

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

«__» _____ 2023 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

СТВОРЕННЯ ЮТУБ-КАНАЛУ З АВТОМОБІЛЬНОЇ ТЕМАТИКИ

«RED ZONE»

Виконавець: Малюга Олександр Володимирович _____

Керівник: д-р філол. наук, проф.

Шульгіна Валентина Іванівна _____

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц.,

Остапчук Світлана Сергіївна _____

Київ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ЮТУБ - ПЛАТФОРМА ДЛЯ ВІДЕО, ЯКА ЗМІНИЛА ІНТЕРНЕТ-ПРОСТІР.....	6
1.1. Історія створення соціальної мережі «Ютуб».....	6
1.2. Фінансові можливості компанії «Ютуб»	13
1.3. Проблеми та перспектива розвитку платформи «Ютуб»	19
Висновки до розділу 1	23
РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПЦІЯ ЮТУБ - КАНАЛУ «RED ZONE» НА АВТОМОБІЛЬНУ ТЕМАТИКУ.....	24
2.1. Аналіз потенційної аудиторії каналу.....	24
2.2. Тематика та рубрики автомобільного каналу.....	28
2.3. Процес створення контенту (локація, інструмент і т.д.).....	34
2.4. Особливості монетизації та реклами на каналі.....	37
Висновки до розділу 2.....	41
ВИСНОВКИ.....	42
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	45
ДОДАТКИ.....	49

ВСТУП

Ми живемо в час коли соціальні мережі відіграють дуже важливу роль в нашому житті: хтось дуже любить просто сидіти і переглядати останні новини, можливо, цікаві відео, а хтось на цьому будує свою кар'єру та заробляє великі гроші. Ютуб – це веб-сайт для обміну відео, який розвивається неймовірними кроками та є другим за відвідуванням серед своїх конкурентів. Для того, щоб створювати контент для свого ютуб-каналу, не потрібно багато дорогого обладнання, його можна створювати з свого смартфона, що дає змогу розвиватися більшості людей. Ютуб є дуже розвинутою соціальною мережею але потенціал мережі лишається великим.

Актуальність дослідження полягає в тому, що після початку повномасштабного вторгнення стало зрозуміло, що українського контенту дуже мало, а українськомовного взагалі майже немає, що є неприпустимим для такої великої держави, як Україна. Тому автомобільний канал «RED ZONE» спрямований на розвиток українськомовного контенту в Україні.

Друге - це те, що з роками у світі виготовлено дуже багато автомобілів, і інформації про деяку техніку, а тим більше про технічні аспекти конкретних автомобілів немає.

Теоретичними аспектам механізмів роботи мережі «Ютуб» присвячені роботи таких авторів, як: М. Богданов, С. Васильєв, О. Корнієць [2; 3; 6 та інші].

Мета дослідження полягає в розкритті розвитку ютубу, можливостей для користувачів відеохостингу та розробці ютуб-каналу з автомобільної тематики «RED ZONE».

Визначена мета передбачає вирішення таких завдань:

- Дослідити історію розвитку мережі «Ютуб».
- Розглянути механізми фінансування та монетизації на ютуб.

- Схарактеризувати перспективи розвитку платформи «Ютуб».
- Розробити власний ютуб-канал на автомобільну тематику «RED ZONE».

Об’єкт дослідження – історія та механізм створення каналу на платформі «Ютуб».

Предметом дослідження є процес створення ютуб-каналу з автомобільної тематики «RED ZONE».

Методи дослідження. Теоретичний метод дослідження було використано під час ознайомлення з результатами дослідження науковців, дотичних до порушеної теми. У процесі визначення особливостей мережі «Ютуб» було використано методи спостереження, індукції, дедукції, історичний метод. Також у процесі дослідження тенденцій було використано такі методи дослідження, як контент-моніторинг та контент-аналіз. Метод моделювання – для дослідження потенційної цільової аудиторії.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в описі механізму створення ютуб-каналу з автомобільної тематики, починаючи з рубрик, які будуть на каналі, закінчуючи готовою версією продукту, яка буде функціонувати та збирати перегляди.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що можна використовувати в подальшому дослідженні такої мережі, як ютуб, при створенні нових каналів на різноманітну тематику.

Апробація результатів дослідження. Зміст і результати дослідження висвітлювалися на науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Політ. Сучасні проблеми науки – 2023» та Дев’ятій всеукраїнській студентській науковій конференції «Актуальні проблеми соціальних комунікацій».

Публікації. Основні положення дипломної роботи було викладено в публікаціях:

- Малюга Олександр Володимирович. Ютуб: коротка історія легендарного проекту. «ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки»: матеріали

XXIII Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених, Київ: НАУ, 2023 (247-249).

Структура й обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається зі вступу, 2 розділів (6 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел у кількості 35 позицій та додатків. Загальний обсяг роботи становить 52 сторінок, основний текст викладено на 42 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ЮТУБ - ПЛАТФОРМА ДЛЯ ВІДЕО, ЯКА ЗМІНИЛА ІНТЕРНЕТ-ПРОСТІР

1.1. Історія створення соціальної мережі «Ютуб»

Ютуб — це веб-сайт для обміну відео, де користувачі можуть завантажувати, переглядати та ділитися відео [21].

Він був зареєстрований 14 лютого 2005 року Стівом Ченом, Чадам Герлі та Джаудом Карімом, трьома колишніми співробітниками американської компанії електронної комерції PayPal .

Стів Чен – комп'ютерний інженер та інтернет-підприємець, народився в Тайбеї, Тайвань.

Чад Герлі американський підприємець, засновник і колишній генеральний директор популярного сайту обміну відео ютуб і MixBit. Народився в 1977 році в Пенсильванії, третя дитина в сім'ї.

Джауд Карім – американський підприємець, один з творців сервісу YouTube, раніше зробив внесок у розроблення сервісів платіжної системи PayPal. Народився в Мерзебурзі (НДР), в сім'ї німкені й бангладеського іммігранта [13].

У них була ідея, що звичайним людям буде приємно ділитися своїми відео, до того ж на той момент схожі програми просто не могли конкурувати з Ютуб через його простоту та практичність.

Назва проекту «Ютуб» народилася з каламбуру: англійською Boob Tube – це сленгова назва телевізора. Сервіс був заснований на технології Flash Video, FLV, завдяки якій завантажувати на сайт ролики завдовжки до 10 хвилин можна було швидко. Ролі між розробниками розподілилися так:

- Джавед Карім став основним ідеологом проекту та генератором ідей. Він і Стів Чен програмували та верстали майбутній сайт;

- Чад Херлі займався розробкою дизайну проекту. Йому належить заслуга у створенні логотипу Ютуб, його оформлення та інтерфейсу.

У травні 2005 року в мережі з'явилася бета-версія ютуб, а через місяць було розміщено перше відео. Він мав назву «Я в зоопарку» і був 19-секундним роликком, опублікованим самим Карімом. На відео були показані кадри Каріма в зоопарку Сан-Дієго, де він розповідав про слонів та їхній хобот [14].

Спочатку ютуб створювався як платформа, на якій кожен міг публікувати будь-який відеовміст. Було сподівання, що користувачі зможуть використовувати сайт для завантаження, обміну та перегляду вмісту без обмежень. Відтоді він став одним із провідних сайтів розповсюдження відео у світі. Сьогодні багато творців контенту заробляють на пристойне життя, продаючи рекламу на відео, які вони створюють і завантажують на сайт.

До вересня 2005 року ютуб зумів отримати перше відео з мільйоном переглядів. Це була реклама найк, яка стала вірусною.

Це перше вірусне відео на ютуб було роликком бразильського футболіста Роналдіньо, який отримує пару золотих бутс. Найк також була однією з перших великих компаній, яка використала рекламний потенціал ютуб. Відтоді ютуб стрімко розвивався. Ось деякі з основних віх в історії компанії.

Завдяки таким речам, як Партнерська програма «Ютуб» і «Адсенс» від гугл, яка була створена у грудні 2007 року, люди, які створювали контент, почали мати змогу заробляти гроші в мережі «Ютуб».

Партнерська компанія «Ютуб» це – обов'язкова умова для всіх каналів-партнерів багатоканальних мереж. Коли ваш канал досягне потрібних показників, ми перевіримо його на відповідність умовам програми.

Приєднавшись до Партнерської програми «Ютуб», такі канали можуть співпрацювати безпосередньо з ютуб, зберігаючи при цьому всі переваги участі в багатоканальній мережі. Усі канали-учасники мають укласти угоду з ютуб відповідно до умов Партнерської програми ютуб.

Гугл Адсенс дає можливість видавцям отримувати прибуток від їхнього контенту в Інтернеті. Адсенс добирає оголошення відповідно до контенту на вашому сайті та його аудиторії. Оголошення створюють і оплачують рекламодавці, які хочуть рекламувати свої товари або послуги. [25]. Оскільки вартість різних оголошень для рекламодавців різниться, ваш прибуток буде різним.

Ютуб дуже серйозно контролює контент який буде публікуватися. Не можна публікувати контент, делікатного характеру, насильницький або небезпечний матеріал для людей, якщо ці правила будуть порушені Ютуб може позбавити користувача привілеій або назавжди закрити їхні облікові записи. Не можна порушувати авторські права, в разі їх порушення відео блокується або видаляється.

Влада багатьох держав блокує ютуб через ряд причин :

- Запобігання критиці правителів, уряду, урядовців, релігії чи релігійних лідерів.
- Уникнення відео, що пропагують расизм.
- Порушення національного законодавства.
- Запобігання доступу до відео, які вважають неприйнятними для дітей.

Ютуб заборонено використовувати в деяких країнах:

- Китай, наприклад, відеоплатформа заблокована урядом. Це тому, що китайський уряд не хоче, щоб його громадяни мали доступ до відео, які критикують уряд.

- Бразилія: супермодель Даніела Чікареллі подала до суду на YouTube через відео, на якому вона займається сексом зі своїм хлопцем на громадському пляжі. Рішення суду змусило уряд заблокувати доступ до ютуб у Бразилії, доки відео не буде видалено з сайту.

- Індонезія та Узбекистан: обидва уряди попросили інтернет-провайдерів заблокувати ютуб у відповідь на "Fitna", відео, яке перемежує

зображення терористичних атак цитатами з Корану. Відео викликало протести та соціальні заворушення в багатьох переважно мусульманських країнах [28].

- Послуга також є незаконною для використання в Північній Кореї. Це тому, що уряд Північної Кореї не хоче, щоб його громадяни мали доступ до будь-якої інформації, яка не схвалена урядом.

За час свого існування ютуб розвився неймовірними темпами і через 18 років свого існування створив багато сервісів для зручності людей, які створюють контент так і для звичайних користувачів [3]. Були створені такі сервіси як:

- Ютуб Преміум — за окрему плату надає можливість слухати музику в ютуб мюзік, переглядати контент без реклами, завантажувати відео та дивитися його офлайн, фонове відтворення, дивитися серіали й фільми з колекції ютуб Оріджиналс.

- Ютуб ТВ — за окрему плату сервіс дозволяє дивитись телеканали. Існують різні варіанти підписок.

- Ютуб Ігри — за допомогою сервісу можна вести прямі ігрові трансляції.

- Ютуб Музика — сервіс для потокового прослуховування музики.

- Ютуб VR — сервіс для перегляду контенту у форматі віртуальної реальності (додатково потрібно мати спеціальну гарнітуру).

- Ютуб для дітей — сервіс пропонує відео, орієнтовані на дитячу аудиторію, з функціями батьківського контролю та фільтруванням відео, які є недоцільними для перегляду дітям молодшим 5, 9 або 13 років, залежно від вікової групи, яку обрано.

- Творча студія ютуб — платформа для авторів, на якій можна керувати ютуб-каналом.

- Ютуб Го — сервіс дозволяє завантажувати відео і переглядати його протягом 30 днів.

- Ютуб Директор — сервіс для створення відеореклами.

У 2011 році ютуб підписав угоду з соціальною мережею «Гугл» і веб-браузером «Хром» про пряме підключення до своїх відео з їх платформи. Спочатку єдиною мовою, доступною на ютуб, була англійська, але в 2012 році кількість зросла до шести європейських діалектів. У жовтні 2012 року ютуб трансливав президентські дебати в США, завдяки чому його широко відомий слоган (Broadcast Yourself) поширювався по всьому світу [23]

В грудні 2012 року на мережі «Ютуб» сталася історична подія, перше відео з мільярдним переглядом. Відео корейського поп-виконавця на «Gangnam Style» зібрало понад 1,3 мільярда переглядів на ютуб, ставши його кліпом №1 за кількістю переглядів. «Gangnam Style» зібрав стільки переглядів, що «зламав» ютуб. Лічильник переглядів не міг записувати числа, більші за 32-розрядне ціле число, тому його було оновлено до 64-розрядного цілого числа. Станом на 2023 рік кількість переглядів досягнуло 4.7 млрд. Цей рік був визначним для платформи обміну відео й з інших причин, оскільки вона стала головним місцем для висвітлення президентських виборів у серпні 2012 року [26].

У січні 2022 ютуб став другою за популярністю соціальною мережею у світі, ютуб зберігає домінування як платформа соціальних медіа для відео. Ютуб наразі є другою найбільш використовуваною платформою з 2,2 мільярдами активних користувачів на місяць (після Facebook – Meta з 2,9 мільярдами користувачів на місяць) [31].

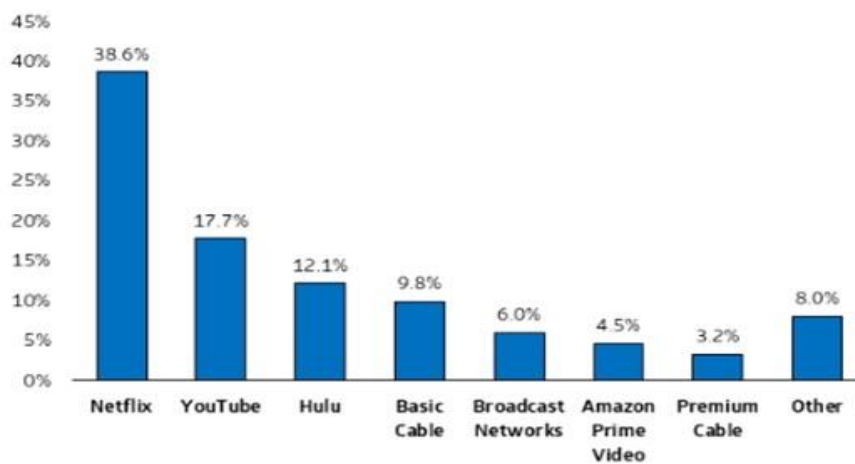
Відеогігант, що належить гугл, нараховує 2 мільярди унікальних користувачів щомісяця по всьому світу, оголосила генеральний директор мережі «Ютуб» Сьюзан Войчіцкі на маркетинговому заході Brandcast у четвер у Нью-Йорку. Це приблизно на 5% більше, ніж раніше повідомлялося про 1,9 мільярда користувачів, які входили в систему минулого літа.

Це свідчить про те, що мережа «Ютуб» розвивається дуже швидко, попри дуже велику аудиторію по всьому світу.

Згідно з останніми офіційними даними, ютуб має 2,6 мільярда користувачів. Дослідницька компанія Statista надає додаткові відомості, які

показують, що платформа має близько 1,86 мільярда активних користувачів [32]. Безперечно ютуб – це гігант, на якому розміщено дуже багато відео різних типів, але щоб вийти на перше місце серед платформ, на яких розміщується відеоматеріал, потрібно обійти Нетфлікс, в якого набагато більше переглядів, рис 1.1.

**Which Platforms Do You Use MOST OFTEN to View Video Content on TV?
(1/19 - 2/19 Avg, A18-34 respondents)**



Source: Cowen proprietary Consumer Tracking Survey, n~2,500, Feb 2019. Other includes Social Networks and other video platforms.

Рис 1.1. Які платформи ви використовуєте найчастіше для перегляду відеовмісту на телебаченні.

В найближчій перспективі дійти до рівня перегляду Нетфлікс для ютубу практично неможливо, навіть якщо зробити щось кардинально нове, для цього потрібен великий проміжок часу.

Серед соціальних мереж платформа «Ютуб» також посідає друге місце поступившись компанії «Фейсбук». Але потрібно враховувати що фейсбук – це соціальна мережа в якій між собою спілкуються люди, викладають відео та фото. Ютуб в першу чергу – це платформа для розміщення відео.

Хоча за поточними даними кількість активних користувачів ютуб на місяць становить приблизно 2,6 мільярда, фактичні цифри можуть бути навіть

вищими. Це пояснюється тим, що цифри розраховуються на кількість людей, які фактично ввійшли на веб-сайт (або додаток), рис. 1.2.

Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users

(in millions)

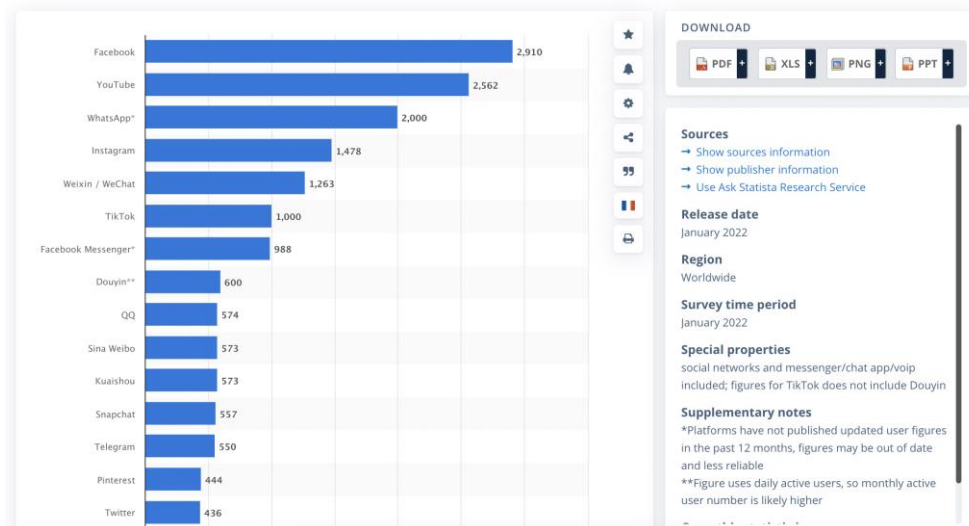


Рис.1.2. Найпопулярніші соціальні мережі в усьому світі станом на січень 2023 року за кількістю активних користувачів щомісяця

Індія має найбільшу кількість активних користувачів ютуб. Щонайменше 467 мільйонів людей в Індії регулярно користуються ютуб – це приблизно 16% від загального населення. Графік представлений на рис. 1.3.

Leading countries based on YouTube audience size as of January 2022

(in millions)

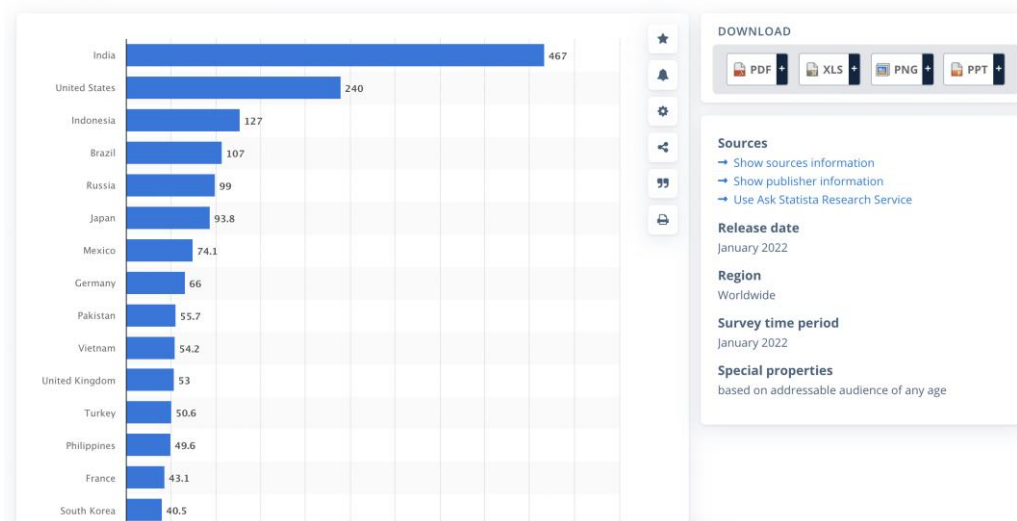


Рис 1.3. Країни в якій найбільше користувачів мережею «Ютуб».

Сполучені Штати посідають друге місце як країна з найбільшою кількістю користувачів ютуб, з приблизно 240 мільйонами активних користувачів ютуб.

Індонезія (127 млн), Бразилія (107 млн) і Росія (99 млн) займають наступну трійку країн з найбільшою кількістю користувачів ютуб.

У той час як Індія лідирує за загальною кількістю користувачів ютуб, використання Сполучених Штатів означає набагато більшу частку країни.

81% усього дорослого населення США користується ютуб. Наразі він локалізований у понад 100 країнах і може використовуватися 80 різними мовами. Цей факт зробив можливим швидке проникнення платформи в інші країни по всьому світу.

Нідерланди є країною з найвищим проникненням ютуб – 95%. Південна Корея посідає друге місце з 94%, тоді як Нова Зеландія займає третє місце з 93,9%. Африканські країни Нігерія та Кенія мають проникнення ютуб менше 30% [29].

Соціальна роль інтернету буде зростати пропорційно до зростання кількості користувачів, що буде потребувати більш значних досліджень у цій галузі [1].

З розвитком Інтернету вцілому пропорційно буде розвиватися й мережа «Ютуб». Більше людей, більше переглядів та відео.

1.2. Фінансові можливості компанії «Ютуб»

Яким чином ютуб заробляє гроші? Ютуб – це бізнес, який відомий на весь світ і має приносити серйозні гроші власникам.

До того, як ютуб придбала мегакомпанія гугл, його щомісячний дохід задекларували в районі 15 мільйонів доларів США .

Незважаючи на це, коли гугл придбав сайт у 2006 році, він був далеким від того, щоб стати прибутковим бізнесом. Але прибутковість не була головною причиною того, що гугл захопив їх. Компанія побачила потенціал платформи як сервісу онлайн-відео. Вони припустили, що поєднання платформи «Ютуб» із величезним інтернет-трафіком гугл окупить інвестиції лише питанням часу.

Зрештою гугл додав свою рекламну службу «Гугл» до відеовмісту на платформі, щоб отримати вкрай необхідний дохід від сайту. І це, звичайно, спрацювало.

До червня 2008 року журнал фортбс повідомляв, що ютуб щорічно заробляв близько 200 мільйонів доларів, в основному завдяки прогресу в продажах реклами. Завдяки рокам удосконалення гугл почав вставляти цільову рекламу безпосередньо у відеокліпи, які переглядали користувачі, а також рекламувати рекомендований вміст. Пізніше це було замінено показом платної реклами перед початком відтворення відео.

Компанія також нещодавно додала функцію «дві реклами», яка показує дві реклами одночасно, щоб підвищити потенційний дохід від вмісту.

Але це не єдине джерело доходу для платформи. Ютуб також заробляє гроші через свою модель на основі передплати, яка тепер називається ютуб преміум (раніше ютуб ред), послуга мюзик преміум і послуга платного телебачення [2].

Що таке ютуб Преміум та які його переваги над звичайним ютуб:

- Можна дивитися відео без рекламних роликів і банерів, які спливають під час перегляду в найнесподіваніший момент.
- Можна скачати офлайн будь-які відео та дивитися їх без інтернету. Скільки можна завантажити, залежить від обсягу доступної пам'яті телефону.
- Ютуб преміум також включає безлімітну передплату на музичний сервіс YT Music. Музику також можна зберігати для офлайн-прослуховування.
- Фоновий режим — прослуховування відео, подкастів та музики із заблокованим телефоном або «сидячи» в іншій програмі, наприклад, у месенджері. Музика не вимикатиметься.
- Доступ до ютуб Оріджинал - колекції серіалів, фільмів, а також прямих трансляцій, створених професійними акторами та популярними відеоблогерами спеціально для ютуб.

Станом на 2017 рік Альфабет більше не розбиває дохід за платформами, тому незрозуміло, скільки саме грошей приносить ютуб. Однак станом на 2019

рік вважається, що ютуб заробив близько 15 мільярдів доларів для Альфабет [17].

Але дохід рідко буває без накладних витрат. Вважається, що поточні витрати ютуб є значними, на думку деяких, сягають 5-6 мільйонів доларів на місяць.

Основна частина цих витрат пов'язана з забезпеченням достатньої пропускної здатності мережі для мільйонів користувачів, а також з безліччю інших витрат, пов'язаних з роботою такої великої компанії. За квартал, що закінчився груднем 2019 року, Альфабет загалом повідомила про прибуток у розмірі 46 мільярдів доларів. З них десь близько 10,7 мільярдів доларів був прибуток. Основна частина цього була отримана від основного пошукового бізнесу гугл, доходів від реклами на ютуб і доходів від сервісу гугл Cloud [22].

Основний прибуток компанії приходить з таких сервісів як:

Адвордс/Адсенс

Більшу частину доходу гугл отримує від власної рекламної служби гугл Адвордс. Щоразу, коли відвідувач натискає рекламне оголошення, рекламодавці можуть заробляти від кількох центів до понад 5 доларів США, особливо за висококонкурентні пошукові запити, такі як страхування, будинки та позики. Слід зазначити, що Адвордс — це платформа, за допомогою якої рекламодавці розміщують рекламу на ютуб і платять за неї гугл. Ця реклама відображається через Адсенс, завдяки чому творці отримують частку.

Ютуб Преміум

Ютуб Преміум пропонує безперервний перегляд ютуб і ютуб мюзік без реклами від 11,99 доларів США на місяць.

Членство в каналі

Членство в каналі ютуб — це платна щомісячна підписка на канал. Передплатники сплачують щомісячну плату за доступ до додаткових переваг, ексклюзивного вмісту та підтримки улюблених творців. Пропозиції членства можуть включати ексклюзивні прямі трансляції, живий чат, значки та власні емодзі. Ціни відрізнятимуться залежно від творця та країни, але в

Сполучених Штатах ціни варіюються від 0,99 до 99,99 доларів на місяць. Ютуб отримує 30% прибутку від членства каналу ютуб ТБ.

Ютуб ТБ

Ютуб ТБ – це служба трансляції ТБ у Сполучених Штатах, яка дає платним підписникам змогу дивитися телевізійні програми в прямому ефірі з понад 100 телевізійних, кабельних і регіональних спортивних мереж. Базовий план коштує 64,99 доларів на місяць. Станом на квітень 2022 року кількість платних підписок ютуб тб перевищила 5 мільйонів лише за п'ять років [33].

Фінансові можливості для творців контенту.

Ютуб надає можливість заробляти на своїй платформі людям, які створюють контент. Головний заробіток людей з ютубу йде за рахунок того, що ти розміщуєш на своєму каналі рекламу, але для цього потрібно підключити до каналу монетизацію.

Поточні мінімальні вимоги для того щоб підключити монетизацію:

Оскільки ютуб набуває все більшої популярності, правила участі в Партнерській програмі «Ютуб» також стають суворішими. Поточна політика передбачає певні мінімальні вимоги до приєднання. Як от:

- Дотримуйтеся всіх правил спільноти та правил монетизації каналу ютуб. Це правила, яких слід дотримуватися під час створення та будь-якої монетизації. Якщо ці вимоги не будуть дотримані відповідно до зазначеної угоди, вас буде відхилено після розгляду УРР. Крім того, є ймовірність активного попередження на вашому каналі, і ваші прибутки під загрозою.
- Ви маєте бути резидентом країни, де все ще доступна Партнерська програма «Ютуб».
- Необхідно мати понад 4000 годин публічного перегляду за попередні 12 місяців і принаймні 1000 підписників на каналі.
- Нарешті, вам потрібно зареєструватися та пов'язати обліковий запис Гугл Адсенс [20].

Якщо ви виконаєте наведені вище умови, підпишіть умови УРР, увійшовши в обліковий запис ютуб і перейшовши в ютуб студію. Після цього

натисніть опцію Монетизація в меню ліворуч. Тепер натисніть «Почати» у вікні «Переглянути умови партнерської програми», щоб прийняти та підписати умови. Це розпочне процес перевірки YPP, і після завершення ви отримаєте сповіщення про прийняття чи відхилення.

Зрозуміло, що молодий канал не буде одразу заробляти мільйони доларів, як показує практика то після монетизації з сестиматиним розміщенням відео заробіток не перевищує 200 доларів, але якщо канал постійно розвивати та вкладати в нього кошти то дохід буде пропорційно рости з переглядами та підписками.

У 2014-2015 роках перегляди коштували не мало, в середньому 1-1,5 доллара за тисячу переглядів, наразі дохід дуже впав і становить близько 0,20 доллара. Слідкувати за точними показниками доходу на каналі можна в особистому акаунті гугл Адсенс. Якщо ви хочите спрогнозувати фінансову долю каналу потрібно звертатися до таких сервісів як: ютуб аналітик, вотстат і сошіалблейд.

В результаті, якщо ролик набрав 1 млн переглядів, можна припустити, що 300 тис переглядів було комерційних. Ділимо на 1000, отримуємо приблизно 300 доларів дохід. 45% від цієї суми забирає собі ютуб.

"Можна дуже грубо сказати, що дуже в середньому за 1 млн переглядів блогер отримає від 100-150 до 300-500 доларів в залежності від країни, тематики і мови", - пояснив Скиба [15].

Також авторам можуть платити, коли люди, які їх дивляться підписані на ютуб преміум, але знову ж таки кількість коштів залежить від того скільки людей переглядає відео.

Створюючи контент потрібно постійно пам'ятати про правила ютубу, тому якщо ви створюєте відео, які містять:

1. Нецензурну лексику.
2. Пропаганду нездорового способу життя.
3. Наркотики .

4. Вміст сексуального характеру.
5. Насильство.
6. Теми, які зв'язані з війною, серйозні суперечки, політичні протистояння.

Є велика вірогідність того, що монетизація на ваш канал не буде розповсюджуватися, і тим самим ви не отримаєте кошти за створену роботу. Але буває таке, що така серйозна компанія як ютуб може помилятися і випадково заблокувати ваше відео або виключити з рекомендованих, в таких випадках ви можете оскаржити рішення після чого компанія перегляне свою позицію, якщо нічого поганого не було зроблено, то відео буде відновлено.

Щойно ми поговорили про те як ютуб підтримує авторів, але це далеко не основний заробіток з мережі, є ще шляхи заробітку.

Перший з них – це розміщення реклами безпосередньо в самому відео, коли автор рекламує вибраний ним продукт. Мабуть, це найбільш якісна реклама, тому що знімається самим автором і монтується разом з основним відео.

Другий – це фінансування вашого каналу людьми, які вас дивляться, аудиторією. Коли створюється контент і викладається в мережу люди можуть його безкоштовно переглядати, але є люди, які хочуть підтримати автора та добровільно скинути гроші на подальший розвиток каналу. Такими чином ютуб створив функцію суперчат.

Суперчат — це функція, яку застосовують під час прямих трансляцій на платформі «Ютуб». Це дає глядачам змогу пожертвувати будь-яку суму. Але це тільки в прямих трансляціях, тому якщо хтось з глядачів хоче підтримати канал тоді коли він цього хоче або коли буде можливість, то автори часто лишають посилання на свої карти [35].

Також є функція «Buy Me A Coffee» дозволяє творцям приймати пожертви від своїх шанувальників. Ця платформа схожа на «Patreon», та відмінності полягають у тому, що простіше приймати платежі. Також є фіксована комісія 5% (до 12% для «Patreon»), а виплати відбуваються миттєво.

Можна ліцензувати свій контент для медіа. Телевізійні новини, ранкові шоу, сайти новин в інтернеті та інші автори можуть звертатися за правами на використання ваших відео, якщо вони стають вірусними [27].

1.3. Проблеми та перспективи розвитку платформи «Ютуб»

Якою б досконалою система не була, але і в ній можуть бути якісь несправності чи непередбачувані моменти і ютуб не виняток. Так система збалансована і в цілому працює дуже добре, але бувають різні ситуації.

Наведені нижче п'ять останніх збоїв базуються на повідомленнях відвідувачів. Деякі збої могли вплинути лише на частину користувачів ютуб. Усі позначки часу відображаються в часовому поясі, встановленому на вашому комп'ютері чи пристрої. Таблиця взята з офіційного сайту Downtdetector.

Почалося	Завершено	Тривалість
9 березня 2023 р. 07:26	9 березня 2023, 8:05	приблизно 40 хвилин
27 лютого 2023, 22:55	28 лютого 2023 р. 00:55	приблизно 2 години
9 лютого 2023 р. 01:49	9 лютого 2023, 3:19	приблизно 2 години
8 лютого 2023 р. 07:32	8 лютого 2023 р. 8:20	приблизно 49 хвилин
30 листопада 2022, 19:53	30 листопада 2022, 23:49	приблизно 4 години

Вірогідність того, що ютуб повністю «ляже» близька до нуля. Може таке бути, що в окремих регіонах якісь перебої в роботі мережі. У таких випадках використовують таку відому платформу, як Downtdetector.

Downtdetector — це найпопулярніша у світі платформа для отримання інформації про стан онлайн-сервісів, вона залучає сотні мільйонів користувачів,

які бажають дізнатися про стан свого інтернет-з'єднання, мобільної мережі, онлайн-банкінгу, ігор, розваг та інших онлайн-сервісів [24].

Яким чином програма дізнається про проблему?

Статус компанії

1. Вказує, якщо велика кількість користувачів повідомляє про відсутність проблем, можливі проблеми або проблеми, виявлені для компанії

Кнопка звіту про проблему

2. Користувачі можуть надіслати звіт про проблему в Downtdetector, вибравши з попередньо визначеного списку індикаторів проблеми, який тип проблеми вони мають карту відключень в реальному часі.

3. Посилання на актуальну теплову карту звітів про проблеми.

Коментарі

4. Коментарі, опубліковані спільнотою Downtdetector

Все це виявлення та вирішення проблем, які пов'язані безпосередньо з серверами та обладнанням ютуб, але є проблеми, які виявляються під час користування мережою, також все чітко і по пунктах:

1. «Проблема ютуб — це проблема масштабу»

Наразі (у 2023 році) ютуб має понад 2,6 мільярда активних користувачів щомісяця. Тепер припустимо, що є проблема з YouTube, яка стосується приблизно 0,1% користувачів. Для будь-кого 0,1% здається крихітним сегментом користувачів, але насправді він впливає на понад 2,6 мільйона користувачів щомісяця.

Тепер ютуб точно не зосереджуватиметься на вирішенні цієї проблеми, враховуючи відсоток користувачів, на яких вона впливає, оскільки можуть і завжди будуть проблеми, які стосуватимуться більшого відсотка користувачів, ніж 0,1%.

2. Проблема з рекомендаціями. Відео, рекомендовані всім, базуються на відео, які вони раніше переглядали. Проте враховуються навіть ті відео, на які ви випадково обрали та переглянули лише пару секунд. Також враховуються популярні відео. Зараз немає можливості редагувати

рекомендовані відео, тому ви нічого не можете зробити, якщо вам рекомендують неприйнятні відео. Дуже неприємно коли починаєш дивитися випадковий уривок новин від новинної організації, яка насправді схиляється до правих, а потім отримує рекомендацію купити ультраправого вмісту.

3. Спам-коментарі. Майже в кожному відео на ютуб ви знайдете спам-коментарі. В основному це коментарі, які не мають нічого спільного з відео та часто просять поставити +1 (подобається) або підписатися. Хоча ви можете повідомити про ці коментарі, що я роблю регулярно, цих сміттєвих коментарів забагато, і скільки б ви не повідомили, їх завжди буде більше.

4. Токсичні коментарі. В основному їх модерація нульова, і вони, очевидно, повні тролів / ботів, які викликають розбіжності. Зверніть увагу, як твітер і фейсбук час від часу згадують про заборону купити підроблених облікових записів / ботів на своїх платформах, але про те ж саме на таких платформах, як ютуб, ніколи не повідомляється з ютуб / гугл / альфабет?

5. Просування тих відео, які на це не заслуговують. Оскільки завдяки ютубу люди стали багатими та відомими, це спричинило сучасну золоту лихоманку, але щоб досягти цього, потрібно правильно використовувати мережу (назви та мініатюри клікбейтів, досить довгий час і охоплення безглузких тем, головним чином орієнтованих на споживацтво, розваги, онлайн-драма) і, ймовірно, також певне шахрайство (купівля фальшивих переглядів і підписок) [10].

Це призвело до того, що платформа була завалена абсолютним сміттям від людей, які не роблять нічого корисного для суспільства, і ці відео набирають десятки мільйонів переглядів. Не те, щоб усі творці та вміст, який вони завантажують, погані, просто переважна більшість, здається, є такими, принаймні з тих, що отримують рекомендації та отримують мільйони переглядів за короткий час.

Перспективи розвитку мережі Ютуб.

Спочатку телевізійні гіганти ігнорували ютуб, і про співпрацю з відеохостингом не могло бути й мови. Логіка телепродюсерів була проста: у

них був контент, захищений авторським правом, і якщо вони перейдуть на ютуб, їхня аудиторія зменшиться. Одностороннє ігнорування ютуб негативно позначилося на їхніх каналах. Сюжети та програми власного виробництва потрапляли на ютуб через піратство.

Незважаючи на існування системи відстеження незаконного контенту, зловмисникам вдалося обійти фільтри і завантажити відео. Одним з перших каналів, який опублікував відео на ютуб, став ВВС. Цей, здавалося б, радикальний крок змусив усю телевізійну спільноту вжити заходів проти піратства [12].

Ризик того, що в майбутньому менше людей дивитиметься телебачення, частково виправдався, але це не зупинило канал. Навпаки, він приніс більше користі, ніж сподівався технічний редактор: ютуб запропонував своїм користувачам власну програму "партнерської угоди", яка також приносила дохід від реклами. Таким чином, канал зміг покрити частину витрат на виробництво відео і навіть отримати додатковий дохід від контенту.

В Україні СТБ, Новий канал і 1+1 мають окремі Youtube-канали під кожен проект. Наприклад, «Україна має талант», «Мастер Шеф», «Ліга сміху» тощо. Таке розподілення лише збільшує кількість переглядів. По-перше, це не завантажує систему юзабіліті самого ютуб. По-друге, під час пошуку хостинг пропонує відео схожі за стилем, а отже зростає імовірність, що рано чи пізно ваше відео потрапить у топ [16].

Зараз навпаки всі намагаються вести свої канали на ютубі, адже кількість користувачі в мережі дуже велика і постійно зростає. Також це неймовірна мережа для журналістів які хочуть продвигати свій продукт, а коштів та можливостей не достатньо, просто береш камеру і знімаєш відео, створюєш канал та завантажуєш створене відео.

Тим більше, що зараз існує дуже багато курсів для просування каналів. «Якби в мене не було курсу чи аудиторії, я б просто почав створювати відео на ютуб. І те, що я зробив би, це з'ясувати, що люди шукають, що вони друкують, і є багато інструментів – можете використовувати Ubersuggest для

цього. Введіть ключові слова, визначте, що люди шукають, і створіть відео на ці теми.» Ніл Патель [30].

Зараз ютуб вийшов на неймовірно високий рівень і посідає друге місце по переглядам, поступившись тільки компанії Нетфлікс. Чи можливий швидкий спад компанії, навряд чи. Дуже грамотно вистроїна політика компанії, в якій немає глобальних проблем.

Висновки до розділу 1.

Ютуб - це надзвичайно масштабна платформа, яка при створенні не мала аналогів. З часом на ютубі люди змогли заробляти кошти, тому це спонукало до створення нових та креативних проєктів. Ютуб посідає друге місце за світоми переглядами, поступившись тільки компанії нетфлікс. Але навіть у такого гіганта як ютуб є проблеми, які на фоні його масштабів здаються не критичними.

Спектр можливостей зоробітку в мережі «Ютуб» є досить великим. Ютуб преміум це – послуга ютуб яка дозволяє дивитися відго без реклами, фоновий режим, перегляд відео офлайн та інші. Ютуб ТВ – дозволяє дивитися телевізійні прогми. Великий відсоток коштів ютуб отримує від сервісів Адвордс/Адсенс, за допомогою яких можна розміщувати рекламу на ютуб і відповідно платити за це.

Перспектива розвитку однозначно є, здавалося б, що нового можна додати до платформи, ніби нічого, але останнім дуже серйозним оновленням були ютуб шортс-короткі відео по типу тиктоку, після чого додалося багато аудиторії. Тому перспектива розвитку однозначно є.

РОЗДІЛ 2

КОНЦЕПЦІЯ ЮТУБ-КАНАЛУ «RED ZONE» НА АВТОМОБІЛЬНУ ТЕМАТИКУ

2.1. Аналіз потенційної аудиторії каналу

Історія створення ютуб – це ідеальний приклад того, що пробувати, помилятися, аналізувати та змінюватись – і є шлях до успіху. Такою є формула ютуб. Знання його історії допоможе вам як творцю відео чи власнику бізнесу, зрозуміти, як саме застосовувати цю формулу у розвиток. Ви повинні проаналізувати, що працює, а що ні, та внести необхідні зміни [8].

Правильне розуміння та розпізнавання цільової аудиторії є, мабуть, найважливішим кроком у будь-якій успішній маркетинговій стратегії. Добре встановлена цільова аудиторія може стимулювати зростання бренду, маркетингові стратегії та капітал, що призведе до загального покращення прибутку.

Цільова аудиторія – це група потенційних клієнтів у вашому бізнесі. Це група людей, які швидше за все будуть зацікавлені в придбанні вашого продукту, або послуги. Люди у визначеній цільовій аудиторії мають певні подібні демографічні характеристики, наприклад: стать, місцезнаходження, вік, соціально-економічний статус та освіта, тощо [8].

Цільова аудиторія в соціальній мережі – це конкретна група людей, яких ми хочемо зацікавити своїм контентом. Це люди, які найімовірніше зацікавляться нашим вмістом, продуктами чи послугами. Їх, ймовірно, об'єднують деякі спільні характеристики, як-от демографічні показники та поведінка [5].

Для детального аналізу потенційної аудиторії потрібно розуміти, на кого саме буде розрахований контент, і розуміння, які люди можуть його дивитися.

Вік. Не дуже точна складова, адже до прикладу знімати відео суто для людей віком 22 чи 23 неможливо. Це буде група людей від 18 і до 45 років.

Інтереси аудиторії. Умовно кажучи чим потенційна аудиторія живе, що дивиться, читає, слухає і так далі.

Місце проживання. В якій країні користувачі проживають, адже культура різниться; з цього виходить, що й інтереси також можуть різнитися. Тому важливо розуміти, де саме люди можуть жити.

Мова людей. Якою мовою розмовлять люди, які є вашою потенційною аудиторією, можливо вивчають якусь додаткову мову. Можливо, для того, щоб охопити більше людей, потрібно робити титри кількома мовами.

Фінансовий стан аудиторії. Що люди купляють в соціальних мережах в нашому випадку чи вони вкладають кошти в якісь проєкти, підписуються на платні версії ютубу, можливо, взагалі не вкладають гроші в соціальні мережі.

Ютуб спонукає до розвитку навичок аналізу, оскільки вміння опрацювати дані та виокремлювати з них найважливіші, допомагає подолати інформаційну перевантаженість сучасного світу [7]. Дуже важливо, щоб наша майбутня аудиторія добре аналізувала матеріал.

Приклад цільової аудиторії автомобільного каналу «RED ZONE», який розроблений нами.

1. Демографічний показник.

80 відсотків аудиторії каналу – люди чоловічої статі, від 18 до 45 років, які не просто люблять автомобілі, вони ними живуть. Сімейний стан не важливий. Через різноманітний контент на каналі, відео можна переглядати як увечері з коханою людиною, так і тоді, коли потрібно

2. Місце проживання

Мова на каналі суто українська, тому в основному контент знімається для українського споживача. Місце проживання не важливе, в подальшому розвитку будуть спочатку субтитри українською, потім англійською мовами.

3. Освіта

Неповна вища (бакалавр), повна вища (магістр), люди, які щось вчили, та щось вже вивчили в своєму житті. Розвинутий аналіз контенту та критичне мислення. Людина, яка розуміє, що саморозвиток є важливішим за освіту.

4. Статус в суспільстві.

Має велике коло спілкування, багато друзів та знайомих, з якими можна в будь-який момент зустрітися та обговорити важливі автомобільні питання. Соціально активна, щоб влаштувати великі автомобільні з'їзди задля того, щоб розвивати автомобільний напрям в Україні.

5. Фінансове положення

Людина з посереднім доходом, яка охоче йде до збільшення заробітної плати. Має автомобіль (неважлива цінова категорія та марка автомобіля).

6. Потреби споживача від каналу

Канал, можна сказати, виконує дві функції: перша – повчальний контент який розповідає: що, де, і як краще зробити, щоб все працювало; друга – розважальний автомобільний контент, який не несе великого багажу інформації. Розрахований на те, щоб люди подивились відео легко та з посмішкою на обличчі.

7. Схожий контент, який переглядає підписник каналу Red Zone

Споживання автомобільних каналів схожих за сенсом, таких як: ArchiLow, KIEVRACER, SERDJIO, Sumy Racing Team, та інші українські автоблогери.

8. Контент, який підтримує канал Red Zone

Автомобільний контент: ArchiLow, AcademeG, Крутящий Момент, Без Купюр, Просто Макс, Millenium, Теория ДВС, Тачка в ПЛЮС, No Limit, здебільшо це українські блогери які ще не дуже сильно розвинуті, але мають хорошу динаміку росту переглядів та підписників, що означає цікавість автора аудиторії та того, що він створює.

Визначення конкретної цільової аудиторії є обов'язковим процесом, адже якщо розуміти, для якої аудиторії йде створення контенту то можна робити набагато якісніший продукт, ніж тоді коли робиш для всіх. Немає такого

контенту, який подобається всім, тому потрібно орієнтуватися на певну цільову аудиторію споживачів.

Декілька конкретних прикладів « ідеальної аудиторії» каналу «RED ZONE»:

1. Користувач номер 1. Живе в Києві, придбав автомобіль Honda Civic б, який користується великою популярністю серед студентів, за свою відносно низьку ціну. Любить свій автомобіль та робить все, щоб вивести її в дуже гарний стан. Постійно їздить на збори автомобілістів. Час від часу донатить не дуже великі суми на розвиток каналу. Допомагає іншим людям, які удосконалюють свої автомобілі.

2. Користувач номер 2. Власноруч автомобіль не робить, тому що не вміє, робить все на автосервісі. Любить дивитись більш веселий контент на каналі, не дуже любить відео про ремонт і тому подібний матеріал. Донатить немалі суми на розвиток каналу.

3. Користувач номер 3. Соціально активна людина, яка намагається і вчитись і працювати одночасно. Не має автомобіля, але переглядаючи відео, мріє про день коли нарешті придбає власний автомобіль. Любить всі відео на каналі незалежно від його виду. Не скидає гроші на розвиток каналу, адже все кошти відкладає на автомобіль, але постійно пише хороші коментарі та ставить вподобайки.

4. Користувач номер 4. Має жінку та двох дітей, після роботи любить подивитись веселі відео про автомобілі з сім'єю для того, щоб відпочити від важкого дня. Не підтримує канал фінансово, але під кожним відео вподобайка та хороший коментар.

Люди бувають кардинально різні, але спільний інтерес може їх сильно зблизити. У нашому випадку автомобільна тематика може звести максимально різних людей, хтось дуже багатий, в когось обмежена кількість коштів, але найголовніше це те, що всі вони люблять автомобілі. Заради таких людей потрібно робити якісний контент.

2.2. Тематика та рубрики автомобільного каналу

Тематика каналу «RED ZONE» є все ж таки більш повчальною, ніж розважальною, але головною перевагою каналу є те, що сам автор, який є і ведучим і пілотом і механіком при тому факті, що йому всього 21 рік. Подача інформації не є занудною і науковою, все зводиться на те, щоб кожна людина, яка буде заходити на канал, могла зрозуміти, що та як робити, щоб кожна деталь показана та сказана у відео також була зрозуміла. Рубрик на ютуб-каналі планується багато, задля того щоб охопити більшу кількість аудиторії та розвиватися всебічно, але на жаль, не всі одразу можна запустити.

Проблема перша – час. Для того, щоб зняти якісний матеріал з моменту як взяв камеру і до моменту як відео вже на каналі, може пройти не один тиждень. Тому, щоб знімати багато рубрик, потрібно, щоб поройшов великий проміжок часу [18].

Проблема друга – кошти. Камера, штативи, стабілізатор, запчастини на автомобіль, паливо та багато іншого, коштує дуже дорого. А так як канал не приносить коштів, тому що він дуже молодий, потрібно ці кошти заробити і вкласти в ютуб, це також займає сили і час.

Варто зазначити, що не всі рубрики одразу будуть на каналі. Рубрики, які одразу будуть доступні на каналі «RED ZONE»:

1. Тест-драйви – ця рубрика включає глибокі огляди та тест-драйви різних автомобілів, що дають глядачам уявлення про технічні характеристики автомобіля та його поведінку на дорозі.

2. Автоперегони – у цій рубриці можуть бути огляди та аналіз автоперегонів, інтерв'ю з водіями та експертами, а також навчальні відео про техніку водіння на автодромі.

3. Ремонт та обслуговування автомобілів, у цій рубриці ви знайдете практичні поради та рекомендації експертів щодо ремонту та обслуговування автомобілів (Додаток Б).

Ці рубрики не потребують великих фінансових затрат, тому їх одразу можна знімати. Тест-драйви або огляди спочатку можна робити на автомобілі своїх друзів та знайомих, потім з ростом аудиторії можна домовлятися про огляди автомобілів своїх підписників.

Автоперегони та ремонт, добре, коли є свій автомобіль, на якому можна влаштувати перегони, зрозуміло, якщо швидко їздити, то техніка має властивість часто ламатись, а це також контент, який чудово підходить на канал.

Рубрики, розробка яких передбачається в найближчій перспективі:

1. Огляди нових автомобілів, в цьому розділі представлені огляди нових моделей автомобілів, їх технічні особливості, переваги та недоліки.

2. Автомобільні новини – ця рубрика може містити огляди та аналіз новин автомобільного світу, а також інформацію про нові технології та тенденції в автомобільній промисловості.

3. Дорожні подорожі – в цій рубриці будуть розміщені розповіді про автомобільні подорожі, огляди мальовничих і туристичних місць, які можна відвідати на автомобілі.

4. Інтерв'ю з відомими автомобільними пілотами, операторами які знімають автоперегони, та ще багато людей, які якимось чином зв'язані з автоспортом.

5. Розважальна рубрика. В цих відео будуть купуватися автомобілі в жахливому стані і те як ведучий буде їх знищувати.

Реально дуже цікаві рубрики, але щоб знімати нові автомобілі потрібно мати немалу аудиторію для того, щоб автосалон міг вам дати в користування новий автомобіль. Останні автомобільні новини, щоб знімати цю рубрику потрібна студія, з хоршим освітленням та цікавим інтер'єром. І на кінець автомобільні подорожі, для того щоб це було цікаво, потрібно їхати не за одну тисячу кілометрів, для цього потрібний дуже добре підготований автомобіль та велика кількість техніки, на яку це все буде зніматися.

Загалом, головний аспект каналу буде спрямований на ремонт автомобілів, автоперегони та автомобільні новини. Конкретний приклад як створити якісне відео з наведених вище тем:

Алгоритм дій при створенні відео на нашому ютуб-каналі:

1. Обрання теми відео. До прикладу ми будемо знамати відео про ремонт двигуна. Загалом не важливо який саме двигун ремонтувати, на будь який агрегат знайдуться люди, яким це буде цікаво.

2. Підготовка обладнання. Щоб зняти відео про ремонт автомобіля, нам знадобляться, як мінімум: камера, стабілізатор, штатив і мікрофон. Якщо ми хочемо, щоб контент був професійним потрібно підготувати, або придбати інструмент не тільки яким будемо знімати, а той яким можна якісно та швидко ремонтувати автомобіль.

3. Вибір місця зйомки. Місце, де ми будемо знімати відео. Наприклад, гараж або спеціальний сервісний центр. Важливо, щоб місце було достатньо освітленим і приватним для зйомки відео.

4. Створення сценарію для відео. Він повинен пояснювати процес ремонту і містити пояснення, які допоможуть глядачам зрозуміти, що відбувається на екрані.

5. Початок зйомки. Знімаємо відео, переконавшись, що відзнятий матеріал відповідає сценарію. Не забуваємо про освітлення та звук.

6. Після зйомок всі відзняті відеокліпи необхідно зібрати і розташувати в правильному порядку. Цей процес називається монтажем.

7. Головний принцип монтажу – ритм. Важливо, щоб відео було в русі і не було нудним, тому дотримуємося рівномірного ритму під час монтажу.

8. Для якісного монтажу використовуємо якісні програми такі як: Adobe Premiere Pro, Final Cut Pro або DaVinci Resolve. Ці програми дозволяють редагувати широкий спектр речей, наприклад, обрізати матеріал, додавати ефекти, змінювати кольори, тощо.

9. Також не забуваємо про звук. Незалежно від того, чи це музика, звукові ефекти, або дикторський коментар, наше відео потребує правильного

звучання, для цього можемо використовувати такі програми, як Adobe Audition або Audacity, щоб працювати зі звуком.

10. Після завершення редагування потрібно експортувати відео у відповідний формат. Найпоширеніші формати – MP4, MOV та AVI. При експорті важливо враховувати, на якій платформі буде відображатися контент, і використовувати відповідний формат для кращої сумісності.

11. Завантажуємо готове відео на канал ютуб і додаємо опис, теги та зображення, щоб привернути увагу глядачів. Головне регулярно додавати новий контент, щоб підтримувати інтерес глядачів.

Якісне відео про автоперегони, на перший погляд, відео такого типу зняти найлегше, але наспраді це зовсім не так:

1. Визначаємо місце зйомки: місце з гарним оглядом, де всі будуть в безпеці. Щоб був гарний вид не тільки автомобіля а й навколишнього середовища.

2. Потрібно вибрати об'єктив: для зйомки автоперегонів бажано використовувати об'єктив з великою фокусною відстанню, наприклад, телеоб'єктив. Це дозволить знімати автомобілі здалеку і забезпечить більшу глибину різкості, в результаті чого буде отримано більш вражаючі зображення. Якщо такого об'єктива немає, то налаштувати свою камеру під ситуацію наскільки це можливо.

3. Використання стабілізатора, для забезпечення плавності кадру. Для зйомки з повітря можна використовувати високоякісний дрон, а для наземної зйомки - камеру зі стабілізатором.

4. Налаштувати параметри камери: перед зйомкою потрібно переконатися, що камера налаштована на максимально можливу якість зображення та відео, щоб отримати якісні кадри.

5. Звертаємо увагу на освітлення та звук: під час зйомки автоперегонів важливо звернути увагу на освітлення та звук. Використовуємо світлодіодні панелі для яскравих, чітких кадрів, а також додаткові мікрофони і зйомку з близької відстані для забезпечення якісного звуку.

6. Монтаж: після зйомки відзнятий матеріал слід проаналізувати та створити відео високої якості за допомогою відповідного програмного забезпечення для відеомонтажу.

Під час монтажу важливо дотримуватися певних правил, щоб отримати якісний матеріал:

- Обрати найкращі кадри: потрібно неодноразово переглянути весь відзнятий матеріал та вибрати тільки найкращі кадри, які мають неймовірну картинку та повністю відповідають темі..

- Правильна послідовність: розмістіть відео в логічному порядку, щоб глядачі могли легко зрозуміти ідею відео.

- Музику: потрібно додати відповідну музику, яка підсилює і підкреслює настрій відео. В нашому випадку відео про перегони, ідеально підійде динамічна музика типу рок, для того, щоб окунути глядача в драйвову атмосферу.

- Ефекти у відео, щоб зробити відео більш контрастним та цікавим.

- Тривалість відео: щоб не втомлювати глядачів, дотримуємося допустимої тривалості відео, для того, щоб люди додивлювались відео до кінця, а не вимикали його через те, що сюжет дуже розтянутий і нудний.

- Додати описи: додаємо відповідні коментарі, щоб допомогти глядачам зрозуміти, що відбувається на екрані.

- Використовуємо підписи: додаємо, де це необхідно, щоб підсилити повідомлення на екрані.

- Дуже важливо перевірити якість відео перед його публікацією, оскільки погана якість відео може вплинути на те, як глядач його сприймає.

Ось кілька кроків, які можна зробити, щоб перевірити якість відео:

- Попередній перегляд відео на різних пристроях: переглянути його на комп'ютері, смартфоні та планшеті і так далі. Відео має бути чітким і розбірливим на всіх пристроях.

- Перевірка звуку: чи немає помилок зі звуком, таких як шум або відлуння. Можливо при монтажі звук не зходиться з мімікою.

- Перевірка кадрів: переглянути відео кадр за кадром, щоб переконатися у відсутності помилок, а також у тому, що відео є плавним і приємним для перегляду.

Обов'язково потрібно прописати теги. Вони прописуються для пошукових систем. Містять найбільш релевантні ключові запити, за якими користувачі зможуть знайти вас з пошуку. Якщо не вставите теги самі – це автоматично зробить ютуб. Звісно, сервіс підбирає їх навмання, що погано позначиться на кількості переглядів і популярності каналу [19].

Після того, як відео перевірено і всі помилки виправлені, його можна публікувати на каналі.

2.3. Процес створення контенту(локація, інструмент і т.д.)

Процес зйомки контенту для спеціалізованого автомобільного каналу може бути дуже складним і вимагати багато часу та ресурсів. Щодо локацій, інструментів та іншого обладнання, необхідного для зйомок автомобільного контенту:

1. Локація: для зйомок відео на автомобільну тематику можна використовувати різноманітні локації, зокрема дороги, автостоянки, автосалони, автомийки та інші місця, де присутні транспортні засоби. Важливо обирати безпечні локації, та дотримуватися правил дорожнього руху.

2. Камери та обладнання: можна знімати відео за допомогою різних камер, включаючи камери смартфонів, екшн-камери та цифрові дзеркальні камери. Для зйомок важливо мати достатній обсяг пам'яті та заряджені акумулятори. Також може знадобитися таке обладнання, як стабілізатори зображення, штативи та мікрофони для зйомки високоякісного контенту.

3. Автомобілі: для зйомок оглядів, тест-драйвів та інших відео на автомобільну тематику важливо мати доступ до автомобіля. Важливо, щоб автомобіль був у хорошому стані і готовий до зйомок.

4. Реквізит: для створення цікавого та ефективного контенту можна використовувати різноманітний реквізит, наприклад: шоломи, сонцезахисні окуляри, спортивний одяг.

5. Освітлення та звук: додаткове освітлення може покращити якість зображення під час зйомки контенту. Важливо також забезпечити належний звук, якого можна досягти за допомогою зовнішні мікрофона, наприклад, напівкардіоїдні, можна використовувати для зменшення шуму та покращення якості аудіозаписів. Для покращення якості записів також можна використовувати аудіореєстратори. Важливо вибрати місце з низьким рівнем шуму і контролювати рівень гучності під час запису.

6. Редагування: після того, як контент відзнято, важливо відредагувати відео.

7. Публікація. Після того, як закінчили створення та редагування відео, важливо оптимізувати його для публікації на вашому каналі ютуб. Можна додати теги, описи та категорії, щоб зробити відео більш доступним для глядачів і пошукових систем.

Загалом, процес зйомки контенту для автомобільного каналу складається з багатьох етапів і вимагає різноманітних ресурсів та обладнання, але якщо підготуватися належним чином і дотримуватися правил безпеки, то зможете створити якісний, цікавий контент для своєї аудиторії.

Якщо починати знімати контент на ютуб без спонсорів і тому подібних факторів, то потрібно розуміти, що це надзвичайно дорого, тому що все зв'язане з відеообладнанням одразу говорить про те, що це дуже дорого, і все між собою тісно пов'язано. Візьмемо такий приклад:

Для зйомки необхідно придбати хорошу камеру з якісним об'єктивом і автоматично створюється неймовірна картинка, але ні. Потрібно купувати хороші флешки та ND фільтри, які будуть справлятися з надлишком світла в об'єктиві і все, здавалося б на перший погляд. Зазвичай, в камері та об'єктиві немає стабілізації, а якщо є, то вона дуже слабка, з цього виходить, що відео передає всі вібрації, дивитись це відео дуже неприємно. Потім потрібно

придбати мікрофон та рекордер. Картинка плавна, звук хороший, знімаємо в максимальній якості, щоб було приємно дивитись відео, та вся краса, що ми знімаємо передалась через екран. Переходим до монтажу, а виявляється, що ноутбук, або комп'ютер слабкий для того, щоб монтувати відео у високій якості, потрібно купувати щось дуже дороге і потужне. І так все по колу.

Ось невеличкий перелік для того, щоб хоч якось знімати якісний контент.

1. Камера з об'єктивом(бажано бездзеркальну, тому що вони практичніші та якість зйомки вища, також в бездзеркальній камери надагато більший ресурс).

2. Штатив.

3. Стабілізатор для камери (стедікам).

4. Рекордер.

5. Мікрофон.

6. ND фільтр.

7. Квадрокоптер (щоб знімати неймовірні кадри з повітря але з самого початку це не обов'язково).

8. Об'ємні жорсткі диски для зберігання відзнятого матеріалу.

9. Хороший комп'ютер або Macbook.

Це далеко не весь список того, що потрібно, але для хорошої якості на початку цього буде більш ніж достатньо.

З свого досвіду хочу сказати, що люди та їхнє ставлення до інструменту ділять на декілька категорій.

Перша – витрачають дуже великі кошти на інструмент, але приділяють мало часу для того, щоб навчитися добре знімати. З цього виходить що потенціал інструменту великий, а майстерність автора обмежена.

Друга – купують майже нічого, знімають на телефон без мікрофона та інших додаткових аксесуарів. Картинка виходить можливо і непогана, але далеко не якісна, зрозуміло, що аудиторія приходити буде повільно. Як

вийняток, це може бути свого роду унікальний контент, що якість не буде враховуватись. Тільки в такому випадку будуть приходити люди.

Третя – мабуть, саме до цієї категорії відношусь я, немало коштів виділено на відеоінструмент, але є постійна практика. Дослідження можливостей камери, стабілізатора і так далі. Вкотре переконуюся наскільки камера серйозний інструмент в зрівнянні з камерою хорошого та дорогого телефона, якість картинки в відеокамері просто неймовірна.

Головне питання, чи варто все ж таки купувати серйозний інструмент, коли ще немає практики та контенту на ютубі? Так, варто, але потрібно відчувати межу. Серйозний інструмент може бути за 25 тисяч гривень, а може бути і за 125 тисяч гривень, тоді потрібно задати собі питання, а чи потрібна мені камера за 125 тисяч, якщо я не вмію знімати. На мою думку, не потрібна. В будь якому випадку згодом, якщо можливостей цієї камери стане мало, можна її продати та придбати більш професійний інструмент.

2.4. Особливості монетизації та реклами на каналі

Монетизація на ютуб полягає в тому, що можна заробляти гроші на своєму контенті за допомогою різних методів, включаючи партнерські програми, рекламні відео та пожертви від відвідувачів [4].

Щоб заробляти гроші на ютуб, спочатку потрібно стати партнером ютуб. Наш канал повинен відповідати певним критеріям, а саме мати понад 4000 годин публічного перегляду за попередні 12 місяців і принаймні 1000 підписників [33].

Після того, як ці умови будуть виконані, ми станемо партнером, і зможемо почати монетизувати свій контент, з дуже «молодого» ютуб-каналу такого результату за короткий час добитися дуже важко, але все ж таки декілька шансів є:

1. Нами було знято та завантажено якісний контент, який потрапляє в рекомендації, після чого його підхоплюють люди та блогери, які в свою чергу за допомогою вас зароблюють, але тим самим рекламуючи вас. Одразу сказати,

чи потрапить відео в топ чи ні, дуже важко, адже все вирішують глядачі. Тому спочатку потрібно надіятись на удачу, а потім вже з великою практикою спиратися на власний досвід.

2. Вливання в ютуб великих коштів. Знову ж таки якісний контент перш за все, плюс придбання реклами в більш відомих блогерів.

Насправді, ведучий каналу прихильник першого шляху, але це тільки через те, що немає коштів придбати класну рекламу у відомих блогерів.

Щоб отримати додатковий дохід від свого каналу, також можна скористатися можливістю отримувати дохід від своїх глядачів. Наприклад, додаємо на свій канал кнопку "Допомога", яка дозволить глядачам зробити пожертву. Але це все буде потім, поки що на нашому каналі немає людей, які будуть вносити кошти в його розвиток. Тому першим чином вважаємо насамперед піарити канал «RED ZONE» в різних соціальних мережах:

1. Тикток.

- Мережа Тикток цікава тим, що потік людей та відео дуже великий, тому потрапити в рекомендації не складе великих труднощів.

- Публікуємо цікаві моменти з відео, яке виклали на ютуб, щоб зацікавити глядача.

- Знімаємо коротенькі, але цікаві та інформативні відео, адже для відео на ютуб інформації мало.

- Вихід в прямі ефіри.

2. Інстаграм.

- Записуємо сторіси для тісного контакту зі своєю аудиторією.

- Викладаємо фото, які пов'язані з автомобілями та пишемо під ними дописи.

- Коротенкі відео для зацікавлення аудиторії.

3. Телеграм.

- Красиві фото

- Музика, яку використовуємо у відео.

- Обговорення професійних нюансів по ремонту автомобілів.

- Анонси відео.
- 4. Фейсбук
- Аспект на більш дорослу аудиторію, відповідні короткі відео.
- Рубрика взаємопоміч. Обмін запчастинами, продаж або безкоштовна допомога.
- Активна участь в дебатах в коментарях.

Таким чином, можна сказати, що ми робимо безкоштовну рекламу ютуб-каналу «RED ZONE», але на відміну від тієї реклами, яку ми купуємо тут потрібно плідно працювати, можливо, не один місяць, щоб добитися приросту аудиторії.

Завантажуємо перше відео на канал, після чого важливо дотримуватися стабільності та створювати відео і у вазначений час постійно додовати на ютуб-канал. Перше відео на каналі «RED ZONE» (Додаток А).

Після того, як автомобільний канал «RED ZONE» перейде відмітку в 1000 підписників стане трішки легше, в тому плані, що більше людей знає канал та підписники стабільно підписуються. Також, коли людина заходить на канал і бачить, що є немало підписників та регулярно викладаються відео, швидше за все вона також підпишеться.

Після 1000 підписників незабаром підключиться монетизація, почнуть зароблятися гроші, так, не великі, але все ж таки. Наступна серйозна ціль 10000 підписників.

10000 тисяч підписників відкривають функцію спонсорованих відео.

Відео, спонсоровані ютуб, оплачуються спонсором для просування свого продукту чи послуги. Компанії та бренди звертаються до каналів ютуб із величезною кількістю передплатників, щоб створити відео, яке може сприяти їхнім продажам [27].

Що найважливіше для нас – це ріст аудиторії та переглядів, а це означає, що люди почнуть пропонувати прорекламувати їхню продукцію. Яка реклама та які позитивні аспекти будуть на автомобільному каналі «RED ZONE»:

- На каналі «RED ZONE» буде тільки та реклама, яка зв'язана з автомобільною тематикою: запчастини, рідини, аксесуари і так далі.
- Відносно непоганий дохід за який ми можемо вже не ходити на роботу, а працювати суто над створенням нових відео та розвитку каналу.
- Часто компанії дарують корисні речі авторам, які вони мають протестувати та дати незалежну оцінку.

На нашу думку, після того як буде досягнуто таких цілей все що потрібно - це покращувати якість відео, звуку, монтажу, якщо в цілому то вливання серйозних коштів в подальший розвиток каналу, і аудиторія буде стрімко рости.

З ростом аудиторії на каналі, в нього почнуть з'являтися конкуренти, які будуть спонукати розвиватися швидше та якісніше. Найближчим конкурентом для автомобільного каналу «RED ZONE» є канал «Просто Макс» (Додаток Г)

Але чому люди повинні підписуватися на нашій канал, а не на канал конкурента, ми розберемо по пунктах:

- Наповнення каналу. Теми та автомобілі вже багато разів розглядалися на просторах ютубу.
- Зйомка ведеться без стабілізатора, картинка не плавна тому іноді дивитися не дуже приємно.
- Немає цікавих проєктів на каналі.

Це основні аспекти, які не прораховані на каналі «Просто Макс», все інше на хорошому рівні.

Другим конкурентом є масштабний канал під назвою «ArchiLow». Якісний канал але є декілька моментів:

- Автор каналу «ArchiLow» гворить російською мовою в тяжкий для українців час, від намагався говорити державною мовою, але в нього нічого не вийшло, тому продовжив говорити російською. Не розвиває україномовний контент (Додаток В).
- Попри велику аудиторію на каналі, проєкти які, є на каналі не можуть називатися масштабними. Якщо вже є серйозна база людей, яка тебе

любить та постійно переглядає відео, то, на нашу думку, потрібно запускати масштабні проєкти, і тоді буде ще більше приходити нових користувачів.

Отже, це були потенційні конкуренти каналу. Безумовно, нашому каналу потрібно ще роти та набиратися досвіду, тільки тоді зможемо в повній мірі конкурувати з цими каналами.

Статистика переглядів на каналі «RED ZONE» за останні 28 днів, за цей час було завантажено 4 відео (Додаток Г).

Висновки до розділу 2

Створення власного ютуб-каналу на тему від якої фанатієш, надзвичайно круто і дуже добре, що ютуб дає таку можливість. «Red Zone» це ютуб-канал на автомобільну тематику, мета якого доносити до людей знання про автомобілі, також розвиток автоспорту в Україні в цілому.

На каналі створено багато цікавих рубрик, буде створено ще більше. Бренд «RED ZONE» буде розвиватися на різних платформах, для більшого охоплення аудиторії. Молодий але дуже перспективний канал, який в майбутньому стане одним з наймасштабніших україномовних проєктів.

ВИСНОВКИ

Ютуб став таким популярним завдяки низці факторів:

По-перше, ютуб дозволяє всім користувачам додавати власні відео на платформу і ділитися ними зі світом. Це дозволяє людям створювати інформаційні, розважальні та освітні відео, що робить ютуб найбільшою платформою відеохостингу у світі.

По-друге, ютуб пропонує цілий ряд інструментів для просування відео, включаючи SEO-оптимізацію, рекомендаційне просування та рекламні компанії. Ці інструменти дозволяють авторам знаходити аудиторію для своїх відео та залучати нових глядачів.

Крім того, оскільки ютуб має аудиторію з різних країн і культур, можна створювати відео на найрізноманітніші теми і залучати глобальну аудиторію. Всі ці фактори є причинами того, що ютуб став таким популярним серед інтернет-користувачів.

Ютуб пропонує можливість заробляти кошти на відеоконтенті за допомогою різних методів монетизації. Ось деякі з них:

Реклама гугл Адсенс: це спосіб показувати рекламу на відео вашого каналу. Коли користувачі натискають на рекламу, частина доходу, заробленого гугл, виплачується вам.

Платні підписки: тут заробіток коштів йде на своєму контенті, вимагаючи від глядачів платити за доступ до ваших відео, або підписку на ваш канал.

Відео, спонсоровані брендами: це відео, створені для просування продуктів або послуг бренду. Зазвичай бренди платять певну суму грошей за такі відео або пропонують свої продукти безкоштовно, щоб їх можна було показати у відео.

Партнерський маркетинг: ви можете схвалити продукт, або послугу у відео і заробити комісію з продажів, здійснених за вашим спеціальним посиланням.

Віртуальні подарунки: глядачі можуть надсилати віртуальні подарунки під час перегляду вашого відео. Кожен подарунок має вартість, і ви заробляєте гроші, отримуючи його.

Існує багато інших способів заробітку на ютуб, але важливо знати, як їх правильно використовувати, щоб заробляти гроші на своєму каналі.

Перспективи розвитку ютуб дуже широкі. З одного боку, все більше людей використовують платформу для перегляду відео та пошуку інформації. Це може призвести до зростання попиту на якісний, цікавий контент, що в свою чергу може призвести до збільшення доходів каналів і загальної популярності ютуб [9].

З іншого боку, ютуб може зіткнутися з конкуренцією з боку інших платформ для обміну відео, таких як тикток, інстаграм і снечат. Ці платформи також стрімко зростають у популярності, особливо серед молодшої аудиторії, що може вплинути на розподіл уваги та доходів від реклами.

Однак ютуб продовжує розвиватися і додавати нові функції, такі як ютуб шортс, щоб конкурувати з тикток. Крім того, ютуб зростає як платформа для реклами та електронної комерції, що може стати додатковим джерелом доходу для каналів.

Загалом, популярність і прибутковість ютуб може залежати від низки факторів, включаючи якість і тип контенту, конкуренцію з боку інших платформ і співпрацю з рекламодавцями та брендами. Однак ютуб залишається однією з найпопулярніших платформ для розміщення відеоконтенту, а її успіх і потенціал зростання залишається високим.

Якщо говорити про ютуб-канал «RED ZONE», то він буде в основному розрахований на чоловічу аудиторію віком він 18 до 45 років, які обожають свої автомобілі та хочуть робити їх кращими. Також це добрі люди, які в будь-який момент можуть один одно виручити. В ідеального підписника каналу має

бути добре розвинутий аналіз контенту та критичне мислення. Людина, яка розуміє, що саморозвиток є важливішим за освіту, та самому всебічно розвиватися. Фінансова складова аудиторії – це люди з посереднім доходом, які хочуть йдуть до збільшення заробітної плати, але не йдуть по кар’єрних сходах шляхом обману, досягають всього своїм умом, своїми силами. Мають автомобіль(не важлива цінова категорія та марка автомобіля), важливо, щоб людина була в темі. Мова на каналі суто українська, тому в основному контент знімається для українського споживача.

Канал має дві сторони:

- Перша – це наукова та професійна, для людей, які чогось не знають але хочуть дізнатися та зробити своїми руками. Це такі рубрики як ремонт автомобіля. В цій рубриці буде зібрано все, що робиться руками автора(розбір, ремонт, покраска і так далі). Також відео з студії де будуть обговорювати конкретні автомобілі (нові або старі), теоретичний розбір деяких автомобільних вузлів, історія автобудування, але ця рубрика з’явиться згодом.

- Друга – це веселий контент, який несе всім позитив. Це будуть такі рубрики як: автоперегони, смішні огляди автомобілів та подорожі.

Просування каналу в перший час буде проходити в різних соціальних мережах таких як інстаграм, тікток, фейсбук та телеграм. Будуть зніматися коротенькі відео, робитися нарізки вже готових відео, які є на ютуб-каналі «RED ZONE». Також будуть писатися пости, вестися прямі ефіри, де буде розмова з аудиторією.

Після того, як на каналі буде більше ніж 1000 підписників, буде купуватися реклама у більш відомих блогерів, через що аудиторія почне рости значно швидше. Через що канал «RED ZONE» почне приносити кошти, за допомогою яких якість контенту виросте.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білан Н.І. Інтернет як простір різних видів соціальних комунікацій. Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2011. Вип. 103. Ч. I. С. 46–50.
2. Богданов М. М. "YouTube" як найпотужніший інструмент просування музичних відеокліпів. Культура і сучасність. 2017. № 2. С. 98–103.
3. Васильєв С. С. Youtube як засіб комунікації з аудиторією українських фільмів, які виходять у кінопрокат// Культура і сучасність. 2018. №2. С. 84–85.
4. Гусак О. Основні тенденції поведінки аудиторії сучасних інтернет-ЗМІ. Вісник Книжкової палати. Київ: Кн. палата України, 2014. № 4. С. 42–45.
5. Іващенко В. І. Сучасні медіакомунікативні технології: навчальний посібник. Київ: ТОВ «Видавництво “Розумники”», 2021. 192 с.
6. Корнієць О. Використання відеосервісу YouTube для організації колекцій електронних освітніх ресурсів профорієнтаційними відеоматеріалами. Київ. Інституту інформаційних технологій і засобів навчання НАПН України. – 2014. С. 6.
7. Соломон А. С. Специфіка використання YouTube-каналів як бази знань для ефективного вивчення іноземної мови. Вісник Книжкової палати. 2018. С. 46–48.
8. Тонкіх І. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті: навчальний посібник І.Ю.Тонкіх. – Запоріжжя : ЗНТУ, 2017. 130 с.
9. Dehghani, Milad, et al. Evaluating the influence of YouTube advertising for attraction of young customers. Computers in human behavior: 2016 (59), p. 165–172.

10. Duffy, P.: Engaging the YouTube Google-eyed generation: Strategies for using Web 2.0 in teaching and learning. *Electronic Journal of E-learning*, Vol. 6, n. 2 2008, pp. 119 – 130.

11. López Aguilar, J.: El fenómeno de los edutubers: Estudio sobre las habilidades comunicativas de los YouTubers educativos más populares. Doctoral dissertation, Universidad Austral, Argentina 2020. 136 p.

Електронні ресурси

12. Альона Гладка. Як визначити цільову аудиторію. URL: <https://ideadigital.agency/blog/yak-viznachiti-tsilovu-auditoriyu/> (дата звернення 22.03.2023).

13. Артем Черничко. Співзасновник YouTube змінив перший ролик на платформі, так він критикує відключення дизлайків. URL: <https://birdinflight.com/novini/20211115-me-at-the-zoo-video-edited.html> (дата звернення 27.03.2023).

14. Джавед Карім. «Me at the zoo». URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jNQAC9IVRw> (дата звернення 22.04.2023).

15. Економічна правда. Скільки платить Youtube за мільйон переглядів: формула. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/07/17/663054/> (дата звернення 15.04.2023).

16. Наталія Шевяхова Феномен Youtube. Все, чого ви не знали провсесвітньо відомий відеохостинг. URL: <https://medialab.online/news/fenomen-youtube-vse-chogo-vy-ne-znaly-pro-najpopulyarnishy-j-videohosty-ng/> (дата звернення 18.03.2023).

17. Олександр Тартачний. Фінансові показники Alphabet. Скільки заробив власник Google та YouTube. URL: <https://speka.media/finansovi-pokazniki-alphabet-skilki-zarobiv-vlasnik-google-ta-youtube-pyldqv> (дата звернення 19.03.2023).

18. Ольга Пильщик Просування на YouTube: 16 помилок, яких допускають навіть досвідчені фахівці. URL: <https://www.adindex.ua/uk/prosuvannjanayoutube-16-pomilok-jakih-dopuskajut-navit-dosvidcheni-fahivci/> (дата звернення 03.04.2023).


19. СітіХост. Як оформити свій канал на YouTube. URL: <https://cityhost.ua/uk/blog/kak-oformit-svoy-kanal-na-youtube.html> (дата звернення 28.03.2023).
20. Braveen Kumar. How To Make Money on YouTube in 2023: 7 Simple Strategies. URL: <https://www.shopify.com/blog/198134793-how-to-make-money-on-youtube> (дата звернення 20.04.2023).
21. Christopher Isak. YouTube: The History and Origins of the Video Sharing Website. URL: <https://techacute.com/youtube-the-history-and-origins-of-the-video-sharing-website/> (дата звернення 17.04.2023).
22. Christopher McFadden. A brief timeline of YouTube's history and its impact on the internet. URL: <https://interestingengineering.com/culture/youtubes-history-and-its-impact-on-the-internet> (дата звернення 29.03.2023).
23. Dana Mayor. YouTube – повний посібник: історія, продукти, заснування тощо. URL: <https://history-computer.com/youtube-history/> (дата звернення 22.03.2023).
24. Downtdetector. Methodology. URL: <https://downtdetector.com/methodology/> (дата звернення 27.03.2023).
25. Google. Принцип роботи AdSense. URL: <https://support.google.com/adsense/answer/6242051?hl=uk> (дата звернення 07.04.2023).
26. Officialpsy. GANGNAM STYLE. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0> (дата звернення 08.04.2023).
27. Rahul Rana. History of YouTube – How it All Began & Its Rise. URL: <https://www.vdocipher.com/blog/history-of-youtube/> (дата звернення 02.04.2023).
28. Ronald J. Deibert. YouTube Censored: A Recent History. URL: <https://opennet.net/youtube-censored-a-recent-history> (дата звернення 01.04.2023).
29. Salman Aslam. YouTube by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts. URL: <https://www.omnicoreagency.com/youtube-statistics/> (дата звернення 30.03.2023).
30. Stella Mikraki. 50 Marketing IDEAS for COURSE CREATORS. URL: <https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6792056787185999872/> (дата звернення 13.03.2023).

31. Tim Stumbles. History of YouTube: a timeline. URL: <https://www.officetimeline.com/blog/youtube-history-timeline> (дата звернення 25.03.2023).
32. Todd Spangler. YouTube Now Has 2 Billion Monthly Users, Who Watch 250 Million Hours on TV Screens Daily. URL: <https://variety.com/2019/digital/news/youtube-2-billion-users-tv-screen-watch-time-hours-1203204267/> (дата звернення 11.04.2023).
33. Ty Pendlebury. YouTube TV Review: The Best Channel Selection Bar None. URL: <https://www.cnet.com/tech/services-and-software/youtube-tv-review-the-best-premium-live-tv-streaming-service/> (дата звернення 17.04.2023).
34. YouTube Creators. Всё для авторов на YouTube. URL: <https://www.youtube.com/yt/creators/ru/index.html> (дата звернення 20.04.2023).
35. YouTube Creators. Суперчат и суперстикеры: настройка и рекомендации. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ZXwpWEbAmd0&t=5s> (дата звернення 18.04.2023).

ДОДАТКИ

Додаток А

Ютуб-канал з автомобільної тематики «RED ZONE»



Введіть запит

Все відео Похожий контент Недавно опубл.

Що робити коли потік клапанів Vtec?

Red Zone
84 просмотри · 4 дні назад
Новинка

JAGUAR XJ. Чому ви обереже BMW чи Mercedes?

SARVID
237 тис. просмотри · 3 тижні...

Neon Green Particles Background 4k - Satisfying...
Chill & Relax with Visual Effects
438 тис. просмотри · 2 год...

YAKTAK feat SOBOL - Погляд YAKTAK

ПОГЛЯД
17 млн просмотри · 7 місяців...

Honda Transalp 750 2023. Огляд та тестування на...

Валент
1,2 тис. просмотри · 2 дні назад
Новинка

CAVO SAN LUCAS, MEXICO | 4K (UHD) Cinematic Drone Foota...

Just Beautiful
442 тис. просмотри · 2 місяці...

ЭТОТ КВАДРОКОПТЕР ЛЕТИТ 200 КМ/Ч ?

GoldenBurst
1,6 млн просмотри · 1 год назад

Все буде Україна! Трактор Т-40АМ - Коса роторна...

Леонід Бобашко
113 тис. просмотри · 3 дні назад
Новинка

Свап на старій тачці/H22A

Red Zone
32 підписника

Посмотреть аналитику Изменить видео

25 0 0 0 0

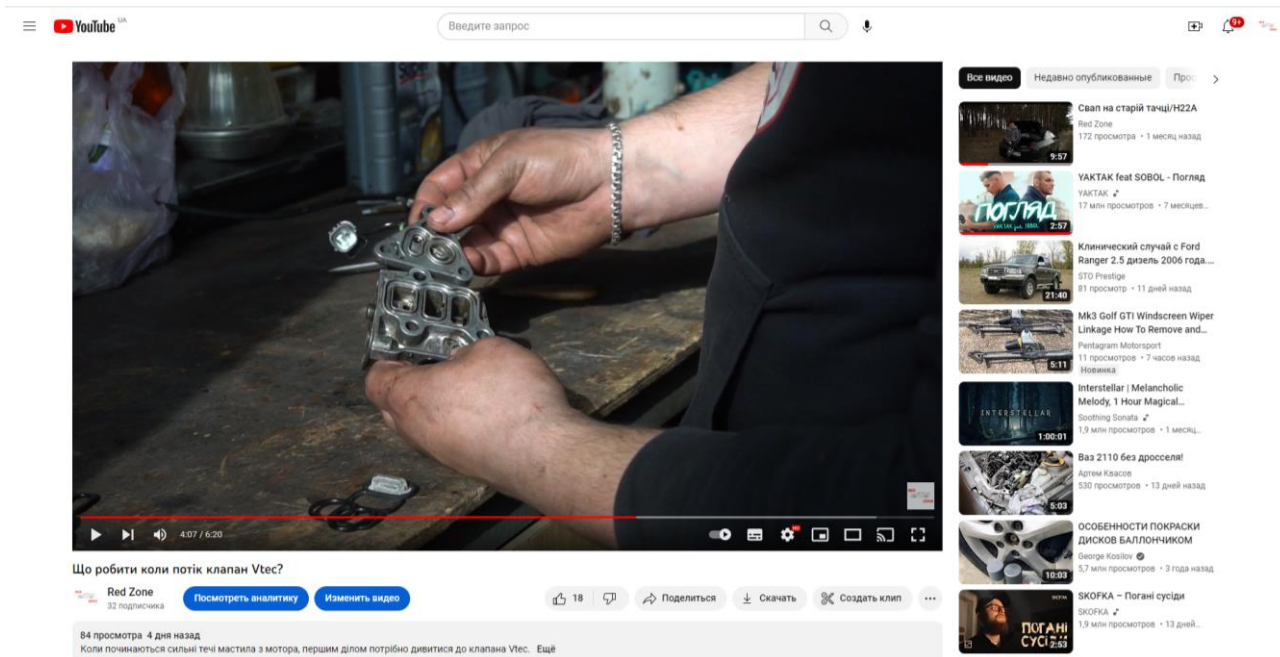
172 просмотра 1 месяц назад

Плюси та мінуси старого авто на якому зроблений свап мотора. Бюджетний, а голоне їдущий автомобіль, ідеальний варіант для студента. Ещё

Розроблено автором

Додаток Б

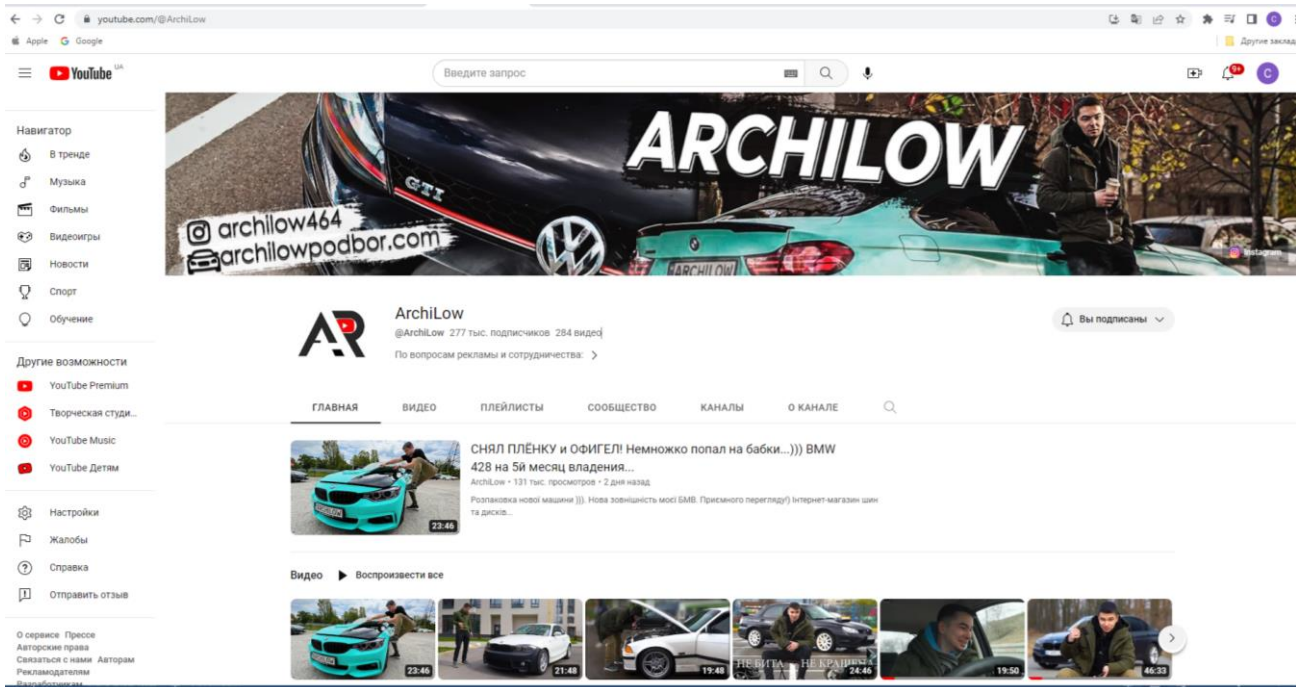
Ютуб-канал з автомобільної тематики «RED ZONE»



Розроблено автором

Додаток В

Ютуб-канал «ArchiLow»



Розроблено автором

Додаток Г

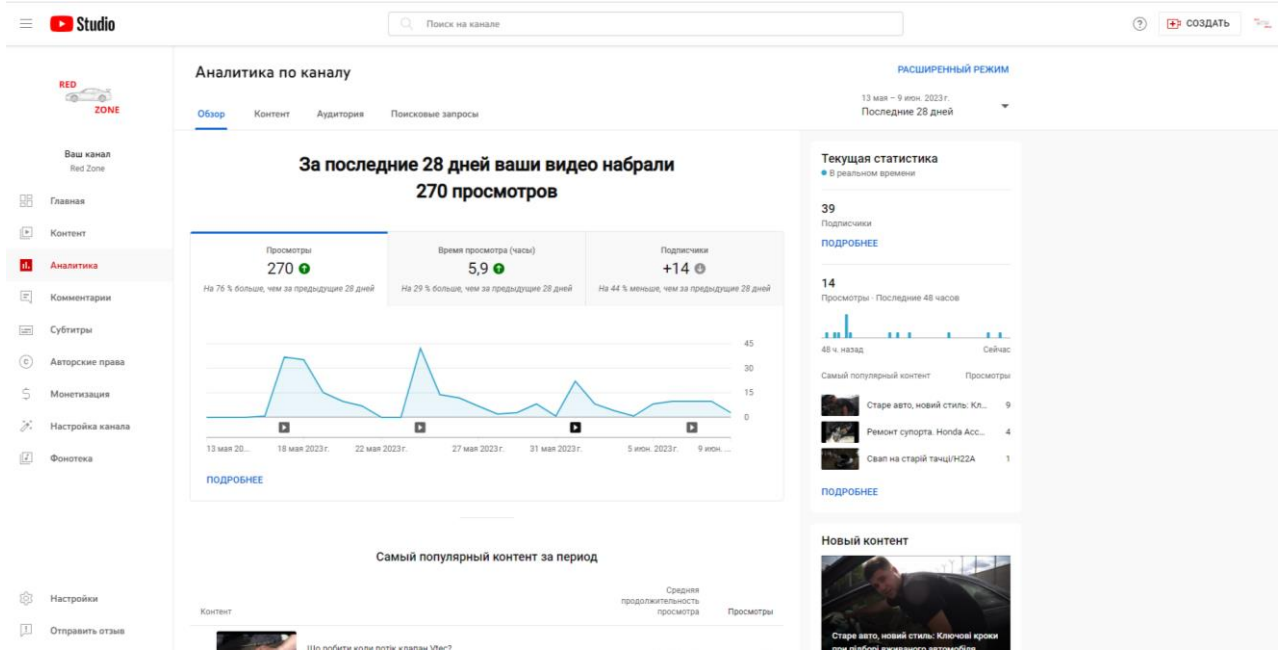
Ютуб-канал «Просто Макс»

The screenshot shows the YouTube channel page for 'Просто Макс'. At the top, there is a navigation bar with the YouTube logo, a search bar, and user avatars. Below this is a banner image featuring a collage of car-related scenes and the channel's logo 'ПРОСТО МАКС' in large, stylized letters. The channel name 'Просто Макс' is displayed, along with the handle '@prosto_max', 12.2 thousand subscribers, and 298 videos. A 'Вітання!' (Greetings!) message is visible. Below the channel information are tabs for 'ГЛАВНАЯ', 'ВИДЕО', 'SHORTS', 'ПЛЕЙЛИСТЫ', 'СООБЩЕСТВО', 'КАНАЛЫ', and 'О КАНАЛЕ'. The main content area shows a featured video titled 'Honda Accord 7 | Мій Екзекутивний Туре S | Кастомна губа і гриль!' with 2.2 thousand views. Below this is a 'Видео' section with a 'Воспроизвести все' (Show all) button. A row of video thumbnails is displayed, each with a title, duration, and view count. The thumbnails include: 'BMW e30 | Коли Toyota не змогла, а він довела сво...', 'Кастомні підстанки для Honda Civic 6, версія 2...', 'Honda Civic 3 - Легенда, яку вже не зустріти на...', 'Позбувся тонунання на Honda Civic 6 і...', 'Файні історії | Chrysler LHS 3.5 | Перше відео з Канади', and 'Mercedes CLK 320 | Коли до мрії варто прагнути, а не...'. On the left side, there is a 'Навігатор' (Navigator) menu with options like 'В тренде', 'Музика', 'Фільми', 'Відеоігри', 'Новости', 'Спорт', and 'Обучение'. Below the navigator is a 'Другие возможности' (Other options) section with links to YouTube Premium, Creative Studio, YouTube Music, and YouTube Kids. At the bottom left, there is a footer with service information: 'О сервисе Прессе Авторские права Связаться с нами Авторам Рекламодателям'.

Розроблено автором

Додаток Г

Статистика ютуб-каналу «RED ZONE» за 28 днів



Розроблено автором