

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАКУЛЬТЕТ УКРАЇНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ, КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВА
КАФЕДРА ІНФОРМАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

_____ О.А. Політова

« _____ » _____ 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(творчий авторський проєкт)

на тему:

**ВІЗУАЛЬНІ ЕФЕКТИ У YOUTUBE-ВІДЕО: АНАЛІЗ ПОПУЛЯРНИХ
ТЕХНІК**

випускника першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Виконала:

студентка IV курсу, групи ВТПб-1-21-4.0д

Лахман Богдана Петрівна

Науковий керівник:

Доцент кафедри Факультету української
філології, культури і мистецтва Київського
столичного університету імені Бориса
Грінченка

Новикова Руслана Артемівна

Київ-2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ВІЗУАЛЬНИХ ЕФЕКТІВ У YOUTUBE ВІДЕО	7
1.1. Поняття та класифікація візуальних ефектів у відеопродукції	7
1.2. Роль візуальних ефектів у формуванні привабливості контенту	14
1.3. Вплив технологічного розвитку на використання візуальних ефектів	19
Висновки до І розділу	23
РОЗДІЛ ІІ. Пояснювальна записка до аудіовізуального твору	26
2.1. Творча заявка до аудіовізуального твору	26
2.2. Технічне оснащення та знімальний процес.....	28
2.3. Побудова сценарної структури відео.....	30
2.4 Особливості роботи з монтажем та візуальними ефектами у відео.....	31
2.5 Застосовані візуальні ефекти: перелік, опис, доцільність.....	40
2.6 Контент-стратегія просування аудіовізуального твору.....	44
2.7 Режисерський сценарій.....	48
Висновки до ІІ розділу.....	50
ВИСНОВКИ.....	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	54

ВСТУП

Актуальність теми творчого проєкту. Сучасний розвиток медіаплатформ і їхній вплив на аудиторію ставить нові вимоги до якості та привабливості контенту, особливо в умовах популярності відеохостингу YouTube. Візуальні ефекти є важливим інструментом для підвищення уваги до відео, залучення глядачів та формування брендів.

Тому дослідження популярних візуальних технік у контексті YouTube-відео є важливим аспектом для подальшого розвитку аудіовізуальних технологій і медіаконтенту в Україні та світі.

Актуальність цієї теми зумовлена швидким розвитком візуальних ефектів, що трансформуює спосіб сприйняття контенту і створює нові можливості для відеокреаторів, зокрема, у напрямку залучення та утримання аудиторії.

Стан розробки проблеми. Дослідження візуальних ефектів та їхнього застосування в аудіовізуальному мистецтві активно розвивається, привертаючи увагу як науковців, так і практиків. Зокрема, питання розвитку візуальних ефектів у контексті медіаплатформ, таких як YouTube, розглядали у своїх працях такі автори, як Уілл Ігл, Жан Берджесс, які аналізували вплив сучасних технологій на візуальну складову відео та особливості її використання в медіапросторі. Особливу увагу вивченню візуальних ефектів на платформі YouTube приділяють дослідники таких аспектів, як сприйняття глядачами ефектів та їхній вплив на ефективність контенту.

Наприклад, питання впливу візуальних технік на взаємодію з аудиторією обговорюється в роботах Ніка Віллоубі, який досліджує технології монтажу та застосування спецефектів у створенні інтернаціонального контенту.

Метою даного проєкту є дослідження впливу візуальних ефектів на контент, який публікується на платформі YouTube, а також виявлення найпоширеніших технік їх використання. Проєкт передбачає визначення ключових факторів, які сприяють популярності відео, а також аналіз

ефективності застосування візуальних ефектів у контексті аудиторії та популярних трендів. Для досягнення даної мети було поставлено наступні **завдання**:

1. Вивчити теоретичні основи та методологічні підходи щодо застосування візуальних ефектів у сучасних медіа та на платформі YouTube.
2. Проаналізувати різні види візуальних ефектів, що використовуються в популярних відео на YouTube, і визначити їх вплив на ефективність контенту.
3. Дослідити взаємодію глядачів з відео, що містять візуальні ефекти, та виявити, які техніки найбільше приваблюють та утримують аудиторію.
4. Розробити рекомендації для відеокреаторів щодо оптимального використання візуальних ефектів для підвищення популярності відео.
5. Описати процес створення власного аудіовізуального твору із застосуванням візуальних ефектів, включаючи етапи креативного пошуку ідеї, концептуального бачення та практичного втілення.
6. Проаналізувати вплив візуальних ефектів на розвиток медіаплатформи YouTube та їхнє значення для аудіовізуальної культури.

Об'єктом дослідження є візуальні ефекти, їх застосування та вплив на медіаконтент, зокрема на відео, опубліковані на платформі YouTube.

Предметом дослідження є особливості застосування візуальних ефектів на платформі YouTube, методи їх інтеграції у відеоконтент, а також вплив цих ефектів на популярність відео, взаємодію з глядачами та ефективність контенту на платформі.

Методи дослідження. У даному дослідженні використовуються як теоретичні, так і практичні методи. Основні методи, які будуть застосовані для досягнення мети:

1. Аналіз та синтез – основні методи для вивчення візуальних ефектів у YouTube-відео, їхнього застосування та впливу на глядачів.

Аналізу піддаються конкретні техніки, їхня ефективність, а синтез полягає в інтеграції отриманих результатів та формуванні рекомендацій для відеовиробників.

2. Спостереження – метод, що буде використовуватись для дослідження конкретних відео на YouTube, вивчення популярних каналів та відео з найбільшим використанням візуальних ефектів.

3. Моделювання – створення простих моделей використання ефектів для аналізу, визначення, як вони впливають на контент та залучення глядачів.

4. Метод порівняння – для оцінки різних технік, застосованих у відео, і порівняння їх результатів на основі статистичних даних або відгуків глядачів.

5. Діалектичний метод – вивчення еволюції візуальних ефектів на YouTube, їхнього розвитку від простих до складних. Також допоможе в оцінці їх впливу на медіаіндустрію в цілому.

Інформаційною базою стали наукові статті та монографії Електронні ресурси та бази даних, книги з теорії кінематографії та відеопродакшну, статистичні матеріали, відео- та аудіоресурси – використання відео і матеріалів з YouTube для аналізу реальних прикладів ефектів. Ресурси для пошуку шаблонів ефектів, музичних супроводів та анімацій

Враховуючи, що дипломна робота передбачає створення авторського аудіовізуального твору (YouTube-відео), необхідно дотримуватися норм чинного законодавства у сфері інтелектуальної власності. Зокрема, згідно з Законом України «Про авторське право і суміжні права», такий контент охороняється як об'єкт авторського права, за умови його унікальності та творчого підходу [3].

Усі бібліографічні посилання в дипломній роботі оформлено згідно з вимогами ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація.[4]

Новизна отриманих результатів полягає у тому, що в українському медійному просторі створено аудіовізуальний твір, який присвячений аналізу популярних візуальних ефектів у YouTube-відео, розкриває нові підходи до їх використання для залучення та утримання аудиторії.

Практичне значення одержаних результатів кваліфікаційної роботи полягає в створенні аудіовізуального твору, який сприятиме підвищенню обізнаності аудиторії щодо впливу візуальних ефектів у YouTube-відео.

Апробація результатів дослідження

Апробацію пройшла на Всеукраїнській науково-практичній конференції з міжнародною участю.

Структура кваліфікаційної роботи складається з реферату , вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури (25 джерел). Загальний обсяг — 55 сторінок, основний зміст — 49 сторінок.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ВІЗУАЛЬНИХ ЕФЕКТІВ У YOUTUBE ВІДЕО

1.1. Поняття та класифікація візуальних ефектів у відеопродукції

Візуальні ефекти (VFX) — це технології та техніки, що дозволяють змінювати, покращувати або створювати зображення в процесі постпродакшну. Вони мають важливе значення у кінематографії та відеопродукції, оскільки дозволяють розширити межі можливого, створюючи вражаючі сцени, які були б важкими або неможливими для зйомки в реальному житті. Визначення та класифікація візуальних ефектів варіюються в залежності від джерела, однак загальна концепція залишатиметься стабільною: це маніпуляції зображеннями, які виходять за межі реальної зйомки.

Згідно із Законом України «Про вищу освіту», однією з ключових компетентностей бакалавра є здатність до творчої, дослідницької та проєктної діяльності в професійному середовищі [1]. У цьому контексті створення навчально-пояснювального відео з візуальними ефектами є формою реалізації цієї компетентності.

Візуальні ефекти використовуються в багатьох сферах, але особливо популярні вони у кіно- та телевізійній індустрії, а також у сфері відеопродукції, зокрема на платформі YouTube.

За словами Жана Берджесса [6], візуальні ефекти — це не тільки художній елемент, але й важливий інструмент для створення ідеї та емоційного впливу на глядача. Вони дозволяють не лише «доповнити» реальність, а й кардинально її змінити, створюючи нові світи, персонажів і навіть взаємодію між ними. «На YouTube ти — не просто автор, а візуальний бренд», — пише Ігл, закликаючи творців виводити свої відео за рамки звичайного хронометражу й наповнювати їх продуманими ефектами, стилем та темпом [5]

Існує кілька класифікацій візуальних ефектів, кожна з яких має своє значення залежно від контексту застосування. Однак, в загальному, всі

вони можна поділити на дві основні категорії: практичні та цифрові ефекти.

1. Практичні ефекти (Real Effects): це ефекти, що створюються під час зйомки за допомогою спеціальних технік, таких як макети, хімічні реакції або маніпуляції з фізичними об'єктами. До цієї категорії належать такі ефекти, як піротехніка, використання моделей, ляльок або масок. Практичні ефекти часто використовуються в поєднанні з цифровими для досягнення максимального візуального ефекту. За словами Ніка Віллоубі [7] навіть з розвитком цифрових технологій практичні ефекти мають важливу роль в створенні «реалістичності» сцени, оскільки вони забезпечують фізичну взаємодію елементів у кадрі.

2. Цифрові ефекти (Digital Effects): ця категорія включає використання комп'ютерної графіки для створення елементів, яких немає в реальності, або для обробки знятого матеріалу. Вони поділяються на декілька типів:

2D-графіка: це прості візуальні ефекти, такі як титри, текстури або анімація. Вони використовуються для додавання деталей, що не потребують складних тривимірних обчислень.

3D-графіка: складніша форма графіки, яка дозволяє створювати тривимірні об'єкти, персонажів або сцени, що можуть взаємодіяти з реальними зображеннями. Цей тип ефектів є популярним у кіноіндустрії та серед YouTube-креаторів, де він використовується для створення анімаційних персонажів або інтерактивних елементів.

Композиція: процес об'єднання кількох елементів в один кадр. Це може бути використано для інтеграції елементів, знятих окремо (наприклад, на зеленому фоні) в один безперервний кадр. Такий метод є дуже популярним у відеопродукції, оскільки дозволяє створювати унікальні та ефектні сцени, які не існують у реальному житті.

З технічної точки зору, створення візуальних ефектів вимагає висококваліфікованих спеціалістів і сучасних технологій, зокрема програмного забезпечення для комп'ютерної графіки та анімації, а також камер, що дозволяють отримати точні кадри для подальшої обробки.

Програмне забезпечення для створення візуальних ефектів включає пакети, як-от Adobe After Effects, Autodesk Maya, Nuke та інші, які дозволяють створювати реалістичні або фантастичні зображення.

З художнього боку, ефекти використовуються для того, щоб допомогти розповісти історію, підкреслити емоційний настрій сцени або передати фантастичні елементи світу, що змінюються в межах концепту відео або фільму.

Окрім технічної та художньої класифікації, варто також звернути увагу на функціональну класифікацію візуальних ефектів у контексті відеопродукції на YouTube:

- Інформативні ефекти – слугують для покращення сприйняття інформації, наприклад, графічні підказки, маркери, схеми, які з'являються у навчальних, оглядових або пояснювальних відео.
- Розважальні ефекти – використовуються для створення комедійного або вражаючого ефекту (наприклад, меми, анімаційні вставки, перебільшені реакції), особливо в блогах і розважальному контенті.
- Атмосферні ефекти – візуальні прийоми, що підсилюють настрій відео: фільтри, світлові ефекти, кольорокорекція, гра з глибинами кадру, які впливають на емоційне сприйняття сцени.
- Ідентифікаційні ефекти – такі як логотипи, фірмові заставки або унікальні стилістичні елементи, що формують бренд-стиль відеоблогера чи каналу.

Таким чином, візуальні ефекти на YouTube виходять за рамки суто естетичної функції — вони є інструментами комунікації, впливу на глядача та побудови впізнаваності автора. У сучасному медіапросторі YouTube-відео дедалі частіше поєднують одразу кілька типів ефектів для досягнення максимальної ефективності. Саме багатофункціональність і адаптивність візуальних ефектів роблять їх ключовим елементом у створенні конкурентоспроможного та привабливого контенту.

Візуальні ефекти постійно розвиваються, і з часом їх можливості значно зросли. Поглянувши на історію відеопродакшн, можна помітити значні зміни. Перші візуальні ефекти з'явилися ще на початку XX століття, коли французький режисер Жорж Мельєс експериментував із зупинкою камери, багаторазовою експозицією та іншими простими техніками.[8] Для того часу це було справжнім дивом. У подальшому з'явилися складніші прийоми, наприклад, хромакей, а з розвитком комп'ютерної графіки в 90-х роках з'явилася технологія CGI (computer-generated imagery), що дозволила створювати візуальні ефекти за допомогою комп'ютера. Спочатку ці технології були доступні лише великим студіям з великими бюджетами, однак з часом вони стали доступніші, і на сьогодні навіть школяр може створити базові ефекти у безкоштовних програмах.

YouTube став платформою, де кожен бажаючий може реалізувати себе як відеомейкер. Тепер для створення відео з візуальними ефектами вже не потрібно мати великий бюджет — достатньо знань, креативу та часу. Це зробило візуальні ефекти популярними серед креаторів на YouTube. Також важливо зазначити, що ефекти значною мірою залежать від жанру відео. Наприклад, в навчальних відео (тutorіалах) часто використовуються мінімальні ефекти, такі як стрілочки, підсвічування екрану або текстові вставки, щоб акцентувати увагу на важливих моментах. Дослідження виявило, що естетичний досвід у навчальних іграх формується під впливом таких факторів, як візуальний дизайн, звукове оформлення та інтерактивність, що сприяє підвищенню мотивації та ефективності навчання [22]. Інтеграція штучного інтелекту та візуальних ефектів у навчальні ігри дозволяє створювати адаптивні освітні середовища, які підвищують залученість та ефективність навчання.[23].

У влогах, зокрема тревел-влогах, популярні динамічні переходи, сповільнення кадрів, кольорокорекція та накладення музики. В ігровому контенті ж можна зустріти повноцінні міні-фільми з 3D-анімацією, вибухами,

енергетичними ефектами чи магією — усе залежить від творчого підходу автора.

На YouTube активно використовуються різноманітні візуальні ефекти. Наприклад, motion design — це техніка додавання анімованих текстів, логотипів або інших графічних елементів, що «оживають» у кадрі. Такі ефекти часто зустрічаються у відео формату «how-to» або «top-5». Також популярні анімаційні переходи, коли одна сцена плавно переходить в іншу за допомогою обертання, розмиття або розлітання частинок. Ці ефекти часто можна побачити у відео тревел-блогерів або музичних кліпах.

Окремо можна відзначити використання AR-ефектів (доповненої реальності), коли на відео накладаються анімовані елементи, які взаємодіють з реальним оточенням. Наприклад, популярні відео, де людина наче кидає магічну кулю або викликає вогонь з руки, є прикладом візуальних ефектів, що реалізуються за допомогою сучасних мобільних додатків.

Візуальні ефекти не є лише декоративними елементами. Вони виконують важливу психологічну функцію, допомагаючи утримувати увагу глядача, викликати емоції та робити контент більш запам'ятовуваним. Наприклад, у відео на тему самоосвіти часто використовуються підкреслення чи спалахи в моменти подачі важливої інформації. Це допомагає зосередити увагу глядача на основних ідеях. У рекламі ефекти використовуються для підсилення емоцій, наприклад, у ролику про подорожі можуть бути показані сонце, пісок, сповільнене зображення хвиль і пролітаючий літак — всі ці елементи створюють атмосферу, що запам'ятовується.

Сьогодні кожен автор може використовувати візуальні ефекти завдяки доступу до численних інструментів, таких як Adobe After Effects, CapCut, Final Cut Pro, Premiere Pro. Навіть мобільні додатки дозволяють створювати ефектні відео з мінімальними зусиллями. Наприклад, популярні шаблони в CapCut дозволяють додавати анімації або синхронізувати кадри з

музикою за лічені хвилини. Існують також платформи, такі як Envato Elements чи Motion Array, що пропонують готові шаблони для переходів, титрів, звукових ефектів тощо.

Окремо варто розглянути коротку історію розвитку візуальних ефектів, яка демонструє, як технології змінювали підходи до візуального сторітелінгу. Перші ефекти були механічними або оптичними, як-от «зупинка кадру» або «багаторазова експозиція», які активно використовував французький режисер Жорж Мельєс[8] ще на початку XX століття. У другій половині XX століття широке розповсюдження отримали хромакей, мініатюрні моделі, стоп-моушн анімація. З розвитком цифрових технологій на рубежі 90-х років ефекти перейшли в сферу CGI (комп'ютерної графіки), що стало справжнім проривом.

Цей процес поступово демократизувався — якщо раніше ефекти могли дозволити собі лише кіностудії, то сьогодні будь-який користувач смартфона має доступ до інструментів створення VFX. YouTube став майданчиком, де візуальні ефекти почали використовуватися не лише у творчому, а й у пізнавальному контенті, блогах, навчальних відео.

Варто згадати й про жанрову класифікацію використання ефектів:

- у тревел-блогах — часто використовуються плавні переходи, фільтри, монтаж під музику;
- у навчальному контенті — стрілки, підсвічування, текстові вставки для акцентів;
- у влогах — меми, емоційні реакції, гумористичні вставки;
- у технічних оглядах — схеми, 3D-графіка, візуалізація інтерфейсів.

Таким чином, візуальні ефекти — це не лише технічний інструмент, а й мова спілкування з глядачем, яка адаптується під жанр і цілі

автора. Їхня класифікація може варіюватися за критеріями: за способом створення (практичні / цифрові), за функцією (інформативні / розважальні / емоційні), за контекстом використання (жанрові підходи). Це робить тему дослідження надзвичайно широкою та динамічною.

Ще одним напрямом класифікації є рівень складності реалізації ефектів. Умовно всі візуальні ефекти можна поділити на базові, середнього рівня складності та професійні.

Базові ефекти — це титри, текстові вставки, стрілки, переходи, які можна створити навіть у мобільних редакторах.

Середній рівень — це вже анімація, робота з хромакеєм, кольорокорекція, динамічне кадрування.

Професійні — включають 3D-графіку, глибоку роботу з шарами та об'єктами, трекінг і віртуальні ефекти, які застосовують в ігрових та кінематографічних відео.

Такий поділ важливий для правильного вибору інструментів відповідно до цілей відео і технічних можливостей автора.

Особливу увагу в межах класифікації заслуговують також гібридні ефекти, які поєднують кілька технік одночасно: наприклад, анімацію, композитинг і 3D-моделювання. Такі рішення часто використовуються в рекламі, трейлерах та YouTube-контенті, де візуальний стиль повинен бути яскравим і впізнаваним. Вони не підпадають чітко під один тип, однак відіграють дедалі важливішу роль у сучасному візуальному сторітелінгу.

Крім того, останніми роками активно розвиваються автоматизовані візуальні ефекти, які створюються за допомогою нейромереж і генеративного штучного інтелекту (наприклад, Adobe Firefly, Runway ML). Це дає змогу створювати вражаючі сцени без залучення великих знімальних

груп чи постпродакшн-команд. Інтеграція штучного інтелекту та візуальних ефектів у навчальні ігри дозволяє створювати адаптивні освітні середовища, які підвищують залученість та ефективність навчання [23].

Візуальні ефекти дедалі більше стають доступним інструментом навіть для малобюджетного контенту, зокрема для аматорських або напівпрофесійних відео на YouTube.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що поняття візуальних ефектів охоплює не лише технічні рішення, а й ширший спектр візуальних засобів впливу, що допомагають автору розповісти історію, створити атмосферу, привернути увагу або надати відео впізнаваного стилю.

Отже, візуальні ефекти не є лише елементами декору, а є важливим інструментом візуального сторітелінгу. Вони використовуються не тільки для додання краси, а й для ефективного передачі ідеї, емоції або настрою відео. Зрозуміння того, як працюють ці ефекти та як їх правильно застосовувати, є важливим аспектом створення якісного контенту на платформі YouTube.

1.2. Роль візуальних ефектів у формуванні привабливості контенту

Візуальні ефекти (VFX) стали невід'ємною частиною сучасного відеоконтенту, зокрема на платформі YouTube, де конкуренція за увагу глядачів надзвичайно висока. Їхнє ефективне застосування здатне значно підвищити привабливість відео, залучаючи та утримуючи аудиторію.

Візуальні ефекти виконують важливу психологічну функцію, допомагаючи утримувати увагу глядача та підсилюючи емоційний вплив контенту. Згідно з дослідженням, проведеним у статті «Візуальні ефекти у створенні ігрового освітнього контенту: вплив на сприйняття та ефективність

навчання» (2023), використання візуальних ефектів у навчальних відео сприяє кращому засвоєнню матеріалу та підвищує зацікавленість учнів. [9]

Автори зазначають, що інтерактивні елементи, такі як анімовані графіки та переходи, допомагають зберігати увагу та покращують сприйняття інформації. Це дослідження підтверджує, що ефективне використання візуальних ефектів може не лише прикрасити відео, але й зробити процес навчання більш ефективним та захопливим.

Візуальні ефекти є потужним інструментом візуального сторітелінгу, дозволяючи творцям контенту створювати унікальні наративи та підсилювати емоційний вплив відео. У книзі [10] «Посібник з візуальних ефектів для кінематографістів» (2024) зазначено, що візуальні ефекти можуть не лише доповнювати, а й трансформувати сприйняття історії, надаючи їй нових сенсів та глибини. Вони допомагають розкрити внутрішній зміст відео, підкреслюючи основні теми або емоції, що хоче передати автор, і тим самим створюють потужний емоційний зв'язок з глядачем. Використання ефектів дозволяє зробити сюжет більш динамічним, створюючи відчуття швидкості або сповільнюючи події для досягнення драматичного ефекту.

Сучасні технології значно спростили процес створення візуальних ефектів, зробивши їх доступними навіть для аматорів. За словами Михайла Славова [11]. VFX-спеціаліста з досвідом роботи над такими проектами, як «Avatar 2» та «Skyfall», сьогодні існує безліч інструментів, які дозволяють створювати високоякісні ефекти без значних фінансових витрат. Програмне забезпечення, таке як Adobe After Effects, CapCut, Final Cut Pro, стало доступним широкому колу користувачів. Це дозволяє навіть новачкам створювати ефекти, що раніше були доступні тільки великим студіям. Більше того, існують безкоштовні платформи, такі як Envato Elements та Motion Array, які пропонують готові шаблони, титри, анімації та звукові ефекти, що допомагають швидко створювати професійний контент.

На платформі YouTube можна знайти численні приклади успішного використання візуальних ефектів. Канали, що спеціалізуються на технічних оглядах, часто використовують анімовані графіки та переходи для пояснення складних концепцій. Наприклад, у відео, де розбираються нові технології, інтерфейси або пристрої, часто використовуються ефекти для підкреслення важливих деталей. Це дозволяє глядачу краще зрозуміти інформацію і запам'ятати основні моменти. Влогери, у свою чергу, застосовують ефекти для створення динамічних та емоційно насичених відео, що сприяє залученню більшої аудиторії. Наприклад, у відео, які висвітлюють подорожі або розваги, використовуються кольорокорекція, сповільнення кадру, а також ефекти переходів для створення захоплюючої атмосфери.

Не менш важливим є роль візуальних ефектів у створенні рекламного контенту. Візуальні ефекти активно використовуються для підсилення емоцій, що транслиуються через відео. Наприклад, у рекламі подорожей часто використовуються ефекти, що створюють ідеалізовану атмосферу — сповільнення хвиль, розмиті обличчя, ефекти сонячного сяйва, які викликають у глядача бажання втекти до тропіків. Такі ефекти підвищують емоційний вплив реклами та допомагають сформувати бажання до придбання продукту або послуги.

Одним із ключових аспектів ролі візуальних ефектів є їхній психологічний вплив. Завдяки кольору, руху, динамічним переходам та іншим засобам, візуальні ефекти здатні викликати певні емоції та формувати настрій. Як зазначається в аналітичній статті на платформі Dizz.in.ua, ефекти допомагають не просто прикрасити відео, а й утримувати увагу глядача, спрямовувати її на важливі моменти та забезпечувати глибший емоційний зв'язок з аудиторією. Вони створюють відчуття ритму, динаміки, дозволяють змінювати темп сприйняття в залежності від потреб сюжету чи меседжу [15].

Ще одним важливим аспектом є роль візуальних ефектів у розповіді історії. Згідно з матеріалом платформи CapCut [12] візуальні

ефекти є інструментом, який дозволяє передавати складні ідеї через зображення, символи та рухомі графічні елементи. Вони допомагають адаптувати зміст до цільової аудиторії, створити логічний наратив та посилити ефект від побаченого.

Значущим чинником є також економічна доцільність використання ефектів. У минулому візуальні ефекти асоціювалися з дорогими постпродакшн процесами, доступними лише великим студіям. Натомість сьогодні інструменти на кшталт Adobe After Effects, CapCut, DaVinci Resolve, Premiere Pro доступні не лише професіоналам, а й звичайним користувачам. Завдяки цьому створення ефектного візуального контенту стало можливим навіть за мінімального бюджету. Як стверджують автори статті на сайті *ShallBD [14]*, VFX дозволяють замінити реальні локації чи дорогі декорації цифровими образами, що значно оптимізує витрати.

Ще один напрям — маркетинговий потенціал візуальних ефектів. Візуалізація інформації сьогодні має величезне значення для просування товарів, послуг чи ідей. Візуальні ефекти активно використовуються у рекламних відео, промо-роліках, брендових кампаніях. Як зазначає агентство *UAMASTER [13]*, якісний візуальний контент збільшує показники взаємодії користувачів із матеріалом: відео з ефектами частіше переглядають до кінця, більше коментують та поширюють.

Роль візуальних ефектів також варто розглядати у світлі психологічного сприйняття інформації глядачем. Людський мозок значно краще запам'ятовує яскраві, візуально виділені образи, ніж текстову або монотонну інформацію. Саме тому ефекти, які додають кольору, динаміки або емоційності, суттєво впливають на рівень залучення аудиторії.

Зокрема, візуальні ефекти допомагають:

- спрямувати увагу глядача на потрібну частину екрану;
- структурувати інформацію в кадрі;

- уникнути візуального перевантаження;
- викликати відповідну емоцію — захоплення, сміх, здивування.

Згідно з дослідженнями у сфері медіапсихології, відео з ефектами утримують увагу на 40–60% довше, ніж відео без жодного візуального акценту. Це надзвичайно важливо в умовах алгоритмів YouTube, де тривалість перегляду впливає на ранжування.

Не менш важливим є те, що ефекти формують візуальний стиль каналу. Відомі YouTube-блогери, такі як Yes Theory, MrBeast, або українські автори, як-от Антон Птушкін (travel-формат), активно використовують монтажні й візуальні прийоми. Його стиль легко впізнати саме завдяки повторюваним візуальним акцентам — це створює відчуття цілісності, професіоналізму та бренду.

З психологічної точки зору, візуальні ефекти можуть впливати на настрій глядача через асоціативний ряд. Наприклад, теплі кольори, м'які переходи та світлі фільтри створюють атмосферу затишку й довіри. Натомість різкі стробоскопічні ефекти, кислотні кольори чи інверсії викликають тривожність або напругу. Цим часто користуються автори контенту для посилення емоційного впливу: драматичні сцени супроводжуються затемненням і уповільненням руху, а моменти радості — яскравими анімаціями та динамічними переходами.

Також важливо враховувати особливості сприйняття візуальних ефектів різними віковими та цільовими аудиторіями. Молодіжна аудиторія краще реагує на експериментальні, швидкі, анімовані ефекти, тоді як старше покоління часто краще сприймає спокійніший та більш стриманий стиль візуального оформлення. Отже, ефективне використання візуальних ефектів неможливе без глибокого розуміння аудиторії та її потреб.

Цікаво, що візуальні ефекти мають особливу силу саме в перші 30 секунд відео, коли глядач вирішує, чи залишитися на перегляді. Тому автори

часто використовують так званий «візуальний гачок» — елемент, який одразу приваблює око. Це може бути текст, вибух кольору, незвичний кадр або швидка зміна планів з ефектами.

Успішні відеоблогери також використовують ефекти для формування впізнаваності: ті самі заставки, титри, кольори та шрифти. Це створює візуальний бренд, який легко запам'ятовується глядачам і асоціюється з якістю та стабільністю.

Отже, візуальні ефекти не лише підвищують естетичну цінність контенту, а й виконують важливу роль у його емоційному та психологічному впливі на глядача. Вони допомагають утримувати увагу, роблять контент більш динамічним та захоплюючим, а також сприяють кращому засвоєнню інформації. Завдяки розвитку технологій, візуальні ефекти стали доступними для широкого кола авторів контенту, що сприяє підвищенню якості відео та розвитку творчості на платформі YouTube.

1.3. Вплив технологічного розвитку на використання візуальних ефектів

Технологічний прогрес має вирішальний вплив на еволюцію візуальних ефектів у відеопродакшені. З розвитком цифрових технологій, програмного забезпечення та інструментів штучного інтелекту можливості у створенні візуального контенту значно розширились, а сам процес став більш доступним як з технічної, так і з економічної точки зору. Чепурнов І. зазначає, що “використання цифрових візуальних ефектів стало невід’ємною частиною операторської роботи, впливаючи на зображальні рішення у кіно цифрової епохи” [25]

Починаючи з появи перших програм для нелінійного монтажу в 1990-х роках, технології поступово відкривали нові горизонти. Наприклад, програма Adobe After Effects [16], яка з'явилась у 1993 році, зробила справжній прорив у сфері композиційних ефектів. З кожним роком її функціонал розширювався, і сьогодні вона вважається стандартом індустрії для роботи з VFX (Visual Effects) у багатьох сферах — від кінематографу до YouTube-контенту.

Сучасні інструменти для створення візуальних ефектів вже не вимагають надзвичайних обчислювальних ресурсів. Наприклад, DaVinci Resolve [17] поєднує в собі монтаж, кольорокорекцію, графіку та VFX в одному безкоштовному пакеті. Це дало змогу навіть початківцям створювати професійний відеопродукт без значних фінансових витрат.

Використання візуальних ефектів (VFX) дозволяє створювати неймовірні світи та персонажів, а також додавати реалістичність до фільму. Однак, як і будь-який інструмент кіновиробництва, VFX має свої переваги та недоліки [19]

Крім того, важливу роль у розвитку візуальних ефектів відіграє поява мобільних додатків. Застосунки на зразок CapCut та VN Editor дозволяють створювати ефекти буквально з телефона. Це спрощує процес монтажу і відкриває можливість створення контенту широкому колу користувачів. Завдяки шаблонам, автоматизованим переходам та елементам motion design, навіть коротке відео для соціальних мереж може виглядати професійно.

Ще одним новим етапом стала інтеграція штучного інтелекту. Сервіси на кшталт RunwayML, Pika Labs, Kaiber дозволяють генерувати візуальні ефекти або повністю автоматизувати редагування відео. Наприклад, платформа RunwayML [18] дозволяє створювати маски, замінювати фон,

генерувати анімацію та покадрово редагувати зображення за допомогою ШІ, що раніше вимагало годин кропіткої роботи вручну.

Крім інструментальних можливостей, технологічний розвиток також впливає на естетику та мову сучасного відео. Створення візуальних ефектів стало не лише технічним процесом, а й мистецтвом, яке поєднує в собі знання з дизайну, монтажу, кольорознавства, а також психології сприйняття. Розширення технічного арсеналу надало змогу експериментувати з формою подачі, створюючи унікальні стилістичні рішення, які раніше були доступні виключно у великобюджетному кіно. Редагування відео є ключовим етапом у створенні контенту, який дозволяє передати емоції, характер та інформацію через вибір кадрів та монтаж. [20]

Також відчутно зріс рівень інтерактивності. Глядачі все більше очікують від контенту не лише перегляду, а й залучення. Саме тому відео з візуальними ефектами часто мають більш високі показники переглядів і залученості. Наприклад, у соціальних мережах користувачі охочіше взаємодіють із роликами, в яких використано динамічну графіку, оригінальні переходи, 3D-елементи або цікаві AR-ефекти. Це пояснюється тим, що такий контент здатен не тільки передавати інформацію, а й викликати емоцію, ефект "вау", який змушує поділитися відео або залишити коментар.

Крім того, сучасні технології дозволяють оптимізувати процес створення відео, скорочуючи час на постпродакшн і даючи змогу авторам зосередитись на творчому аспекті. З'явилася можливість працювати з шаблонами, автоматизованими ефектами, генерацією анімацій. Це особливо актуально для креаторів, які працюють на постійній основі і мають обмежений час для виробництва.

Технології також сприяють універсалізації навичок відеовиробництва. Завдяки навчальним платформам, відеоурокам, форумам та доступності професійного програмного забезпечення, все більше людей

отримують змогу навчитися створювати візуальні ефекти самотійно. Цей тренд впливає на загальний рівень контенту в медіапросторі: глядачі звикають до якісної візуальної подачі, навіть якщо це аматорський блог або коротке відео в TikTok.

Варто також відзначити роль технологій у формуванні нових жанрів та форматів відео. Наприклад, раніше було важко уявити щось подібне до «відео-естетики» або «візуального ASMR», де головну роль відіграють саме кольорова палітра, ефекти освітлення, динамічні переходи й глибина зображення. Саме технічний прогрес зробив можливим існування таких форматів.

Окрему увагу варто приділити тому, як штучний інтелект (AI) змінює підходи до створення візуальних ефектів. Завдяки нейромережам сьогодні можливо автоматично додавати ефекти, змінювати фон (без хромакею), розпізнавати об'єкти на відео, покращувати якість зображення, стабілізувати кадр, дублювати голос або навіть генерувати обличчя.

Такі інструменти, як RunwayML, Descript, Adobe Firefly, відкривають нові можливості не тільки для професіоналів, але й для початківців. Наприклад, за допомогою AI-маски можна виділити конкретну область у кадрі і застосувати до неї ефект незалежно від фону. Це скорочує час постобробки й робить процес монтажу інтуїтивно зрозумілим.

Крім того, мобільні додатки також не стоять осторонь — програми типу CapCut, VN Video Editor, InShot вже мають вбудовані алгоритми AI, які автоматично пропонують вставки, переходи, обробку облич і фону, синхронізацію з музикою.

Також спостерігається тенденція до інтеграції AR-ефектів (доповненої реальності) у відеоконтент. Це особливо популярно в Instagram Reels, TikTok та YouTube Shorts. Фільтри, маски, 3D-об'єкти стають частиною контенту без потреби складного монтажу.

Усе це свідчить про те, що технологічний прогрес демократизує доступ до візуальних ефектів: сьогодні не обов'язково мати студійне обладнання або знання спецпрограм — достатньо смартфона з додатком і базового розуміння композиції. Саме це відкриває нові горизонти для творчих людей і визначає сучасний вигляд YouTube-відео.

Крім творчих можливостей, нові технології також скорочують час і зусилля, необхідні для створення складних ефектів. Наприклад, автоматичне стабілізування кадру, автоматичне вирізання фону або покращення освітлення — усе це раніше вимагало ручної роботи.

Сьогодні це займає кілька кліків, що дозволяє авторам зосередитися більше на ідеї, а не на технічних нюансах.

Ще одна важлива тенденція — це інтеграція відео з іншими форматами контенту, зокрема інтерактивними елементами. Наприклад, відео на YouTube все частіше містять інтерактивні підказки, анотації, клікабельні ефекти — усе це теж є частиною візуального ряду, що впливає на досвід перегляду.

Варто також зазначити, що використання візуальних ефектів у YouTube-відео напряду пов'язане з алгоритмами платформи. Відео, що має яскраву заставку, динамічне інтро, елементи графіки чи анімації, зазвичай отримує вищу кількість переглядів і довше утримує увагу глядача. Це обумовлено не лише естетикою, а й поведінковими факторами, які враховуються в ранжуванні контенту.

Крім того, автори часто створюють унікальні візуальні елементи брендування — стилізовані підписи, шапки, lower-thirds, логотипи, які формують візуальну впізнаваність каналу. Візуальні ефекти слугують засобом комунікації: вони можуть підкреслити гумор, драму, іронію чи інформаційний характер відео. Це особливо важливо в нішах освітнього,

тревел- або науково-популярного контенту, де потрібна візуальна підтримка складної інформації.

Сьогодні багато українських YouTube-авторів — наприклад, у сферах урбаністики, журналістики або тревел-блогів — використовують візуальні ефекти як інструмент наративу, зокрема, для структурування епізодів, акцентування уваги або імітації репортажного стилю. Завдяки цьому ефекти стають не просто прикрасою, а частиною розповіді, з якою працює автор

Таким чином, технологічний розвиток не просто змінив спосіб створення візуальних ефектів — він докорінно трансформував саму логіку візуального контенту. Відео стало більш доступним, інтерактивним, привабливим і гнучким у реалізації. Це сприяє не лише зростанню кількості контенту, а й якості його подачі, що особливо важливо в умовах сучасної конкурентної медіасфери.

Висновки до Розділу I

У першому розділі дипломної роботи було досліджено поняття візуальних ефектів, їхню класифікацію, роль у формуванні привабливості контенту та вплив технологічного розвитку на їхнє використання в середовищі відеохостингу YouTube. Проведений аналіз дозволив сформулювати низку важливих висновків.

По-перше, візуальні ефекти у відеопродукції — це не просто декоративний інструмент, а складова сучасного візуального сторітелінгу. Вони виконують як естетичну, так і функціональну роль: допомагають сконцентрувати увагу глядача, логічно структурувати інформацію, передати настрій, підкреслити важливі моменти. Класифікація ефектів дозволяє краще

зрозуміти їх різноманіття: від базових текстових і графічних вставок до складних CGI, AR-елементів та інтерактивних анімацій.

По-друге, візуальні ефекти стали ключовим інструментом залучення аудиторії на YouTube. У середовищі, де щодня з'являються тисячі нових відео, саме ефекти допомагають утримати увагу глядача з перших секунд. Особливо це помітно у форматах, орієнтованих на розваги, освітній контент, тревел-блоги та огляди. Як підтверджують дослідження авторів Ніка Віллоубі, Уілла Ігла та інших, ефекти створюють візуальну динаміку, що підвищує емоційну залученість користувачів.

По-третє, аналіз літератури засвідчив, що важливу роль у привабливості контенту відіграє також контекст використання ефектів. Грамотне застосування візуальних прийомів, відповідно до жанру відео й особливостей аудиторії, значно підвищує рівень переглядів та тривалість утримання уваги. У туторіалах доречно використовувати стримані, підкреслювальні ефекти, а у влогах — яскраві й динамічні, які підсилюють емоційну складову.

По-четверте, стрімкий технологічний розвиток зробив візуальні ефекти доступними для широкого кола користувачів. Якщо раніше вони були прерогативою кіноіндустрії та великих продакшн-студій, то сьогодні їх можуть створювати навіть новачки за допомогою мобільних застосунків або базових комп'ютерних програм. Це стало можливим завдяки таким програмним засобам, як Adobe After Effects, CapCut, DaVinci Resolve, а також онлайн-платформам із готовими шаблонами — Envato Elements тощо.

Крім того, окрему роль відіграють новітні технології на базі штучного інтелекту, які значно спростили процес генерації ефектів. Інструменти на основі AI дозволяють автоматично вирізати об'єкти, синхронізувати кадри з музикою, створювати ефекти за контекстом відео

тощо. Це суттєво прискорює процес монтажу та підвищує якість фінального продукту.

Таким чином, можна зробити загальний висновок: візуальні ефекти в контексті YouTube-контенту є не лише елементом естетики, а потужним засобом комунікації, який посилює вплив відео на глядача.

РОЗДІЛ II. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА ДО АУДІОВІЗУАЛЬНОГО ТВОРУ

2.1. Творча заявка до аудіовізуального твору

Назва відео:

«Візуальні ефекти у YouTube-відео»

Тип проєкту:

Навчально-пояснювальне відео (формат YouTube-ролика)

Мета проєкту:

Дослідити та наочно продемонструвати, як візуальні ефекти впливають на сприйняття контенту на платформі YouTube. Показати основні техніки та інструменти, що використовуються сучасними авторами для покращення якості відео, залучення аудиторії та зростання переглядів.

Актуальність:

У час, коли візуальна культура домінує в цифровому просторі, особливо на платформах як YouTube, важливо вміти створювати не просто контент, а якісний, динамічний та естетичний продукт. Візуальні ефекти стають не лише прикрасою, а й ключовим інструментом комунікації з глядачем.

Цільова аудиторія:

Молодь 16–30 років, початківці YouTube-контентмейкери, студенти творчих спеціальностей, усі, хто цікавиться відеомонтажем та візуальним сторітелінгом.

Хронометраж:

Приблизно 8 хвилин.

Жанр:

Документально-пояснювальний, навчально-популярний.

Короткий зміст:

Авторка відео, Богдана Лахман, у легкій та доступній формі пояснює, що таке візуальні ефекти, для чого вони використовуються та які їхні основні типи. У відео поєднується жива зйомка з прикладами екранного захоплення, демонструються прийоми створення ефектів у програмах CapCut та Adobe Premiere Pro. Візуальні приклади супроводжуються короткими поясненнями, динамічними анімаціями, музикою та підписами.

Структура відео (із зазначенням часу):

Заставка з логотипом/анімацією – 10 сек

Вступ ведучої (представлення теми, звернення до глядача) – 45 сек

Коротке пояснення, що таке візуальні ефекти і навіщо вони потрібні – 45 сек

Розбір ефекту 1 (напр., Masking Transition): приклад, пояснення, демонстрація – 1 хв 15 сек

Розбір ефекту 2 (напр., Speed Ramping): приклад, пояснення, демонстрація – 1 хв 15 сек

Розбір ефекту 3 (напр., Tracking Text): приклад, пояснення,
демонстрація – 1 хв 15 сек

Інтеграція ефектів у єдину сцену (як це виглядає в сукупності) – 1 хв

Висновки, підсумки, рекомендації початківцям – 1 хв

Кінцева заставка з титрами та вдячністю за перегляд – 15 сек

Титри:

Автор сценарію, режисер, монтаж: Богдана Лахман

Телеведуча: Богдана Лахман

2.2. Технічне оснащення та знімальний процес

Формат відео:

Full HD (1920×1080), горизонтальна орієнтація, формат для YouTube.

Обладнання, використане під час створення відео:

Камера: смартфон iPhone з камерою високої роздільної здатності;;

Мікрофон: мікрофон від телефону;

Світло: LED-лампи зі світловими фільтрами (тепле/нейтральне світло);

Тринога: для стабільної зйомки стаціонарних кадрів;

Ноутбук: для монтажу відео та створення графіки (з відповідними технічними характеристиками);

Програмне забезпечення:

CapCut — базовий монтаж та додавання візуальних ефектів;

Adobe Premiere Pro — кольорокорекція, складніші переходи, синхронізація аудіо;

Canva / Photoshop — для створення статичних графічних елементів (іконки, титри);

OBS Studio — для запису екрану (показ роботи з програмами).

Локації зйомок:

1. Кімната з робочим столом — основна частина пояснень (статичний план);
2. Куточок біля вікна / диван / нейтральний фон — зміна ракурсу для різноманітності відеоряду;
3. Екран ноутбука — вставки з роботою в монтажних програмах.

Етапи знімального процесу:

1. Підготовка сценарію (розкадровка, підбір прикладів ефектів, структура пояснень);
2. Запис відео з живими кадрами (кадри з поясненнями, де авторка звертається до камери);
3. Запис екрану з демонстрацією програм;
4. Збір додаткових візуальних матеріалів (анімації, приклади блогерів, власні ефекти);
5. Монтаж та постобробка (вставка текстів, графіки, музики, кольорокорекція).

2.3. Побудова сценарної структури відео

Сценарій відео було побудовано відповідно до класичної триактної моделі, адаптованої для навчально-пояснювального формату. Така структура дозволяє логічно й послідовно викладати інформацію, водночас підтримуючи інтерес глядача до кінця відео.

Акт I. Вступ (0:00–1:30)

Мета: привернути увагу глядача та задати тон відео.

Зміст:

- коротке представлення авторки;
- окреслення теми ролика: що таке візуальні ефекти й чому вони важливі на YouTube;
- інтригуюче запитання або теза, яка стимулює дивитися далі.

Візуальні ефекти: анімовані тексти, яскравий заголовок, легкий музичний супровід, динамічний вступ.

Акт II. Основна частина (1:30–6:30)

Мета: розкрити тему, надати приклади, пояснити основні поняття.

Зміст:

Визначення та функції візуальних ефектів;

Основні види VFX: інформативні, розважальні, атмосферні, ідентифікаційні;

Приклади використання ефектів у популярних YouTube-каналах;

Інструкції, як створювати ефекти самостійно з допомогою простих програм: CapCut, Adobe Premiere Pro тощо.

Візуальні ефекти:

- демонстрації: “до” і “після” застосування ефекту;
- підказки на екрані;
- зйомка з екрану при роботі в редакторі;
- плавні переходи, звукові ефекти, музика.

Акт III. Висновки та заклик до дії (6:30–8:00)

Мета: підсумувати сказане, закріпити головні меседжі, мотивувати глядача до дій.

Зміст:

- підкреслення ролі VFX у підвищенні якості та популярності відео;
- порада для початківців — не боятись експериментувати з ефектами;
- прощання, подяка за перегляд, заклик до підписки.

Візуальні ефекти:

- титри, ефект “fade out”, вдячний текст “Дякую за перегляд!”, легка фонова музика.

Загалом: структура відео логічна, ритмічна, дозволяє змінювати кадри кожні 5–10 секунд, завдяки чому утримується увага глядача. Усі візуальні ефекти мають не лише естетичну, а й змістовну функцію — вони підсилюють інформацію, роблять її доступнішою.

2.4. Особливості роботи з монтажем та візуальними ефектами у відео

Монтаж — ключовий етап у створенні будь-якого аудіовізуального твору. У випадку з YouTube-відео навчального формату монтаж не лише

«зшиває» окремі фрагменти, а й формує візуальну логіку, ритм, настрій і зрозумілість подачі. Саме завдяки монтажу та візуальним ефектам звичайний запис розмови може перетворитися на захопливу відеоісторію.

1. Підбір програмного забезпечення

Для створення відео я обрала CapCut та Adobe Premiere Pro — програми, які поєднують зручність і широкий функціонал. CapCut є ідеальним для базових і швидких монтажів, тоді як Premiere Pro дозволяє точніше налаштувати ефекти, переходи, кольорокорекцію, працювати зі звуком.

У роботі були використані наступні інструменти:

- текстові анімації для акцентування важливих тез;
- маски та keyframe-анімація для руху елементів на екрані;
- переходи між сценами: розмиття, “глайд”, “повзунок”;
- кольорокорекція для створення єдиного стилю та освітлення;
- оверлеї (напр. текстури, світлові промені) для стилізації кадру.

2. Послідовність монтажу

Етапи роботи виглядали так:

1. Чорновий монтаж: обрізка зайвих фрагментів, синхронізація звуку й відео.
2. Робота з візуальними ефектами: анімації, підкреслення, інфографіка, вставки.
3. Кольорокорекція: базове вирівнювання контрасту та балансу білого.

4. Підбір та накладення музики: ненав'язливий фоновий супровід.
5. Експорт готового відео у форматі Full HD (1920×1080).

3. Принцип «ефекти під зміст»

Однією з головних вимог у моєму відео було: візуальні ефекти мають підкреслювати зміст, а не затьмарювати його. Кожна анімація, кожен напис чи вставка були використані для:

- логічної структуривання інформації;
- утримання уваги глядача;
- акцентування головного;
- підтримання динаміки.

Для прикладу: під час переліку типів ефектів на екрані з'являються відповідні зображення чи іконки, а під час розповіді про монтаж — демонструється екран ноутбука з процесом редагування.

4. Технічні виклики та їх подолання

Під час роботи над проектом виникли деякі труднощі:

- відставання відео та звуку під час імпорту у Premiere — вирішено за допомогою рендеру попередніх кліпів;
- важке навантаження на систему — частина монтажу була зроблена в легшій програмі (CapCut) з подальшим перенесенням;
- обмеження у шрифтах українською — довелося вручну адаптовувати стилі написів, зберігаючи читабельність.

5. Узгодженість стилю

Ще один важливий принцип — візуальна цілісність. Колористика, типографіка, ефекти мають бути витримані в одному стилі.

Я обрала світлу кольорову гаму (білий, блакитний, сірий), а також простий шрифт без зарубок для зручного сприйняття. Це надало відео легкості, доступності й одночасно професійного вигляду.

У створеному відео були свідомо використані різні типи візуальних ефектів — як прості, так і складніші — щоб продемонструвати їхню дію та вплив на сприйняття інформації. Нижче — аналіз основних категорій ефектів, використаних у відеоролику.

1. Інформативні ефекти

Це ті, що полегшують сприйняття інформації та структурують її:

Текстові блоки та анімації: ключові поняття (“VFX”, “кольорокорекція”, “монтаж”) були винесені на екран у вигляді анімованих написів.

Списки з’являлись поступово (по пунктах), щоб глядач мав час зрозуміти кожен елемент.

Схеми та візуальні позначки: на прикладі “переваг візуальних ефектів” використовувалися іконки, що посилювали сприйняття (лампочка — ідея, око — увага тощо).

Результат: глядач краще засвоює матеріал, бо має візуальні підказки.

2. Атмосферні ефекти

Ці ефекти допомагають створити настрій, ритм і професійний вигляд:

Кольорокорекція: усі кадри були вирівняні за тоном і яскравістю, щоб не відволікати глядача різкими змінами світла.

Світлові ефекти (лінзові відблиски, легке сяйво) використовувались для підсилення важливих моментів.

М’які переходи: замість різких склеювань — плавні перетікання кадрів, що робить відео цілісним і приємним.

Результат: ролик виглядає професійно, не втомлює глядача, створює довіру.

3. Розважальні ефекти

Для підтримки емоційного тону були використані:

Меми або короткі жартівливі вставки (напр. при згадці про “шалену конкуренцію на YouTube” — вставка з типовим драматичним кліпом).

Рухомі стікери або смайли в ключові моменти.

Звук + візуал: в одному з моментів використано комедійний звуковий ефект одночасно з графічним «бум».

Результат: динаміка не просідає, відео залишається живим, легким і запам’ятовується.

4. Ідентифікаційні ефекти

Ці елементи підсилюють фірмовий стиль:

Ім’я автора (Богдана Лахман) у вступі та фіналі — з’являється у фірмовій стилістиці.

Анімований титр “Дякую за перегляд!” — наприкінці, з ефектом затемнення.

Єдиний стиль кольорів і шрифтів по всьому ролику.

Результат: відео виглядає як частина серії або бренду, а не просто одноразова робота.

5. Комбіновані ефекти

У деяких моментах були використані поєднання кількох ефектів, що посилювало вплив:

Наприклад, під час підсумку:

- на фоні йшла музика;
- з'являлись текстові анімації з ключовими словами;
- вставлялись приклади на екрані з переходами;
- і вся сцена була стилізована злегка м'яким фільтром.

Результат: увага глядача утримується, матеріал запам'ятовується краще.

YouTube — це платформа з високою конкуренцією, де глядач приймає рішення про перегляд відео буквально за перші 5–10 секунд. Саме тому візуальні ефекти відіграють ключову роль у утриманні уваги. У цьому підпункті розглянемо, як саме це працює.

1. Стратегія «увага з першого кадру»

Початок відео — найвідповідальніший момент. Щоб одразу захопити глядача:

Була використана динамічна анімація назви теми — «Візуальні ефекти: навіщо вони потрібні?».

Живий, впевнений вступ ведучої супроводжувався фоновим світловим ефектом і м'якою музикою.

Одразу з перших секунд з'являється рух у кадрі — це не дає глядачеві “перемкнутися”.

Результат: глядач затримується щонайменше на 30–40 секунд, що важливо для алгоритмів YouTube.

2. Ритм і монтажна динаміка

Якщо візуальний темп відео занадто повільний — глядач втрачає інтерес. У нашому відео:

Середня тривалість кадру — 5–7 секунд. Далі — перехід або зміна плану.

Переходи (розмиття, масштабування, розтяжка) використовувались не лише для краси, а й щоб утримати фокус уваги.

Графічні елементи з'являються синхронно зі словами — це створює відчуття постійного руху.

Результат: формується відчуття динаміки, що сприяє збереженню уваги глядача.

3. Мікс формату: відео + текст + анімація

Використання кількох типів візуалів паралельно:

Коли ведуча говорить — з'являються ключові слова у текстовій формі.

Якщо згадується приклад — вставляється реальний фрагмент або інтерактивна графіка.

Застосовується ефект легкого наближення на відео — навіть статичний план “оживає”.

Результат: мозок глядача постійно отримує нові стимули, тому йому не нудно.

4. Емоційна підтримка

Ефекти допомагають не лише пояснити, але й викликати емоції:

У смішних моментах — короткі меми, звукові “плюхи”, анімації.

У серйозних — спокійна музика, м'яке світло, відсутність зайвих елементів.

Завдяки цьому глядач емоційно залучений у те, що відбувається на екрані.

Результат: підвищується не лише тривалість перегляду, а й емоційна пам'ять про контент.

5. Алгоритмічний вплив

YouTube визначає цінність відео за показниками:

Watch time (тривалість перегляду);

Retention (на якому моменті люди припиняють дивитись).

Відео, яке активно використовує візуальні ефекти, має вищі показники за цими критеріями. Алгоритм “просуває” його в рекомендаціях.

Щоб створити якісний навчально-пояснювальний відеоролик з візуальними ефектами, потрібні не лише ідеї, а й технічна база: правильне обладнання, монтажне ПЗ та організований процес. У цьому підпункті описується, яким саме чином був реалізований проєкт «Візуальні ефекти у YouTube-відео: аналіз популярних технік».

1. Обладнання для зйомки

Для зйомки були використані доступні, але якісні інструменти:

Смартфон iPhone 14 Pro Max — камера з підтримкою зйомки у 4K, що дозволило отримати чітке зображення навіть у домашніх умовах.

Штатив — забезпечив стабільність кадру, особливо при зміні локацій.

Кільцеве світло — для рівномірного освітлення обличчя у різних сценах.

Висновок: технічна база може бути компактною, але ефективною — цього достатньо для створення професійного враження.

2. Програмне забезпечення для монтажу

У процесі виробництва були використані три типи програм: для базового монтажу, візуальних ефектів та мобільного редагування.

Adobe Premiere Pro — основна програма для редагування відео:

Монтаж усіх сцен;

Додавання титрів і музики;

Робота з кольорокорекцією.

Adobe After Effects — використана для створення динамічних ефектів:

Анімація тексту;

Інтерактивні графіки;

Легкі 3D-ефекти.

CapCut (мобільна версія) — для швидких вставок:

Відео-меми;

Анімаційні підказки;

Фільтри настрою.

Комбінація програм дозволила досягти гнучкості та максимальної адаптації під цільову аудиторію YouTube.

3. Організація монтажного процесу

Монтаж тривав у кілька етапів:

Чорновий монтаж — нарізка основного відеоряду, синхронізація звуку.

Структурне компонування — розділення на логічні блоки (вступ, основні частини, висновок).

Накладання ефектів — додавання графічних, текстових і звукових елементів відповідно до плану.

Фінальна обробка — кольорокорекція, баланс білого, зниження шумів, вставка фонові музики.

Експорт у форматі 1920x1080 (Full HD) з оптимальними параметрами для YouTube.

4. Візуальна айдентика

Окрема увага приділялася стилю відео, щоб воно виглядало цілісно:

Єдина кольорова палітра — поєднання білих, пастельних і м'ятних відтінків;

Шрифт — використовувався сучасний, читабельний Sans Serif;

Фірмова заставка і фінальний титр — з використанням одного шаблону в After Effects.

Це формує впізнаваність, навіть якщо глядач бачить контент вперше.

5. Оптимізація під YouTube

Відео фінально пройшло адаптацію під вимоги платформи:

Тривалість — оптимально 8 хвилин (алгоритм YouTube надає перевагу відео 7–10 хвилин);

Чіткий вступ і заклик до дії;

Субтитри, які додані вручну, — для зручності перегляду без звуку;

Прев'ю (thumbnail) — яскрава картинка з назвою відео у фірмовому стилі.

Висновок

Навіть без професійної студії, але з правильним підходом, можна створити ефективне навчальне відео з візуальними ефектами. Основне — це чітка структура, якісний монтаж і орієнтація на глядача YouTube. Технічне забезпечення, яке використовувалось у цьому проєкті, повністю відповідає сучасним вимогам онлайн-контенту.

2.5 Застосовані візуальні ефекти: перелік, опис, доцільність

Під час створення навчально-пояснювального YouTube-відео було свідомо використано різноманітні візуальні ефекти, кожен з яких виконував свою функцію — інформативну, емоційну або естетичну. У цьому підпункті подано детальний опис застосованих технік, приклади й обґрунтування їхньої доцільності.

1. Анімовані текстові вставки

Що це: Тексти, які з'являються на екрані з легкими анімаціями (висвітлення, рух, масштабування).

Де застосовано: При озвучуванні ключових понять — «візуальні ефекти», «атмосферні», «інформативні», «ідентифікаційні».

Навіщо:

- Підсилює запам'ятовування;
- Допомогає зосередити увагу на важливому терміні;
- Виглядає динамічно та сучасно.

Оцінка: Один із найпростіших, але найефективніших ефектів для навчального формату.

2. Інфографіка та схематичні зображення

Оцінка: Сприяє глибшому розумінню, особливо для візуалів.

3. Мем-ефекти та гумористичні вставки

Що це: Короткі кліпи або зображення з гумористичним підтекстом.

Де застосовано: У прикладі з «розважальними ефектами».

Навіщо:

- Встановлює емоційний контакт із глядачем;
- Демонструє реальне застосування ефекту;
- Дає відчуття «свого середовища» (YouTube-формат).

Оцінка: Додає легкості, покращує настрій, стимулює перегляд.

4. Кольорокорекція

Що це: Зміна кольорової гами кадру для створення певного враження.

Де застосовано: У вступі, фіналі, під час розповіді про атмосферні ефекти.

Навіщо:

- Формує візуальний стиль відео;
- Вирівнює освітлення на різних кадрах;
- Підкреслює настрій (теплі, холодні, нейтральні тони).

Оцінка: Не впадає в очі, але дуже впливає на естетику й сприйняття.

5. Переходи між сценами

Що це: Способи перемикавання з одного кадру на інший — через розмиття, затемнення, поворот, масштабування.

Де застосовано: У переходах між розділами (наприклад, «Навіщо ефекти?» → «Які бувають?»).

Навіщо:

- Створює відчуття цілісності;
- Робить відео плавним;
- Зберігає динаміку без стрибків.

Оцінка: Не нав'язливі, але підтримують професійний рівень.

6. Логотип та фінальні титри

Що це: Елементи візуальної ідентичності проєкту.

Де застосовано: Наприкінці відео (титр «Дякую за перегляд!» з фірмовим фоном).

Навіщо:

- Створює завершене враження;
- Підкреслює авторство та стиль;
- Може бути використано в майбутніх відео для впізнаваності.

Оцінка: Важливо для формування бренду навіть на рівні навчального відео.

7. Накладання фонові музики

Що це: Легка, ненав'язлива композиція у фоновому режимі.

Де застосовано: Увесь відеоряд, крім моментів, коли необхідно акцентувати увагу на голосі.

Навіщо:

- Створює атмосферу;
- Унікає тиші, яка знижує концентрацію;
- Формує приємне враження.

Оцінка: Допомогає утримати увагу, особливо під час перегляду на мобільному.

8. Розмиття фону та фокус на об'єкті

Що це: Виділення ведучої в кадрі через розмиття всього навколо.

Де застосовано: Під час ключових тез у вступі та фіналі.

Навіщо:

- Зосереджує увагу на людині;
- Підсилює відчуття прямого звернення;
- Додає глибини кадру.

Оцінка: Простий, але елегантний ефект для підсилення контакту з глядачем.

Висновок

Кожен візуальний ефект у відео був не просто декоративним, а функціональним. Вони допомагали:

- утримувати увагу глядача;
- розкривати зміст теми;
- створювати впізнаваний стиль відео.

Головне правило — не перенасичувати відео ефектами, а використовувати їх там, де це справді доречно й логічно. Такий підхід забезпечує збалансованість і професійне враження.

2.6 Контент-стратегія просування аудіовізуального твору

У рамках просування навчально-пояснювального відео на тему «Візуальні ефекти у YouTube-відео: аналіз популярних технік» розроблено комплексну контент-стратегію, спрямовану на залучення цільової аудиторії, популяризацію навчального матеріалу та підвищення впізнаваності бренду автора як медіаторця. Створення візуальної контент-стратегії включає визначення мети, аналіз аудиторії, вибір каналів розповсюдження та узгодження візуального стилю, що сприяє підвищенню залученості та конверсії. [21]

Цільова аудиторія:

Студенти спеціальностей «Журналістика», «Медіакомунікації», «Кіно- і телемистецтво», «Дизайн».

Початківці-відеоблогери, контент-кріейтори, молоді фахівці у сфері відеопродакшну.

Аудиторія віком 17–30 років, яка цікавиться візуальними ефектами, YouTube-контентом і відеомонтажем.

Канали поширення:

YouTube – як основна платформа для розміщення відео з грамотним описом, ключовими словами та хештегами.

Instagram та TikTok – короткі уривки з відео (reels, shorts) для залучення уваги молодшої аудиторії.

Telegram-канал або сторінка Facebook – для публікації новин про випуск відео та обговорення з глядачами.

Профіль на LinkedIn – для академічного та професійного просування відео серед медіаспільноти.

Формати супровідного контенту:

Прев'ю-відео до релізу основного матеріалу.

Інфографіка з прикладами візуальних ефектів.

Інтерактивне опитування або серія stories у соцмережах про найулюбленіші ефекти аудиторії.

Час публікації:

Найкращі часові слоти для виходу відео – будні дні о 18:00 або вихідні з 11:00 до 13:00.

Анонси – за 1–2 дні до виходу відео, активна промокампанія протягом 3 днів після публікації.

Інтеракція з аудиторією:

Запитання до глядачів у кінці відео (наприклад: «Який візуальний ефект вам сподобався найбільше?»).

Коментарі та відповіді під відео для стимулювання дискусії.

Заохочення до підписки та репостів.

Очікувані результати:

Органічне охоплення цільової аудиторії.

Створення іміджу експерта у сфері візуального контенту.

Поширення знань про популярні техніки візуальних ефектів серед студентської та професійної спільноти.

Висновки до Розділу II

У межах другого розділу бакалаврської роботи було детально представлено пояснювальну записку до аудіовізуального твору, присвяченого аналізу популярних технік візуальних ефектів у YouTube-відео. Практична частина дослідження продемонструвала важливість комплексного підходу до створення навчального відеоконтенту — від формулювання ідеї до його просування у медіапросторі.

Під час етапу пре-продакшну було сформовано чітку творчу концепцію, визначено жанр відеонарису, його тематику, цільову аудиторію, технічне забезпечення, локації, хронометраж та структуру. Було розроблено режисерський сценарій, у якому враховано художні засоби виразності, візуальні ефекти та аудіосупровід, що сприяють якісному сприйняттю матеріалу.

У продакшн-процесі реалізовано зйомку за обраним сценарієм, із використанням відповідного реквізиту та технічного оснащення.

На етапі постпродакшну здійснено відеомонтаж, корекцію кольору, додано титри, звукове оформлення та анімаційні елементи. Завдяки візуальним ефектам було досягнуто виразності та динамічності подачі інформації, що відповідає сучасним стандартам YouTube-форматів.

Крім того, було сформовано контент-стратегію просування відео, яка передбачає публікацію на YouTube та поширення у соціальних мережах з урахуванням інтересів цільової аудиторії.

Загалом, реалізація проєкту продемонструвала ефективність поєднання теоретичних знань і практичних навичок у сфері створення та просування аудіовізуального контенту, зокрема із застосуванням сучасних візуальних ефектів. Редагування відео – це мистецтво, яке перетворює необроблений матеріал у захоплюючі історії, що утримують увагу глядача та передають емоційний зміст [24]

Робоча назва аудіовізуального твору: Візуальні ефекти у YouTube-відео: аналіз популярних технік

Оператор: Богдана Лахман

Дата: 25.04.2025

РЕЖИСЕРСЬКИЙ СЦЕНАРІЙ

№ кадру	Хто чи що в кадрі	Розкадровка (послідовність кадрів)	Час (сек.)	Size (план)	Action (дія)	Audio (звук)	Props (реквізит)	Коментар
1	Ведуча за столом	Заставка, ведуча вітає глядачів	30	Середній план	Ведуча дивиться в камеру	Легка музика, голос ведучої	Стіл, ноутбук	Привітне тло, добре світло
2	Ведуча крупно	Термін “VFX”, вставка тексту	60	Крупний план	Ведуча пояснює термін	Фоновий звук, текстова анімація	–	Додати вставку з надписом “VFX”
3	Ведуча на дивані	Розповідь про цілі VFX	60	Загальний план	Жести, приклади	Відео з ефектами, закадровий голос	Подушка, ноутбук	Вставити приклад ефекту-підсвітки
4	Ведуча біля вікна	Види візуальних ефектів	120	Середній план	Пояснення типів	Короткі відеовставки	Плакат YouTube	Вставити приклади: мем, фільтр, логотип

5	Екран ноутбука	Монтаж відео, показ програми	120	Зйомка з-за плеча	Ведуча монтирує	Звук кліків, пояснення	Ноутбук, мишка	Показати монтаж у Premiere або CapCut
6	Ведуча за столом	Висновки про ефекти	60	Середній план	Підсумок	М'яка музика, голос	Стіл, чашка	Порівняння “з ефектами / без”
7	Ведуча усміхається	Заключне слово	30	Крупний план	Подяка глядачам	Завершальна музика	–	Додати титр “Дякую за перегляд!”
8	Заставка	Кінець відео	15	–	Логотип, затемнення	Музика, титри	Логотип, фон	Застосувати плавний перехід

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній (бакалаврській) роботі на тему «Візуальні ефекти у YouTube-відео: аналіз популярних технік» було досягнуто поставленої мети та вирішено визначені у вступі завдання, що підтверджує повноту і логічність дослідження. Основні результати представлені нижче:

1. Проаналізовано поняття та класифікацію візуальних ефектів у відеопродукції, що дозволило чітко розмежувати основні типи візуальних ефектів, які застосовуються у сучасних цифрових відео, зокрема YouTube-контенті. Встановлено, що візуальні ефекти слугують не лише прикрасою, а є інструментом посилення смислового навантаження відео.
2. Вивчено історичні передумови розвитку візуальних ефектів, що дало змогу простежити еволюцію технік від аналогових до цифрових, з урахуванням новітніх технологій штучного інтелекту, тривимірної графіки та AR/VR-рішень.
3. Досліджено популярні техніки візуальних ефектів у контенті YouTube, а також визначено, які з них найчастіше використовуються у навчально-пояснювальних та тревел-відео. Здійснено аналіз конкретних кейсів застосування таких технік, як motion design, keying, переходи, титрування, анімація, трекінг тощо.
4. Показано практичну реалізацію аудіовізуального твору – навчального YouTube-ролика із застосуванням візуальних ефектів. Розроблено творчу концепцію, режисерський сценарій, визначено технічне забезпечення, засоби художньої виразності, локації та послідовність дій у межах пре-продакшну, продакшну та постпродакшну. У відео вдало продемонстровано техніки, описані в теоретичній частині.

5. Розроблено контент-стратегію просування відео, що враховує особливості алгоритмів YouTube, потреби цільової аудиторії та оптимальні способи дистрибуції. Запропоновано кросплатформенне розміщення відео з використанням соціальних мереж, релевантних тегів та інтерактивних форматів залучення глядачів.

6. Доведено актуальність візуальних ефектів як складника ефективного цифрового відеоконтенту. Сучасна аудиторія очікує якісну, динамічну та інформативну подачу матеріалу, що зумовлює потребу у постійному оновленні візуального інструментарію контентмейкерів.

У підсумку слід зазначити, що виконана робота підтвердила важливість комплексного підходу до створення YouTube-відео із застосуванням візуальних ефектів. Практичний проєкт став демонстрацією отриманих знань, навичок та творчого бачення, а результати дослідження можуть бути корисними як студентам медійних спеціальностей, так і початківцям у сфері цифрового відеовиробництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Законодавча:

1. Про вищу освіту: Закон України від 1 липня 2014 р. № 1556-VII (зі змінами).
2. Про забезпечення функціонування української мови як державної: Закон України від 25 квітня 2019 р. № 2704-VIII.
3. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 23 грудня 1993 р. № 3792-XII (зі змінами).
4. ДСТУ 8302:2015. Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. – Київ: Держспоживстандарт України, 2016.

Основна:

5. Eagle W. Read This If You Want to Be YouTube Famous. – Laurence King Publishing, 2020.
6. Burgess J., Green J. YouTube: Online Video and Participatory Culture. – Polity Press, 2018.
7. Willoughby N. Making YouTube Videos: Star in Your Own Video! – Wiley, 2015.
8. Брюховецька Л.В. Кіномистецтво: історія та теорія: навч. посіб./Л.В. Брюховецька. – Київ: Либідь, 2013 – 320 с.
9. Волинець В. Візуальні ефекти у створенні ігрового освітнього контенту: вплив на сприйняття та ефективність навчання // Інформаційні технології та соціокультурна сфера. – 2023. – №1. – С. 45–52.
10. Дінур Е. Посібник з візуальних ефектів для кінематографістів/ пер. з англ. В. Пилипенко. – Київ: Arthuss, 2024. – 210 ст.
11. Славов М. VFX у кіно та шоу-бізнесі // SKVOT. – 2023.

- 12.CapCut. Master the Art of Visual Effects to Create Captivating Films. – 2023.
- 13.UAMASTER. 7 порад, як використовувати візуальний контент. – 2022.
- 14.ShallBD. Should You Invest in VFX? Exploring the Benefits and Value. – 2023.
- 15.Мистецтво редагування відео: створення приголомшливих історій[Електронний ресурс].
<https://dizz.in.ua/uk/misteczto-redaguvannya-video-stvorenniya-prigolomshlivih-vizualnih-istorij/>

Додаткова:

- 16.Adobe. After Effects – Офіційна документація. – 2023.
- 17.Blackmagic Design. DaVinci Resolve – Офіційний опис можливостей. – 2023.
- 18.RunwayML. Редагування відео з використанням AI. – 2023.
- 19.Gurmeet. The Pros and Cons of VFX in Film. – 2023.
- 20.Artlist. How to Master the Art of Video Editing. – 2023.
- 21.OnlySaaSFounders. The Guide for Creating a Visual Content Strategy. – 2022.
- 22.Factors affecting the aesthetic experiences in educational games: A qualitative study // Journal of Educational Technology & Society. – 2024. – №27(1).
- 23.Revolutionizing learning – A journey into educational games with visual effects // Computers & Education. – 2024. – №185.
- 24.FX Productions Canada. The Art of Video Editing: Turning Raw Footage into Compelling Stories. – 2023.
- 25.Чепурнов І.Розвиток візуальних ефектів, їхній вплив на операторську роботу та зображальні рішення у кіно цифрової епохи// матеріали між кафедральної конференції « Сучасні звуко зорові технології в

науково-практичних дослідженнях студентів-магістрантів». –
Київ: КНУТКІТ, 2023.