернення: 20.10.2024).

94. Український серіал вийшов на Netflix. *BBC News Україна*. 03.05.2017. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-39790988> (дата звернення: 15.10.2024).

95. Фісенко Т. В. Кінематограф у формуванні громадської думки. *Обрії друкарства*. 2020. № 1 (8). С. 205–223. DOI: [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2020.1\(8\).190102](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2020.1(8).190102).

96. Чиченіна Л. Гроші дали на патріотичне кіно, а зняли серіал для Росії. *Gazeta.ua*. 22.07.2019. URL: <https://gazeta.ua/blog/52038/groshti-dali-na-patriotichne-kino-a-znyali-serial-dlya-rosiyi> (дата звернення: 15.10.2024).

97. Чміль Г. П. «М'яка сила» сучасного українського кіна в глобалізованому світі. *Метастратегії екрану/мистецтв в умовах постглобалізму та постколоніалізму* : збірник наукових статей та тез Міжнародної науково-практичної конференції (31 жовтня 2024 р.). Київ : Інститут культурології НАМ України, 2024. С. 17–20.

98. Чміль Г. П. Гра з реальністю в екранному наративі. *Сучасне українське кіно: від відтворення до творення нової реальності* : матеріали наук.-метод. конф. (м. Київ, 9 листопада 2016 р.). Київ : ІПСМ НАМ України, 2016. С. 22–23.

99. Чміль Г. П., Корабльова Н. С. Візуалізація реального в сучасному культурному просторі : монографія. Київ : Інститут культурології НАМ України, 2013. 256 с.

100. Чміль Г. П., Корабльова Н. С., Безручко О. В. Homo villicus у сучасному екранному середовищі. *Мистецтвознавство. Соціальні комунікації. Медіапедагогіка* : колективна монографія / наук. ред. О. В. Безручко. Київ : Видавничий центр КНУКіМ, 2024. Т. 10. С. 214–240.

101. Шаповал О. В. Трансформація кінообразності в контексті застосування цифрових технологій : дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.04. Кіномистецтво. Телебачення. Київ : Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського НАН України, 2013. 221 с.
102. Шевченко Л. І. Українська неолінгвістика: пошуковий простір, напрями, проблеми. *Народна творчість та етнологія*. 2018. № 3 (373). С. 22–30.
103. Шевчук Ю. Мова в сучасному кінематографі України. *Збруч*. 26.01.2021. URL: <https://zbruc.eu/node/102930> (дата звернення: 15.11.2024).
104. Шумарова Н. П., Пономаренко Л. Г. Медіадискурс: методологічні можливості вивчення. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2024. № 4. С. 51–57.
105. Як український кінематограф потрапляє на Netflix. *AIN.UA*. 11.07.2024. URL: <https://ain.ua/2024/07/11/ukrayinske-kino-na-netflix> (дата звернення: 25.08.2025).
106. Японська версія серіалу «Нюхач» виходить в ефір на NHK. *FILM.UA Group*. 17.10.2016. URL: <https://film.ua/en/news/1585> (дата звернення: 15.10.2024).
107. Ярмонік А. Віртуальна та доповнена реальність у документальному кіно: нові можливості для відтворення історичних подій. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого*. 2025. Вип. 36. С. 214–221. DOI: <https://doi.org/10.34026/1997-4264.36.2025.332829>.
108. Ярмошук В. Українські фільми та серіали – на Netflix, Amazon, HBO Europe. Як креативні індустрії в Україні залучають інвестиції та розвивають інші бізнеси. *Forbes Ukraine*. 22.09.2021. URL: <https://forbes.ua/company/ukrainskie-filmy-i-serialy-na-netflix-amazon-hbo-europe-kak-kreativnye-industrii-v-ukraine-privlekayut-investitsii-i-razvivayut-drugie-biznesy-22092021-2460> (дата звернення: 20.10.2024).
109. Ярослав Пахольчук, «1+1 media»: Українська мова у серіалах часто виглядає невластивою. *Детектор media*. 18.01.2022. URL: <https://detector.media/infospace/article/195669/2022-01-18-yaroslav-pakholchuk-11->

media-ukrainska-mova-u-serialakh-chasto-vyglyadaie-nevlastyvoyu/

(дата

звернення: 15.04.2024).

110. Actor's union issues new rules for sex scenes with «intimacy coordinators». 29.01.2020. URL: <https://www.foxbusiness.com/money/actors-union-issues-new-rules-for-sex-scenes> (accessed: 15.05.2025).

111. Alfano A. New Ukrainian Distribution Company Launches. 23 Oct. 2023. URL: <https://worldscreen.com/new-ukrainian-distribution-company-launches> (accessed: 15.02.2024).

112. Alforova Z., Marchenko S., Shevchuk Y., Kotlyar S., Honcharuk S. Contemporary Ukrainian Cinema into the European Context (2014–2019). *Linguistics and Culture Review*. 2021. Vol. 5, Suppl. 2. P. 274–283. DOI: <https://doi.org/10.37028/lingcure.v5nS2.1345>.

113. Anderson B. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London : Verso, 2006. 240 p.

114. Assmann J. *Cultural Memory and Early Civilization*. Cambridge : Cambridge University Press, 2011. 392 p.

115. Barker M., Wiatrowski M. (eds.). *The Age of Netflix: Critical Essays on Streaming Media, Digital Delivery and Instant Access*. Jefferson, NC : McFarland, 2017. 236 p.

116. Benecke B. Audio Description: Phenomena of Information Control in a Joint Undertaking. Target. *International Journal of Translation Studies*. 2021. Vol. 33, No. 2. P. 294–314.

117. Berton M., Boni M. How to Study the Complexity of Television Series? Towards a Spatial Approach. *TV/Series*. 2019. No. 15. DOI: <https://doi.org/10.4000/tvseries.4991>.

118. Bezruchko O., Anikina O. Modern Audiovisual Art within the Space of Internet Network: New Aspects of Interaction. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Audiovisual Arts and Production*. 2021. Vol. 4, No. 1. P. 43–51.

119. Bignell J. *An Introduction to Television Studies*. 2nd ed. London ; New York : Routledge, 2004. 340 p.
120. Bordwell D. *Narration in the Fiction Film*. Madison : University of Wisconsin Press, 1985. 370 p.
121. Bordwell D. *Poetics of Cinema*. New York : Routledge, 2007. 512 p.
122. Borsos S. Nach dem «Quality TV»: Anatomie und Kritik eines Diskurses. In: Nesselhauf J., Schleich M. (Hrsg.). *Das andere Fernsehen?! Eine Bestandsaufnahme des «Quality Television»*. Bielefeld : transcript Verlag, 2016. S. 35–52.
123. Bourdieu P. *The Field of Cultural Production* / ed. by R. Johnson. New York : Columbia University Press, 1993. 332 p.
124. Brunet J. The Social Production of Creative Products in the Television and Film Industry. *International Journal of Arts Management*. 2004. Vol. 6, No. 2. P. 4–10. URL: https://www.researchgate.net/publication/317552248_The_Social_Production_of_Creative_Products_in_the_Television_and_Film_Industry (accessed: 10.08.2025).
125. Brunsdon C. Problems with Quality. *Screen*. 1990. Vol. 31, No. 1. P. 67–90.
126. Bunish C. VFX for TV Series. *Post Magazine*. 1 Apr. 2014. URL: <https://www.postmagazine.com/Publications/Post-Magazine/2014/April-1-2014/VFX-for-TV-Series.aspx> (accessed: 05.09.2025).
127. Busson A., Paris T., Simon J.-P. The European Audiovisual Industry and the Digital Single Market: Trends, Issues and Policies. *Digiworld Economic Journal*. 2016. No. 101. P. 17–40.
128. Caldwell J. T. *Production Culture: Industrial Reflexivity and Critical Practice in Film and Television*. Durham ; London : Duke University Press, 2008. 464 p. DOI: <https://doi.org/10.1215/9780822388968>.
129. Cecchi D. Seriality as a Chronotope. *Rivista di Estetica*. 2023. No. 83. P. 89–104. DOI: <https://doi.org/10.4000/estetica.9255>.

130. Chalaby J. K. *Television and Globalization*. Cambridge : Polity Press, 2016. 224 p.
131. Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions. UNESCO. 2005. URL: <https://www.unesco.org/en/legal-affairs/convention-protection-and-promotion-diversity-cultural-expressions> (accessed: 15.01.2026).
132. Creeber G. (ed.). *The Television Genre Book*. 3rd ed. London : BFI ; New York : Palgrave Macmillan, 2015. 256 p.
133. Curtin M. Media Capital: Towards the Study of Spatial Flows. *International Journal of Cultural Studies*. 2003. Vol. 6, No. 2. P. 202–228. DOI: <https://doi.org/10.1177/13678779030062004>.
134. Curtin M. *Playing to the World's Biggest Audience: The Globalization of Chinese Film and TV*. Berkeley : University of California Press, 2007. 353 p.
135. Digital Compass 2030: The European Way for the Digital Decade. European Commission. Brussels, 09.03.2021. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52021DC0118> (accessed: 20.06.2021).
136. Dijck J., Poell T., Waal M. *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford : Oxford University Press, 2018. 240 p.
137. Directive (EU) 2018/1808 of the European Parliament and of the Council of 14 November 2018 amending Directive 2010/13/EU on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services (Audiovisual Media Services Directive) in view of changing market realities. *Official Journal of the European Union*. 2018. L 303. P. 69–92. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2018/1808/oj/eng> (accessed: 20.05.2024).
138. Directive 2010/13/EU of the European Parliament and of the Council of 10 March 2010 on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services (Audiovisual Media Services Directive) (Codified version). *Official*

Journal of the European Union. 2010. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2010/13/oj/eng> (accessed: 20.05.2024).

139. Distribution. *FILM.UA Group*. URL: <https://film.ua/en/distribution/> (accessed: 15.09.2025).

140. Doyle G. *Understanding Media Economics*. 2nd ed. London : SAGE Publications, 2013. 248 p.

141. Draghi M. *The Future of European Competitiveness. Part A: A Competitiveness Strategy for Europe*. Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2024. 70 p. URL: <https://commission.europa.eu> (accessed: 20.05.2025).

142. Dunleavy T. *Complex Serial Drama and Multiplatform Television*. New York : Routledge, 2018. 246 p.

143. *Ecological Standards for German Cinema, TV and Online / VoD Productions*. September 2025. 19 p. URL: https://www.ffa.de/files/ffa/ffg-regelungen/verordnungen-abkommen-vereinbarungen/Engl_Ecological_Standards_September%202025.pdf (accessed: 15.10.2025).

144. Engell L. Serie und Serialität. In: Schröter J. (Hrsg.). *Handbuch Medienphilosophie*. Stuttgart : J. B. Metzler, 2012. S. 213–218.

145. Entertainment Identifier Registry Association. EIDR Content ID Registry. URL: <https://eidr.org> (accessed: 22.01.2026).

146. Esquenazi J.-P. *Les séries télévisées. L'avenir du cinéma?* 2e éd. Paris : Armand Colin, 2014. 232 p.

147. Esser A. Defining «European» High-End Drama Series. *Media Industries Journal*. 2016. Vol. 3, No. 1. P. 9–23.

148. European Audiovisual Observatory. *Audiovisual Fiction Production in Europe – 2023 Figures*. Strasbourg : Council of Europe, 2024. URL: <https://rm.coe.int/audiovisual-fiction-production-in-europe-2023-figures-december-2024-a-/1680b2dbda> (accessed: 20.01.2025).

149. European Audiovisual Observatory. Key Trends 2025. Strasbourg : European Audiovisual Observatory, 2025. URL: <https://rm.coe.int/key-trends-2025-en/1680b4e91d> (accessed: 22.02.2026).
150. *European Declaration on Digital Rights and Principles for the Digital Decade*. European Union. 15.12.2022. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/european-declaration-digital-rights-and-principles> (accessed: 20.03.2024).
151. European Social Partners in the Audiovisual Sector. Framework of Actions on Diversity and Inclusion in the Audiovisual Sector. Brussels, 2025. URL: <https://www.uni-europa.org/wp-content/uploads/sites/3/2025/02/FoA-Diversity-Inclusion-EN.pdf> (accessed: 06.03.2026).
152. Filatova O. Cultural Diplomacy of Ukraine: Experience, Problems and Prospects. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series "Issues of Political Science"*. 2021. No. 40. P. 50–57. DOI: <https://doi.org/10.26565/2220-8089-2021-40-06>.
153. FILM.UA Distribution презентувала міжнародний каталог із 30 українських проєктів. 2024. // FILM.UA Group. URL: <https://film.ua/uk/news/2596> (дата звернення: 26.08.2025).
154. Fiske J. *Television Culture*. London ; New York : Routledge, 1987. 353 p.
155. Francistyová B., Novanská Škripcová L. *Korean Drama: From Korean TV to Worldwide Popularity*. 1st ed. Prague : Wolters Kluwer ČR, 2024. 145 p. ISBN 978-80-286-0084-6.
156. Frank Schätzing rechnet mit «Der Schwarm»-Verfilmung ab. *Der Spiegel*. 15.02.2023. URL: <https://www.spiegel.de/kultur/der-schwarm-frank-schaetzing-rechnet-mit-zdf-verfilmung-ab-a-effd3d0e-d779-4cf7-a858-7cflde0b66eb> (accessed: 20.05.2023).
157. Friedrichs-Liesenkötter H., Kamin A.-M., Meister D. M., Ponomarenko L., Teichert J. Medien(-handeln) mit Blick auf Alltag, Erziehung und schulische Bildung aus der Perspektive geflüchteter Frauen aus der Ukraine. *merz | medien + erziehung*. 2023. H. 1. S. 60–67.

158. Gaufman E., Kurylo B. Ukraine in Popular Culture: Editorial for a Special Issue. *Czech Journal of International Relations*. 2024. Vol. 59, No. 1. P. 7–22. DOI: <https://doi.org/10.32422/cjir.866>.
159. Gompertz W. Will Gompertz Reviews *Chernobyl* Starring Emily Watson & Jared Harris on Sky Atlantic. *BBC News*. 04.06.2019. URL: <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-48152005> (accessed: 20.08.2019).
160. Grece C., Tran J.-A. *SVOD Usage in the European Union: 2024 Data*. Strasbourg : European Audiovisual Observatory, 2025. URL: <https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/home-video-and-vod> (accessed: 06.03.2026).
161. Hall S. (Ed.). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London : Sage Publications, 1997. 400 p.
162. Hammett-Jamart J., Mitric P., Redvall E. N. Introduction: European Film and Television Co-production Policy and Practice. In: Hammett-Jamart J., Mitric P., Redvall E. N. (Eds.). *European Film and Television Co-production: Policy and Practice*. Cham : Palgrave Macmillan, 2018. P. 1–26. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-97157-5_1.
163. Hansen K., Waade A. M. *Locating Nordic Noir: From Beck to The Bridge*. Cham : Palgrave Macmillan, 2017. 313 p.
164. Harcourt A. Europeanization as Convergence: The Regulation of Media Markets in the European Union. In: Featherstone K., Radaelli C. M. (Eds.). *The Politics of Europeanization*. Oxford : Oxford University Press, 2003. P. 147–168. DOI: <https://doi.org/10.1093/0199252092.003.0008>.
165. Havens T. *Global Television Marketplace*. London : British Film Institute, 2006. 224 p.
166. Hermes J. *Re-reading Popular Culture*. Oxford : Blackwell Publishing, 2005. 196 p.
167. Hesmondhalgh D. Television, Quality of Life and the Value of Culture. In: Freedman D., Goblot V. (Eds.). *A Future for Public Service Television*. London :

- Goldsmiths Press, 2018. P. 299–313. DOI: <https://doi.org/10.7551/mitpress/9781906897710.003.0018>.
168. Heyman S. Israeli Television's Surprising Global Reach. *The New York Times*. 05.11.2014. URL: <https://www.nytimes.com/2014/11/06/arts/international/israeli-televisions-surprising-global-reach.html>.
169. Hopewell J. Conecta Fiction: *Skam* Initiates International Rollout. *Variety*. 22.06.2018. URL: <https://variety.com/2018/tv/global/conecta-fiction-skam-international-roll-out-1202854433>.
170. Hoskins C., Mirus R. The Television Video Market: Determinants of the Location of Economic Activity. *Journal of Cultural Economics*. 1988. Vol. 12, No. 2. P. 63–82.
171. Iordanova D. Introduction: Ukrainian Cinema's Top 100. *Studies in World Cinema*. 2024. Vol. 4. P. 117–134.
172. Jäckel A. Dual Nationality Film Productions in Europe after 1945. *Historical Journal of Film, Radio and Television*. 2003. Vol. 23, No. 3. P. 231–243.
173. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York : New York University Press, 2006. 308 p.
174. Jenner M. *Netflix and the Re-Invention of Television*. Cham : Palgrave Macmillan, 2018. 237 p.
175. Johnson C. *Online TV*. London : Routledge, 2019. 188 p.
176. Jost F. (Ed.). *Pour une télévision de qualité*. Paris : CNRS Éditions, 2014. 248 p.
177. Jovanović I. V. Glancing, Gazing and Binging: On the Appeal of Contemporary Television Serials. *Rivista di Estetica*. 2023. No. 83. P. 57–73. DOI: <https://doi.org/10.4000/estetica.9207>.
178. Ju H. Korean TV Drama Viewership on Netflix: Transcultural Affection, Romance, and Identities. *Journal of International and Intercultural Communication*. 2020. Vol. 13, No. 1. P. 32–48. DOI: <https://doi.org/10.1080/17513057.2019.1606269>.

179. Kelleter F. Introduction: Media of Seriality. In: Kelleter F. (Ed.). *Media of Serial Narrative*. Columbus : Ohio State University Press, 2017. P. 1–34.
180. Letta E. *Much More Than a Market: Speed, Security, Solidarity. Empowering the Single Market to Deliver a Sustainable Future and Prosperity for All EU Citizens*. Brussels, 2024. 146 p. URL: <https://www.consilium.europa.eu/media/ny3j24sm/much-more-than-a-market-report-by-enrico-letta.pdf> (accessed: 20.05.2025).
181. Lobato R. *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution*. New York : New York University Press, 2019. 235 p.
182. Lotz A. D. *After Mass Media: Storytelling for Microaudiences*. Oxford : Oxford University Press, 2024. 240 p.
183. Lotz A. D. *Media Disrupted: Surviving Pirates, Cannibals, and Streaming Wars*. Cambridge : MIT Press, 2021. 272 p.
184. Lotz A. D. *Portals: A Treatise on Internet-Distributed Television*. Ann Arbor : University of Michigan Press, 2017. 150 p.
185. Lotz A. D. *The Television Will Be Revolutionized*. 2nd ed. New York : New York University Press, 2014. 336 p.
186. Maiello A. TV Series: A Form of Adaptation to the Contemporary Media Condition. *Rivista di Estetica*. 2023. No. 83. P. 74–88. DOI: <https://doi.org/10.4000/estetica.9240>.
187. Mayer R., Stein D. Transnational Seriality: The Circulation of Characters, Scenes, and Formats in the Extended Nineteenth Century. In: Kelleter F. (Ed.). *Media of Serial Narrative*. Columbus : Ohio State University Press, 2017. P. 102–120.
188. McCabe J., Akass K. (Eds.). *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*. London : I.B. Tauris, 2007. 296 p.
189. McCahill M. *The Swarm* Converts Ecological Collapse into Pacy, Briny Pulp: Berlinale TV Review. *Variety*. 20.02.2023. URL: <https://variety.com/2023/global/festivals/the-swarm-tv-review-berlinale-series-1235529234>.

190. Meir C. *Developing a Legal Instrument for Drama Series International Co-Production: Case Studies, Legal Precedents & Recommendations*. Report commissioned by the Council of Europe and Eurimages. Strasbourg, 2022. URL: <https://rm.coe.int/legal-instrument-dramaseries-report/1680ab0a74> (accessed: 20.10.2022).
191. Methodology Paper – BAFTA albert Carbon Calculator. November 2023. URL: <https://wearealbert.org/wp-content/uploads/2024/01/albert-Carbon-Calculator-Methodology-paper-2023.pdf> (accessed: 15.02.2024).
192. Mikos L. Digital Media Platforms and the Use of TV Content: Binge Watching and Video-on-Demand in Germany. *Media and Communication*. 2016. Vol. 4, Iss. 3. P. 154–161. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v4i3.542>.
193. Miller T. *Global Media Studies*. Cambridge : Polity Press, 2016. 220 p.
194. Milosavljević I., Simeunović Bajić N. The Impact of Netflix and Video Streaming Services on Changes in Distribution, Production, and Audience of Television Series. *DHS – Društvene i Humanističke Studije*. 2025. No. 1 (27). P. 763–784.
195. Mittell J. *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*. New York : New York University Press, 2015. 400 p.
196. Moran A. *New Flows in Global TV*. Bristol : Intellect Books, 2009. 160 p.
197. Most European Content on VOD Is Non-National – with UK Content Taking the Lead. *European Audiovisual Observatory*. 28.11.2019. URL: https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/publications/-/asset_publisher/BEt0nsJbKkpD/content/most-european-content-on-vod-is-non-national-with-uk-content-taking-the-lead#2019 (accessed: 15.08.2024).
198. Nannicelli T. The Television Medium. In: Carroll N., Di Summa L. T., Loht S. (Eds.). *The Palgrave Handbook of the Philosophy of Film and Motion Pictures*. Cham : Palgrave Macmillan, 2019. P. 823–842. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-19601-1_40.

199. Napoli P. M. *Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences*. New York : Columbia University Press, 2010. 272 p.
200. Nesselhauf J., Schleich M. (Hrsg.). *Das andere Fernsehen?! Eine Bestandsaufnahme des „Quality Television“*. Bielefeld : transcript Verlag, 2016. 394 s.
201. Newman M. Z., Levine E. *Legitimizing Television: Media Convergence and Cultural Status*. New York : Routledge, 2012. 304 p.
202. Nicholson R. The Young Pope Review – Stunning, Thoughtful and Visually Arresting. *The Guardian*. 16.12.2016. URL: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2016/dec/16/the-young-pope-review-stunning-thoughtful-and-visually-arresting> (accessed: 15.08.2024).
203. Nye J. S. Public Diplomacy and Soft Power. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 2008. Vol. 616. P. 94–109. URL: <http://www.jstor.org/stable/25097996>.
204. Olzacka E. Ukrainian Cinema and Cultural Mobilization During the Russian Invasion (2022). *Cinema: Journal of Philosophy and the Moving Image*. 2023. Vol. 15, No. 1. P. 14–30. DOI: <https://doi.org/10.34619/wfkq-pbln>.
205. Pohrebniak H. Ukrainian Cinematography in the Context of Intercultural Cooperation. *Images*. 2023. Vol. XXXIV, No. 43. P. 97–110. DOI: <https://doi.org/10.14746/i.2023.34.43.6>.
206. Powering Realistic Driving Scenes for “In Her Car” TV Series. 02.02.2024. URL: <https://screenberry.com/case-studies/virtual-production-in-her-car-TV-series> (accessed: 30.08.2025).
207. Priadko O., Kostiuk N., Cherkasova N., Moussienko O., Levchenko O. Modern Ukrainian TV Series: Challenges of the Global Multimedia Market. *Linguistics and Culture Review*. 2021. Vol. 5, Special Issue 2. P. 259–273. DOI: <https://doi.org/10.21744/lingcure.v5nS2.1344>.
208. Priadko O., Sirenko M. Virtual Production: A New Approach to Filmmaking. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in*

Audiovisual Arts and Production. 2021. Vol. 4, No. 1. P. 52–58. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-2674.4.1.2021.235079>.

209. Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council Establishing a Common Framework for Media Services in the Internal Market (European Media Freedom Act) and Amending Directive 2010/13/EU. *European Commission*. 16.09.2022. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52022SC0286> (accessed: 20.05.2024).

210. Redvall E. N. *Writing and Producing Television Drama in Denmark: From The Kingdom to The Killing*. Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2013. 256 p.

211. Regulation (EU) 2021/818 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2021 Establishing the Creative Europe Programme (2021–2027) and Repealing Regulation (EU) No 1295/2013. *Official Journal of the European Union*. 2021. URL: <http://data.europa.eu/eli/reg/2021/818/oj> (accessed: 20.05.2024).

212. Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market for Digital Services (Digital Services Act). *Official Journal of the European Union*. 2022. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj/eng> (accessed: 20.05.2024).

213. Roxborough S. London TV Screenings Sets Record Year, Unveils 2026 Event. *The Hollywood Reporter*. 06.03.2025. URL: <https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/london-tv-screenings-record-2025-plans-2026-1236156239/> (accessed: 20.05.2025).

214. Rustad G. C. Mapping Scandinavian Quality TV. Paper Presented at *NordMedia 2015: Media Presence – Mobile Modernities*, Copenhagen, Denmark, 12–14 August 2015. URL: https://www.academia.edu/14199152/Mapping_Scandinavian_quality_TV (accessed: 15.08.2024).

215. Saunders R. A. Ukraine at War: Reflections on Popular Culture as a Geopolitical Battlespace. *Czech Journal of International Relations*. 2024. Vol. 59, No. 1. P. 23–57. DOI: <https://doi.org/10.32422/cjir.779>

216. Schlütz D. *Quality-TV als Unterhaltungsphänomen: Eine Studie zur Rezeption von Qualitätsserien*. Wiesbaden : Springer VS, 2016. 258 s.
217. Schneeberger A. *Audiovisual Fiction Production in Europe: 2015–2024 Figures*. Strasbourg : European Audiovisual Observatory, December 2025. URL: <https://rm.coe.int/audiovisual-fiction-production-in-europe-2015-2024-figures-december-20/488029937b> (accessed: 20.12.2025).
218. Schneeberger A. *Audiovisual Media Services in Europe: Supply Figures and AVMSD Jurisdiction Claims – 2020*. Strasbourg : European Audiovisual Observatory, June 2021. URL: <https://rm.coe.int/audiovisual-media-services-in-europe-2020/1680a2fc29> (accessed: 15.08.2024).
219. Segala M. Epic Performed: The Poetic Nature of TV Series. *Rivista di Estetica*. 2023. No. 83. P. 39–56. DOI: <https://doi.org/10.4000/estetica.9196>.
220. Sevin E., Ingenhoff D. Diplomacy on Social Media: Analyzing Networks and Content. *International Journal of Communication*. 2018. Vol. 12. P. 3663–3685.
221. Skweres A. M. Dolby Atmos: Full Immersion in the Cinema World. *Media & Entertainment*. 14.08.2012. URL: <https://mande.net/btl/gear/dolby-atmos-full-immersion-in-the-cinema-world> (accessed: 30.08.2025).
222. Slugan M., Terrone E. Introduction. *Rivista di Estetica*. 2023. No. 83. P. 3–4. DOI: <https://doi.org/10.4000/estetica.9137>.
223. Smith N. The Office: 10 David Brents from Around the World. *BBC News*. 20.02.2018. URL: <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-43113390> (accessed: 15.08.2024).
224. Thompson R. J. *Television's Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER*. New York : Continuum, 1996. 320 p.
225. Those Who Stayed – Ukrainian Miniseries Set to Debut on Netflix. *The New Voice of Ukraine*. 01.11.2023. URL: <https://english.nv.ua/life/those-who-stayed-ukrainian-miniseries-set-to-debut-on-netflix-50365030.html> (accessed: 15.08.2024).
226. Ukraine's Global Perception Report 2022. Київ : Brand Ukraine, 2022. 72 c. URL:

https://brandukraine.org.ua/documents/32/Ukraines_Global_Perception_Report_2022.pdf (accessed: 06.03.2026).

227. Victory J. Green Shoots: Environmental Sustainability and Contemporary Film Production. *Studies in Arts and Humanities*. 2015. Vol. 1. No. 1. P. 54–68. DOI: <https://doi.org/10.18193/sah.v1i1.6>.

228. Wang J. Ukraine President Volodymyr Zelenskyy's Hit Series Returns to Netflix. *Entertainment Weekly*. 16.03.2022. URL: <https://ew.com/tv/volodymyr-zelenskyy-comedy-series-servant-of-the-people-returns-netflix/> (accessed: 15.08.2024).

229. White Book of Reforms 2025. Chapter 15. Reforms in Culture and Media. *Vox Ukraine*. 17.06.2025. URL: <https://voxukraine.org/en/white-book-of-reforms-2025-chapter-15-reforms-in-culture-and-media> (accessed: 30.08.2025).

230. Winckler M. *Petit éloge des séries télé*. Paris : Gallimard, 2012. 128 p.

231. Wong W. Netflix Announces Return of 'Servant of the People' Starring Ukrainian President Volodymyr Zelenskyy. *NBC News*. 16.03.2022. URL: <https://www.nbcnews.com/pop-culture/pop-culture-news/netflix-announces-return-servant-people-starring-ukrainian-president-v-rcna20254> (accessed: 15.08.2024).

232. World Trade Organization. *World Trade Report 2015*. Geneva : WTO, 2015.

233. *Yearbook 2023/2024. Key Trends: Television, Cinema, Video and On-Demand Audiovisual Services – The Pan-European Picture*. Strasbourg : European Audiovisual Observatory, Council of Europe, 2024. 61 p.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

**Статті в наукових фахових виданнях України,
включених до міжнародних наукометричних баз**

1. Горобець К. Сучасний контекст українського виробництва телевізійних серіалів. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка Карого*. 2024. № 34. С. 143–150. DOI: [10.34026/1997-4264.34.2024.305207](https://doi.org/10.34026/1997-4264.34.2024.305207)

2. Горобець К. Технологічні особливості українського виробництва телевізійних серіалів. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка Карого*. 2025. № 37. С. 186–195. DOI: [10.34026/1997-4264.37.2025.345168](https://doi.org/10.34026/1997-4264.37.2025.345168).

3. Горобець К. Серіал у сучасному науковому дискурсі: від теоретичних підходів до української інтерпретації скандинавського нуару. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Мистецтвознавство*. 2026. № 54. С. 65–74. DOI: [10.31866/2410-1176.54.2026.362230](https://doi.org/10.31866/2410-1176.54.2026.362230).

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

Горобець К. Продюсування українського ігрового кіно під час війни: проблеми та шляхи їх вирішення. *Продюсування фільмів у 21 столітті: основні виклики*: зб. мат. І Щорічної міжнародної науково-практичної конференції. КНУТКіТ імені І. К. Карпенка-Карого, Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології імені М. Т. Рильського НАН України (28–29 вересня 2023). К., 2023. С. 20–22.

URL: <https://ir.knutkt.edu.ua/bitstream/handle/123456789/966/Tezy-Mizhnarodnoi-naukovopraktychnoi-konferentsii-20.02.24.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Горобець К. Реалії сучасного копродукційного кіновиробництва. *Продюсування фільмів у 21 столітті: основні виклики*: зб. мат. II Щорічної міжнародної науково-практичної конференції. КНУТКіТ імені І. К. Карпенка-Карого, Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології імені М. Т. Рильського НАН України (16–17 грудня 2024 р.). К., 2024. С. 27-31. URL: <https://ir.knutkt.edu.ua/handle/123456789/967>

Горобець К. Роль українського телесеріалу як інструменту культурної дипломатії. *ArtVision: актуальні питання музичного, театрального та кіномистецтва*: Збірник матеріалів Всеукраїнської наукової конференції студентів, аспірантів та науковців (Київ, 19-20 листопада 2025 р.). К., 2025. С. 52-54.

URL: https://drive.google.com/file/d/13JT8_noFndv67zdgQg6RKBKCnekRqKQR/view

Горобець К. Мова українських телесеріалів у контексті трансформації серіального виробництва. *Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі: аспекти міжмовної комунікації та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця*: зб. мат. Міжнар. науково-практична інтернет-конференція пам'яті філолога, журналіста та захисника України Володимира Мукана (Ірпінь – Ломжа, 20 лютого 2026). Ірпінь : Державний податковий університет ; Ломжа : Міжнародна академія прикладних наук в Ломжі. Видавництво : MANS w Łomży, 2026. С. 165–171.

URL:

https://dpu.edu.ua/images/2026%20plus/2026/1_Photo_dlya_novyn_2026/Naukovi%20zahodi/04%20kviten%20Naukovi%20zahodi/Zbirnik%20konferencii%20Ukrainska%20mova%20ta%20kultura%20v%20sucasnomu%20gumanitarnomu%20casoprostori.pdf

Горобець К. Функціонування європейського ринку телесеріалів: стандарти до аудіовізуального продукту. *Новітні тенденції в медіагалузі*: зб. мат. VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених

(14 квітня 2026 р.). Київ, 2026. С. 117–120. URL: https://science.journ.knu.ua/wp-content/uploads/2026/06/novitni_tendencziyi_2026.pdf

ДОДАТОК Б

Моделі інтеграції серіалів до європейського ринку

Модель входу	Ключові критерії (що встановлюємо)	Відповідність вимогам ЄС (AVMSD)	Європейські приклади	Українські кейси	Аналітичні індикатори (для Вашого дослідження)
Продаж готового продукту	якість продукції (зображення, звук, VFX) • жанрова універсальність • зрозумілість наративу • культурна перекладність	відповідність критерію <i>European works</i> • потенціал для включення у квоти ($\geq 50\%$) • відсутність культурних бар'єрів	Babylon Berlin Gomorrah	«Нюха»	рівень технічної якості • універсальність теми • доступність для іноземного глядача
Продаж формату	універсальність ідеї • транснаціональна зрозумілість структури • чіткість драматургії	опосередкована відповідність (через локалізацію) • інтеграція у національні ринки ЄС	The Office Skam	«Слуга на розрив»	потенціал адаптації • повторюваність формату • універсальність конфлікту
Копродукція	участь європейських партнерів • відповідність	повна відповідність статусу <i>European work</i> •	Chernobyl The Young Pope	«Пітер»	рівень міжнародної участі • джерела фінансування • орієнтація на європейського глядача

Модель входження	Ключо ві критер ії (що встано влюєм о)	Відповідність вимогам ЄС (AVMSD)	Європейські приклади	Украї нсь кі кей си	Аналітичні індикатори (для Вашого дослідження)
	стандарта м виробницт ва • орієнтація на міжнародн у аудиторію	доступ до фінансува ння ЄС • включенн я у квоти		« П ер ев із ни ця »	

ДОДАТОК В

Моделі інтеграції українських телесеріалів до європейського ринку

Телесеріал	Продакшен	Осн	Тип	Європейський / глобальний контекст
		овн	а	
		мод	міжнародно	
		ель	ї	
		інте	дистрибуції	
		гра		
		ції		
Нюхач (2013–2019)	Film.UA	Прод	Продаж	Один із перших українських серіалів, що отримав широку міжнародну дистрибуцію та був проданий до десятків країн
			прав на показ у різних країнах; міжнародна дистрибуція	
Слуга народу (2015–2019)	Студія «Квартал 95»	Прод	Адаптації	Серіал здобув міжнародну впізнаваність і став прикладом глобального інтересу до українських телевізійних форматів
			формату та продаж прав на показ	
Кріпосна (2019–2021)	Star Media	Копр	Продаж	Історична мелодрама як універсальний жанр для міжнародних телевізійних ринків
			прав на показ у країнах Центральної та Східної Європи	
Схованки (2019)	Film.UA	Копр	Спільне виробництво з міжнародними партнерами та фестивал	Приклад інтеграції українського серіалу до європейської моделі <i>high-end fiction</i>
			на	

		Осн овн а	Тип	
Телесеріал	Продакшен	мод ель інте гра ції	міжнародно ї дистрибуції	Європейський / глобальний контекст
			дистрибу ція	
		High- end produ ction	Поширен ня через стримінг ові платформ и та міжнарод ні онлайн- майданчи ки	
Перші дні (2022)	Film.UA та партнери	з міжн ародн ою орієн таціє ю	ні міжнарод ні онлайн- майданчи ки	Приклад нової моделі короткоформатного серіалу, орієнтованого на глобальну цифрову аудиторію
		High- end produ ction	Презента ція на міжнарод них телевізій них ринках та фестивал ях	
Перевізниця (2023)	Film.UA	з міжн ародн ою орієн таціє ю	них телевізій них ринках та фестивал ях	Сучасна модель серіалу, створеного з урахуванням європейських стандартів виробництва

Порівняльна характеристика серіальних форматів

Критерій	Вертикальні кейси	Горизонтальні кейси	Антології
Структура	Кожна серія – окремий завершений випадок (<i>case-of-the-week</i>).	Єдина сюжетна лінія, що розгортається протягом сезону або кількох сезонів.	Кожна серія – самостійний фільм із власними героями та конфліктами.
Глядацьке сприйняття	Можна дивитися серії у довільному порядку без втрати розуміння.	Потребує послідовного перегляду для збереження інтриги.	Кожна серія створює новий досвід; глядач може обирати епізоди за інтересом.
Виробничі особливості	Можливість групувати сцени за локаціями та оптимізувати бюджет.	Об'єднання всіх сцен однієї локації в межах кількох знімальних днів.	Кожна серія знімається як окремий фільм; відсутня можливість економії часу й ресурсів.
Переваги	Універсальність, тривала життєздатність, масова привабливість.	Глибокий розвиток персонажів, багаторівневі конфлікти, висока художня цінність.	Художній експеримент, різноманітність стилів і тематик, можливість роботи з різними аудиторіями.
Недоліки	Менша глибина сюжетів, ризик одноманітності.	Високі вимоги до утримання уваги, складність у виробництві.	Висока вартість, значні часові витрати, неможливість оптимізації.
Українські приклади	«Пес», «Доктор Віра», «Карпатський рейнджер».	«Схованки», «Перевізниця».	«Перші дні»



Кадр із телесеріалу «Перші дні» в первісному вигляді



Кадр із телесеріалу «Перші дні» після цифрового перетворення