МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему «Монтажно-тонувальні процеси як постпродакшн аудіовізуальних матеріалів»

Виконав: студент 4 курсу, групи 6.0610-1ж
спеціальності 061 журналістика
освітньої програми «Журналістика»
Першин Д. М.
Керівник: к. філол.н. доц. *Тернова А. І*
Рецензент: к. н. соц. ком., доцент *Лебідь Н. М.*

Запоріжжя 2024

ЗМІСТ

Реферат ……... 3
Завдання ……. 4
Вступ …… 6
Розділ 1. Теоретичні засади дослідження…… 8
1.1. Аудіовізуальний твір як складний об’єкт в науково-літературній рефлексії…….. 8
1.2. Основні етапи створення аудіовізуальних творів ……. 13
Розділ 2. Супровідна записка до творчого проєкту…… 22
2.1. Опис та обгрунтування творчого проєкту ……..……... 22
2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту……..... 26
2.3 Формально-змістові характеристики проєкту ……..... 28
2.4 Особливості оформлення проєкту …….. 31
2.5 Технічні і програмні засоби ……. 32
2.6 Зв’язок із творчим доробком (портфоліо) …….. 34
Висновки……. 36
Список використаної літератури…….. 38
Додаток А. Ілюстративний матеріал……. 40
Додаток Б. Список матеріалів портфоліо……. 42
Додаток В. Наукова публікація……..…… 44
Декларація академічної доброчесності…… 46
Abstract……. 47

РЕФЕРАТ

Тема кваліфікаційної роботи бакалавра: Монтажно-тонувальні процеси як постпродакшн аудіовізуальних матеріалів.

Обсяг основного тексту: 32 сторінки.

Кількість використаних джерел – 20.

Мета роботи – дослідження та аналіз методів і технік монтажу та тонування аудіовізуальних матеріалів на етапі постпродакшну.

Для досягнення мети дослідження ми виконали такі **завдання:**
1)розглянули основні етапи постпродакшну аудіовізуальних матеріалів; 2)вивчили існуючі методи та техніки монтажу та тонування відеоматеріалів; 3)провели аналіз сучасних програмних засобів для монтажу та тонування відео; 4)створили цикл відео на основі опрацьованого матеріалу.

Об'єкт дослідження – процес постпродакшну аудіовізуальних матеріалів, включаючи відео та аудіо компоненти, графіку, спеціальні ефекти тощо.

Предмет дослідження – методи та техніки монтажу і тонування відеоматеріалів на етапі постпродакшну, програмні засоби для реалізації цих процесів, а також їх вплив на якість та ефективність створення аудіовізуального контенту.

Формально-змістові характеристики проєкту. Творчий проєкт є циклом інформаційних сюжетів із використанням різних прийомів і засобів монтажу та аудіовізуальних ефектів. Цикл відео складається з матеріалів хронометражем до 5 хв. кожний. У сюжетах використовуються засоби художнього монтажу (за крупністю планів, за напрямком руху, кольорова корекція), інструментарій жанрового монтажу (візуальні та звукові ефекти, використання часових змін (Time-lapse) та слоумоушин (Slow Motion): зменшення швидкості відтворення для виділення певних моментів та для створення ефекту драматизму).

Ключові слова: монтаж, тонування, аудіовізуальні матеріали, постпродакшн, відеоконтент, якість, ефективність, програмні засоби, техніки, методи.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Рівень вищої освіти – бакалавр
Спеціальність 061. Журналістика
Освітня програма 061. Журналістика

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Л. В. Чернявська
_____
«17» травня 2024 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА СТУДЕНТОВІ

Першину Данилу Михайловичу

1. Тема роботи «Монтажно-тонувальні процеси як постпродакшн аудіовізуальних матеріалів» («Editing and Toning Processes as PostProduction of Audiovisual Materials»),
керівник роботи Тернова Алла Іллівна, к. філол. н., доцент,
затверджені наказом ЗНУ від «8 грудня» 2023 року № 2086-с.
2. Строк подання студентом роботи 31 травня 2024 року.
3. Вихідні дані до роботи А. Бондар, Л. Ган, Г. Десятник, С. Желєзняк, О. Костюченко, В. Крилова, С. Лавренюк, О. Лішафай, Д. Мой, О. Мусієнко, М. Ордольфф, І. Перетятко, І. Печеранський, Б. Сташен, Л. Чжао, А. Яресько.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) розглянути основні етапи постпродакшну аудіовізуальних матеріалів; 2) вивчити існуючі методи та техніки монтажу та тонування відеоматеріалів; 3) провести аналіз сучасних програмних засобів для монтажу та

тонування відео; 4) створити цикл відео на основі опрацьованого матеріалу.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень).

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Завдання видав	Завдання прийняв
Вступ	Тернова А.І., доцент	01.02.2024	
1 розділ	Тернова А.І., доцент	23.03.2024	
2 розділ	Тернова А.І., доцент	15.04.2024	
Висновки	Тернова А.І., доцент	01.05.2024	

7. Дата видачі завдання – 11 січня 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити завдання та головні напрямки дослідження, його концепцію.	18.01.2024	Виконано
2	Дібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела. Написати вступ.	20.02.2024	Виконано
3	Опрацювати літературу та написати теоретичну частину роботи. Розробка практичного проєкту та робота над оформленням портфоліо.	10.04.2024	Виконано
4	Доробити відеоматеріали творчого проєкту, опублікувати його та здійснити опис.	28.04.2024	Виконано
5	Написання висновків.	04.05.2024	Виконано
6	Оформлення роботи та проходження нормоконтролю.	07.05.2024	Виконано
7	Рецензування роботи	12.05.2024	Виконано
8	Подання роботи на кафедру.	15.05.2024	Виконано

Студент _____ Д. М. Першин

Керівник роботи _____А. І. Тернова

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____М. В. Чабаненко

ВСТУП

У сучасному світі відео стає все більш популярним та важливим засобом комунікації. Від маленьких відеоблогерів до великих корпорацій, всі шукають ефективні способи створення відмінного відеоконтенту. Однак, якщо раніше увага була зосереджена переважно на зйомці, з розвитком технологій та вимог до якості, значення постпродакшну стає все більш очевидним.

Монтажно-тонувальний етап роботи аудіовізуальних матеріалів відіграє важливу роль у визначенні остаточного вигляду та якості відеопродукту. Цей етап не лише відповідає за логічність та зв'язок між окремими кадрами, але й визначає загальний настрій та емоційне враження від перегляду.

Аудіовізуальні матеріали, що мають важливе значення в сучасному медіа-світі, проходять складний шлях від зйомок до готового продукту. Один із ключових етапів цього шляху – монтажно-тонувальний, який відбувається на постпродакшні. Цей етап відіграє визначальну роль у формуванні образу і ефекту, який виробник хоче досягти, привертаючи увагу глядачів та впливаючи на їх емоції та думки.

Тема монтажно-тонувального етапу роботи аудіовізуальних матеріалів в постпродакшні набула особливого значення у зв'язку з постійним розвитком технологій та зростанням інтересу до відеоконтенту в сучасному суспільстві. Істотно важливо розуміти, як саме відбувається цей процес монтажу, які техніки та методи використовуються, а також як вони впливають на сприйняття аудиторією. Це зумовлює *актуальність нашої кваліфікаційної роботи.*

Таким чином, дана кваліфікаційна робота спрямована на дослідження та демонстрацію специфіки використання засобів монтажу в інформаційних сюжетах. Шляхом аналізу та застосування різних прийомів монтажу автори матеріалів можуть створити образ дійсності на телеекрані.

Мета роботи – дослідження та аналіз методів і технік монтажу та тонування аудіовізуальних матеріалів на етапі постпродакшну.

Для досягнення мети дослідження ми виконали такі *завдання:*

- розглянути основні етапи постпродакшну аудіовізуальних матеріалів;

- вивчити існуючі методи та техніки монтажу та тонування відеоматеріалів;

- провести аналіз сучасних програмних засобів для монтажу та тонування відео;

- створити цикл відео з урахуванням набутих практичних знань і вмінь.

Об'єкт дослідження – процес постпродакшну аудіовізуальних матеріалів, включаючи відео та аудіо компоненти, графіку, спеціальні ефекти тощо.

Предмет дослідження – методи та техніки монтажу і тонування відеоматеріалів на етапі постпродакшну, програмні засоби для реалізації цих процесів, а також їх вплив на якість та ефективність створення аудіовізуального контенту.

Апробація результатів роботи. Результати дослідження було презентовано у тезах (Додаток В), ключові моменти яких були виголошені на XVII університетській науково-практичній конференції студентів, аспірантів, докторантів і молодих учених «Молода наука-2024» (м. Запоріжжя, квітень 2024 р.)

Структура роботи. Робота складається з реферату, вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури та двох додатків. Обсяг основної роботи становить 32 сторінки. Список використаної літератури включає 20 найменувань (розміщених на 2 сторінках).

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Аудіовізуальний твір як складний об’єкт в науково-літературній рефлексії

Аудіовізуальний твір, такий як фільм, відео, телепрограма чи мультимедійна інсталяція, відіграє ключову роль у сучасному культурному просторі. Ці твори комбінують різноманітні мистецькі дисципліни, такі як кінематографія, музика, література, візуальне мистецтво та дизайн, що робить їх надзвичайно складними об'єктами для науково-літературної рефлексії.

Аудіовізуальний твір – це твір, який фіксується на певному матеріальному носії у вигляді серії послідовних кадрів (зображень) чи сигналів (аналогових чи дискретних), що відображають (закодовують) рухомі зображення (зі звуком чи без нього), і який можна сприйняти виключно за допомогою екрана [1, с. 163].

Аудіовізуальний твір є продуктом колективної творчості. У створенні такого твору беруть участь режисер, сценарист, кінооператор, звукооператор, композитор, художники, актори, виконавці та інші творчі робітники.

На думку здобувача Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв С. Лавренюк авторами аудіовізуального твору є [6, с. 82]: режисер-постановник; автор сценарію та/або текстів, діалогів; автор музичного твору, що спеціально створений для даного аудіовізуального твору; художник-постановник; оператор-постановник.

На думку І. Печеранського: «Аудіовізуальне мистецтво за рахунок передових технологій настільки глибоко інтегрувалося в життя сучасного суспільства, що це призвело до помітних змін на рівні соціальної і культурної онтології» [12, с. 103].

Аудіовізуальні твори можуть бути різноманітними. Ось декілька видів аудіовізуальних творів, які наводить дослідник О. Костюченко [5]:

- кінофільми: це – великі, часто ігрові твори, які створені для показу в кінотеатрах;

- телефільми: твори, які спеціально створені для трансляції по телебаченню;

- відеофільми – контент, створений для перегляду за допомогою відеоплеєрів або онлайн-платформ;

- діафільми – серія слайдів, які показуються послідовно для створення рухомого зображення;

- слайдфільми: вони подібні до діафільмів, але зазвичай включають звуковий супровід.

Ці твори можуть бути ігровими, анімаційними (мультиплікаційними), неігровими або іншими.

Аудіовізуальний контент не має собі рівних з погляду потужності психологічного впливу та маніпуляції масовою свідомістю. Як зазначає Б. Сташен: «Комплекс культурно-соціальних, психічних та психологічних факторів механізму сприйняття аудіовізуального контенту сьогодні не просто використовується, він активно досліджується й імплементується у процеси свідомого впливу на масову свідомість» [13, с. 22]. Сучасний інформаційно-комунікаційний простір дає змогу людині не лише споживати аудіовізуальну продукцію, а й самостійно створювати, транслювати її онлайн у соцмережах та бути власником каналу на відеохостингу YouTube. У зв’язку зі спрощенням поширення аудіовізуального контенту твориться нова екранна реальність, у якій формується система цінностей, світогляд, естетичні й етичні смаки та розуміння світу сучасною людиною.

На сьогодні існує велика кількість робіт щодо дослідження аудіовізуального контенту. Зокрема, це наукові праці С. Безклубенка, Ж. Бодрійяра, О. Вартанової, В. Горпенка, Н. Горюнової, В. Кісіна, Л. Найденової, Г. Чміль та ін.

Також були спроби впорядкувати та класифікувати аудіовізуальний контент. Це намагалися зробити В. Познін, Д. Проценко, Д. Тупчієнко, Х. Куліковська та ін.

Якщо сфокусувати увагу на особливості трансформації сучасної системи аудіовізуального контенту, то найпершим звернути увагу необхідно на статтю О. Мусієнко [9, с. 106], присвячену відеохостингу як новій жанровій формі аудіовізуального мистецтва. Науковиця у роботі «Гібридне походження художньої природи відеохостингу як нової жанроформи аудіовізуальної культури» визначає найбільш популярними відеохостингами в Україні – YouTube та Instagram. Авторка вважає, що «результати дослідження особливостей новітньої жанроформи на прикладах творів YouTube та Instagram дозволяють визначити відеохостинг як новітню жанроформу, і, одночасно, як платформу розповсюдження аудіовізуальних творів нового морфологічного походження» [9, с. 108].

Доктор філософських наук І. Печеранський визначає: «…дослідження української кінематографічної школи, специфіки та умов розвитку регіонального аудіовізуального мистецтва і виробництва в Україні є актуальним для більшості галузей життя і науки» [12, с. 105]. Автор обговорює вплив контенту, наративів і концепцій, що вбудовані в інформаційні продукти, на суспільство та окремих його членів, акцентуючи увагу на значущості аудіовізуального мистецтва та його ролі в XXI ст.

Сучасні творці масового контенту віддають перевагу аудіовізуальному формату, приділяючи пріоритет відеоматеріалам перед текстовими. Ця тенденція призводить до формування концепту «екранного життя», який розглядається В. Криловою у контексті філософії. Вона аналізує роль телебачення та кіно в рамках екранної культури, стверджуючи, що аудіовізуальне виробництво стало ключовим для екзистенціального сприйняття світу людиною, формуючи так званий «екранний спосіб життя» [4, с. 7]. Екранна культура, яка є невід’ємною частиною сучасного технологічного прогресу, здатна викликати катарсис як у творців, так і у аудиторії, висвітлюючи метаграничний аспект людського існування у філософському кіно та телебаченні, що авторка описує як катарсичні форми мистецтва. Аналізуючи явища «розчинення екрана» у кінопродукції та «присутність екрана» в телевізійних програмах, дослідниця акцентує увагу на

ключових різницях між цими жанрами аудіовізуального виробництва в контексті сприйняття аудиторією. Вона також визначає екзистенціальні орієнтації творців у телебаченні та кіноіндустрії, розкриваючи глибину їхнього підходу до створення контенту.

Вчений Інституту журналістики КНУ ім. Т. Шевченка Г. Десятник вважає так: «Оскільки виробництво фільму є органічним поєднанням творчості, організації, технології, матеріально-технічного забезпечення та фінансування, слід чітко дотримуватися календарнопостановочного плану, у якому прописані всі кадри, які необхідно зняти у певному об′єкті, і ніколи не повертатися на вже відзнятий об’єкт» [1, с. 115].

Інтердисциплінарність передбачає співпрацю між різними галузями науки, мистецтва та техніки. Вона дозволяє об’єднати зусилля фахівців різних напрямків і галузей для досягнення спільних цілей. У контексті аудіовізуального твору це може означати поєднання музики, кіно, літератури, візуального мистецтва, комп’ютерної графіки та багатьох інших галузей. Тобто між- та інтердисциплінарність в аудіовізуальному виробництві відкриває нові можливості для творчості та інновацій. Цей підхід сприяє розвитку комплексних, мультимедійних творів, які здатні збагатити культурний ландшафт та впливати на глибоке розуміння сучасного світу.

Літературна рефлексія аудіовізуального твору вимагає особливого підходу, оскільки традиційні методи літературної критики часто недостатньо ефективні для аналізу мультимедійних та інтердисциплінарних форм. Літературознавство потребує адаптації та інноваційних методів для вивчення таких творів [6, с. 82].

Літературна рефлексія передбачає «аналіз та інтерпретацію аудіовізуального твору з використанням літературних методів та підходів. Це може включати в себе вивчення персонажів, наративної структури, мотивів, тем та ідеологій, що присутні в творі. Літературна рефлексія може розкривати глибокий сенс та значення аудіовізуального твору, а також допомагати в інтерпретації його мистецької цінності» [9, с. 107].

Літературна рефлексія аудіовізуального твору є важливим інструментом для розуміння його мистецької цінності, семіотичних можливостей та культурного контексту. Цей підхід дозволяє вивчити та інтерпретувати аудіовізуальний твір з різних позицій, розкриваючи його багатогранність та глибокий сенс [6, с. 84].

У цілому вчені сходяться на тому, що для глибокого розуміння аудіовізуального твору необхідно використовувати мультиперспективний підхід, який дозволяє розглядати його з різних точок зору: культурологічного, історичного, естетичного, психологічного тощо. Кожна з цих перспектив розкриває нові аспекти твору, допомагаючи зрозуміти його як складний феномен культури.

Детальний опис терміна «постпродакшн» можна знайти у технологічному підручнику «Аудіо постпродакшн на телебаченні та кіновиробництві» авторства Х. Вату та Т. Амуес, опублікованому у 2013 р. У цьому підручнику постпродакшн розглядається як етап виробництва фільму або відео, який включає в себе редагування, звукове оформлення, комп'ютерну графіку, корекцію кольору та ряд інших обробок [20].

Американський вчений, який досліджував процеси роботи при монтажі відео контенту, Р. Рамамурті також визначає термін «постпродакшн» у своїй роботі, яка присвячена вивченню тенденцій самофіксації, більш відомої як селфі, у відео та фотоматеріалах. Він визначає постпродакшн як етап після зйомки телепрограми, де відео- та аудіоматеріали піддаються обробці та об'єднанню для створення готової до трансляції програми [18, с. 706].

На цьому етапі важливими процесами для якісного виробництва аудіовізуального контенту є монтаж та склейка матеріалів, кольорокорекція, візуальні анімовані ефекти, звукове оформлення, робота з музикою та інші аспекти. Ці процеси допомагають підвищити якість і привабливість виробленого матеріалу для аудиторії та забезпечують готовність продукту до трансляції на різних платформах, таких як телебачення, радіо та інтернет.

Таким чином аудіовізуальний твір є складним об'єктом для науково-літературної рефлексії, який вимагає інтердисциплінарного підходу та мультиперспективного аналізу. Літературна критика повинна адаптуватися до особливостей таких творів, розвиваючи нові методи та концепції для їх вивчення. Тільки так можна досягти глибокого розуміння і цінності аудіовізуальних творів у сучасному культурному контексті.

1.2. Основні етапи створення аудіовізуальних творів

Створення візуального контенту є великим викликом через великий обсяг зусиль і ресурсів, необхідних для цього. Цей процес вимагає не тільки креативності та експертизи, але й значних інвестицій часу та фінансів. О. Лішафай зауважив: «Для ефективного створення контенту важливо мати команду висококваліфікованих фахівців, які мають досвід у різноманітних жанрах контенту та володіють необхідними інструментами для його обробки та монтажу. Сучасне обладнання та програмне забезпечення також є критично важливими для створення високоякісного контенту» [8, с. 180].

Розвиток технологій, доступність інструментів і зростаюча популярність цифрових медіа роблять виробництво аудіовізуального контенту більш доступним. Це сприяло росту кількості людей, які активно створюють та публікують свій контент. Збільшення інтересу до створення аудіовізуального контенту підтверджує його ключову роль у візуальній комунікації та маркетингу в сучасному світі. Цей розвиток обумовлений зростаючим попитом на якісний та ефективний цифровий контент.

Науковиця Ю. Лісневська зазначає: «Аудіовізуальний медіапростір використовує арсенал журналістських жанрів та форматів, який відповідає потребам суспільства на різних етапах розвитку. Будь який журналістський відеопродукт орієнтований на ту частину аудиторії, інтересам та цінностям якої відповідає. Відтак, його жанр і стиль нині підпорядковуються саме потребам аудиторії» [7, с. 140].

Аудіовізуальні твори, такі як фільми, відеокліпи та анімації, є складними і багатоетапними проєктами, які вимагають від творців контенту злагодженної роботи на різних етапах виробництва.

Перший етап створення аудіовізуального контенту – це предпродакшн. Його складові включають розробку концепції, формування структури, створення розкадрування і режисерського плану. Ключовою фазою виробництва інформаційних матеріалів є розробка загальної концепції проекту або продукту, яка стає основою для логіки, креативних ідей та сценарію випусків. При створенні концепції важливо визначити основну ідею проекту і профіль цільової аудиторії. Ми цілком згідні з вченим Г. Десятником, який погоджується з досліницями А. Яресько і Н. Яловегою, що: «Точне визначення і опис цільової аудиторії має велике значення для розробки нового проекту» [1, с. 83; 15, с. 170], включаючи телевізійні програми. Особливості сегментації аудиторії для різних типів продуктів практично не відрізняються – метрика визначення цільової аудиторії для інформаційних і комерційних продуктів є ідентичною. Для класифікації сегментів цільової аудиторії часто використовується методика «5w» М. Шеррингтона (див. рисунок 1.2.1).

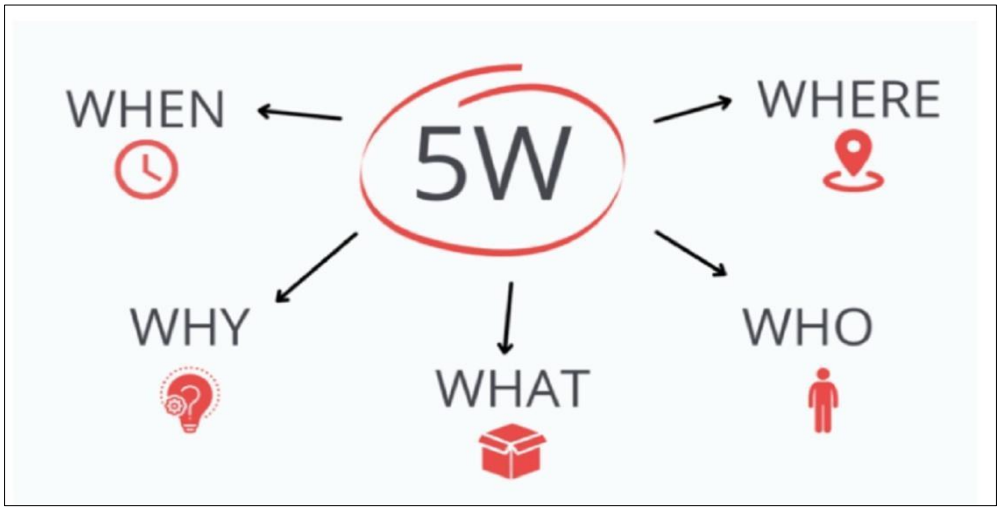


Рисунок 1.2.1 – Методика «5w» М. Шеррингтона

Метрика формування портрету цільової аудиторії ґрунтується на п’яти ключових питаннях: (What?) Що саме споживач хоче отримати; (Who?) Хто є

вашим цільовим клієнтом та його демографічні дані; (When?) Коли і як часто ваша аудиторія повертається до контенту; (Where?) Географічні межі вашої аудиторії; (Why?) Науковець О. Костюченко зазначає: «Основна мотивація вибору вашого контенту. специфіка телебачення полягає в охопленні найбільшої частини суспільства. Усе це відбувається завдяки його природним можливостям, що впливають на специфіку телебачення як аудіовізуального засобу створення і каналу передачі суспільноважливої інформації» [5].

О. Лішафай зазначає: «Після затвердження докладної концепції відео або серії відеороликів для проєкту наступним етапом є розробка деталізованого ідейного сценарію для кожного ролика. Сценарій для будь-якого відеоконтенту детально описує кожну сцену, діалоги персонажів і додає коментарі про їх поведінку, вигляд, емоції, дії та допоміжні предмети на зйомках» [8, с. 184].

Розробкою сценарію зазвичай займається один або декілька сценаристів, які вивчають всю інформацію, зібрану на попередніх етапах розробки концепції. Після складання сценарію він перевіряється режисером для корегування та, при затвердженні, передається наступному етапу предпродакшну – підготовці розкадрування або розробці режисерського плану для зйомок аудіовізуального контенту та його подальшому монтажі.

Розкадрування є ключовим етапом у предпродакшні, який допомагає конкретизувати візію всього виробництва контенту. Сучасний процес розкадрування був розроблений у компанії Walt Disney Productions на початку 1930-х рр. після численних експериментів в цій області в тому числі в Walt Disney та інших кіностудіях світу. Використання розкадрування дозволяє експериментувати зі змінами в сюжеті, щоб викликати більший інтерес аудиторії в рамках журналістських стандартів. Крім того, це інструмент для планування продакшну, де вирішуються питання техніки, експозиції, кутів зйомки, фонів та інших деталей (див. рисунок 1.2.2).



Рисунок 1.2.2 – Приклад розкадрування сцени

Розкадрування також стимулює творчість команди, дозволяючи обговорювати та реалізовувати свої ідеї на основі режисерського сценарію, що сприяє виникненню нових креативних концепцій і формуванню взаєморозуміння всередині команди. Розкадрування для аудіовізуальних матеріалів можна створювати як вручну, так і цифровими методами. Основні характеристики цього процесу включають: візуалізацію розповіді; акцентування уваги на ключових моментах і сценах, що є критичними для створення анімації та зйомок; визначення технічних параметрів, таких як рух камери, освітлення та композиція кадру.

Продакшн, або зйомка, є наступним етапом у виробництві аудіовізуального контенту, де матеріали записуються для подальшого монтажу. Перед цим етапом важливо вибрати або підготувати локацію. Вчений Національного університету «Острозька академія» О. Костюченко вважає, що «Існує кілька типів місць для зйомки. Професійні локації включають студії та павільйони, спеціально призначені для виробництва відеоконтенту» [5, с. 88].

У таких місцях забезпечено все необхідне для продуктивної роботи: оптимальне освітлення, високі стелі, велика кількість розеток, зони для відпочинку та кейтерингу, а також базова відео- та аудіотехніка. Проте, при

використанні таких локацій є ризик втрати унікальності контенту, оскільки ці місця можуть бути відомі з інших відеопроектів.

Для отримання унікальної або менш відомої локації можна здійснювати зйомки на природі або у громадських місцях, що надасть відео особливого характеру та відмінності від інших. Однак для цього потрібно підготувати відповідні технічні умови, такі як місця для гримування, підключення електроприладів, зони для переодягання та відпочинку акторів тощо.

Також існують локації, які можна використовувати за попередньою домовленістю, наприклад, навчальні заклади, музеї, театри, приватні будинки тощо. Ці місця часто не підготовлені для застосування професійного обладнання, але вони надають відео неповторності та додаткового простору для креативного виконання сценарію. Сучасні провідні телеканали активно використовують цей підхід для створення власного контенту.

Процес продакшну включає в себе зйомку запланованих сцен відповідно до сценарію та розкадрування, розробленого режисером на попередньому етапі. Цей етап, на думку Чжао Л. та Ган Л.: «…може тривати від одного дня до кількох місяців, залежно від обсягу роботи, чи це одне відео, серія, сезон чи інший формат. Враховуючи обсяг матеріалу, потрібного для зйомки, планується необхідна кількість часу для зйомок, кількість людей у команді, відрядження тощо» [14, с. 58].

Після завершення фази власне продакшну, команда переходить до поствиробничого етапу, який включає монтаж, корекцію кольору та інші післязйомкові процеси.

Постпродакшн є завершальним етапом у створенні аудіовізуальних матеріалів для різних платформ, таких як телебачення, радіо та інтернет. Цей етап включає в себе редагування, звукове оформлення, комп’ютерну графіку, корекцію кольору та інші послужні дії. Термін «постпродакшн» походить від англійської фрази «post-production», що означає «після виробництва» [3, с. 77]. Це підкреслює послідовність етапів у виробництві аудіовізуального контенту.

Постпродакшн – це етап створення аудіовізуального продукту, який включає в себе монтаж, звукове супроводження, колор-корекцію та інші процеси, що відбуваються після завершення зйомок. Цей етап є критично важливим для визначення остаточного вигляду і якості продукту, тому його специфіка вимагає особливої уваги та професіоналізму.

Монтаж – це процес вибору, складання та обробки відеоматеріалу з метою створення зв'язного та логічного сюжету. Він включає в себе вибір кадрів, встановлення порядку їх розміщення, а також додавання переходів, текстових вставок та спеціальних ефектів. Досвідчений монтажер вміє підкреслити головні ідеї та емоції, роблячи продукт більш виразним і захоплюючим для глядача.

Композитинг (англ. conpositing) або компонування – процес об’єднання змонтованого матеріалу згідно з вказівками режисера, з комп’ютерною графікою

Звукове супровід включає в себе обробку аудіоматеріалу, створення музичного супроводу, додавання звукових ефектів та синхронізацію діалогів. Вірний підбір звуків та їх правильна обробка можуть значно підвищити емоційну насиченість і загальний враження від продукту.

Кольорокорекція – це процес налаштування кольорів та тонів відеоматеріалу для досягнення бажаного візуального ефекту. Вона дозволяє стандартизувати колірну палітру, підкреслюючи настрій та атмосферу сцени. Правильна колор-корекція може значно покращити якість зображення, зробити його більш насиченим та реалістичним.

Додавання *візуальних ефектів* може значно збільшити спектр можливостей постпродакшну. Вони можуть бути використані для створення реалістичних сцен, або ж для додавання фантастичних елементів, які неможливо було б зняти на камеру. Від візуальних ефектів часто залежить цілісність та динаміка аудіовізуального продукту.

Рендеринг (англ. rendering) *та оптимізація* відео під технічні вимоги способу розповсюдження відео чи платформи для його розміщення [14, с. 60].

Розвиток інструментів і методів постпродакшну набуває все більшої актуальності, оскільки аудіовізуальна індустрія на телебаченні та в

кінематографі постійно еволюціонує. Завдяки активному темпу технологічного прогресу в цій області, процес постпродакшну стає більш продуктивним та швидким, підвищуючи якість готового контенту і піднімаючи стандарти відеопродукції. Це спрощує загальний процес створення візуального контенту для команди творців. Але не тільки технологічні нововведення впливають на еволюцію цього етапу, але й нові підходи до обробки відео.

Експерти активно розвивають інтерактивні технології та формати, що залучають глядачів до участі в створенні фінального продукту, сприяючи залученню аудиторії і підвищенню її взаємодії з контентом. Тенденції у сфері відеопродукції в цілому впливають на розвиток постпродакшну. З ростом популярності технологій віртуальної та розширеної реальності, фахівці по обробці відео ставлять все вищі вимоги до якості та ефективності візуального контенту в контексті нових технологій презентації аудиторії.

Монтаж є ключовим етапом постпродакшну аудіовізуальних матеріалів і підпорядковується технічним принципам, які були розроблені протягом багатьох років в кіно- та телевізійній індустрії. Деякі з цих принципів є досить базовими, але їх порушення може призвести до спотвореного сприйняття глядачем подій на екрані та втрати орієнтації. Під час монтажу кадрів з рухомими персонажами або транспортними засобами, напрямок їхнього руху до та після обрізки повинен бути послідовним. Науковець О. Лішафай зазначає: «Відсутність збігу в руху об’єктів, знятих з протилежного боку і рухаються у протилежному напрямку, може викликати враження неузгодженості. Той самий принцип діє і для знімального освітлення, яке повинно бути приблизно однаковим в сусідніх кадрах однієї сцени. Тому зміна ракурсу зйомки має бути обґрунтована не тільки з позицій композиційної цілісності, але й логіки розповіді» [8, с. 182].

Монтаж діалогу між спікерами вимагає, щоб їхні плани, де вони з’являються окремо, мали протилежну орієнтацію погляду та залишали вільний простір перед собою, дотримуючись принципу «правила 180 градусів» або «вісімки». В іншому випадку глядач може відчути дезорієнтацію та відчуття, що персонажі спілкуються з третьою особою. Недоцільним є також об’єднання

епізодів з різними масштабами планів або різкими переходами, оскільки це може розбити єдність місця та часу дії. У монтованих кадрах мають бути повторювані орієнтири, які підказують глядачеві, що дія відбувається в одному місці. Якщо вихідний матеріал не відповідає цим вимогам, кадри вважаються немонтажними, тобто їх використовувати не варто.

У сучасних процесах постпродакшну моушн-дизайн та анімація стали невід'ємною частиною, втілюючи сучасні технології в виробництві аудіовізуального контенту. Моушн-дизайн, або анімаційний дизайн, це «візуальне графічне оформлення для відео, що базується на русі» [11] і часто створюється з використанням комп'ютерних технологій. Основною перевагою цього підходу до анімації є можливість створення відеоряду, який не обов'язково зв'язаний з конкретними персонажами або текстом. Він може складатися з анімованих абстрактних форм, які ілюструють історію.

Композитинг – це процес, спрямований на створення цілісного зображення за рахунок комбінування двох або більше відеошарів без необхідності створення комп'ютерних об'єктів чи анімації, як це відбувається у моушн-дизайні. Сучасні комп'ютерні технології широко використовують цей процес для створення візуальних ефектів у кіно та телебаченні.

У порівнянні з традиційним композитингом, який фокусується на роботі з плоскими зображеннями та пікселями, глибокий композитинг використовує додаткову інформацію про глибину кожного пікселя. Глибокий композитинг означає, що піксель кожного шару містить інформацію не тільки про колір (червоний, зелений, синій) та прозорість (альфа), але й про відстань до об'єкта від віртуальної камери. Значення глибини може варіюватися в широкому діапазоні.

Звуковий дизайн включає маніпуляції зі зранку складеними або записаними аудіоматеріалами, такими як музика або звукові ефекти. Він може також включати комбінування або маніпуляції з аудіо для створення потрібного ефекту або настрою. Завдяки сучасній апаратурі та технологіям, запис звуку і його обробка досягли нового рівня, дозволяючи не тільки точно відтворювати

звук, але і створювати високоякісні звукові елементи за допомогою синтезу та обробки.

Ефектні вибухи, звуки монстрів, фонові атмосфери планет і битв, які часто використовуються в сучасному комерційному кіно та мультимедійних продуктах, є результатом роботи команди професіоналів у галузі звукового дизайну. Ці нестандартні звукові ефекти роблять дію на екрані більш динамічною та ефективною. Звуковий дизайн є важливою складовою в різних галузях, включаючи кіно, телебачення, мультимедіа, брендування, рекламу, радіо, театральне мистецтво та сучасні музичні жанри [16, с. 65].

Кольорокорекція відео розширює можливості для зазначення акцентів на основні елементи чи предмети в кадрі, які вимагають особливої уваги.

Фінальний процес постпродакшну – рендеринг – є важливим процесом у комп'ютерній графіці, що дозволяє отримувати зображення за допомогою комп'ютерної програми. Науковці зазначають, що «Цей процес здійснюється з використанням певної мови програмування у вигляді структури даних, може містити геометричні дані, а також інформацію про положення точки спостерігача та освітлення. Отримане зображення є цифровим растровим зображенням. Людина ж отримує готовий аудіовізуальний матеріал – відео» [19, с. 8].

Отже, постпродакшн аудіовізуального продукту – це складний і мультидисциплінарний процес, який вимагає високого рівня професіоналізму та технічної компетентності. Від кожного з перерахованих елементів залежить загальний вигляд, якість та ефективність продукту. Тому важливо підходити до кожного етапу з відповідальністю та креативністю, забезпечуючи якісний результат, який буде відповідати вимогам сучасного ринку та задовольняти потреби аудиторії.

РОЗДІЛ 2
СУПРОВІДНА ЗАПИСКА ДО ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ

2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту

Креативна творчість, оформлена у вигляді аудіовізуального продукту, є невід'ємною складовою сучасної культури. Цей формат співіснує з різними мультимедійними елементами, створюючи різні твори мистецтва. Від коротких відеороликів до повних відеоекранізацій, а також інколи повноцінних фільмів, що присвячені особливим подіям чи датам, цей продукт насичений анімаціями, візуалізаціями та іншими творчими витворами. Ключовою складовою його успіху є чітка концепція, що визначає основні ідеї, цілі та спрямованість до аудиторії.

Тому розроблений і реалізований нами інформаційний проєкт «Постпродакшн: п’ятихвилинні відео уроки» складається з п'яти коротких інформаційних відеороликів, кожен із яких має хронометраж до 5 хвилин. Основною метою проєкту є продемонструвати, як використання різних технік монтажу та аудіовізуальних ефектів може впливати на сприйняття глядачем тематики й проблематики сюжету, а також підкреслювати авторський задум.

Структура та зміст, відзнятих нами відеороликів – різні та охоплюють найважливіші техніки й засоби, що використовуються під час монтажно-тонувального періоду, тобто під час постпродакшну.

У **першому відеоролику** ми розповідаємо про роль звуку в постпродакшні. Звук відіграє ключову роль у створенні захоплюючого відеоконтенту. Тож він є одним з найважливіших елементів відеопродукції, який значно впливає на сприйняття відео глядачем. Він виконує кілька ключових функцій, які разом сприяють створенню захоплюючого, емоційно насиченого та глибокого аудіовізуального твору. Музичне оформлення будь-якого відео може створювати відчуття радості, тривоги, суму або напруги, відповідно до сюжетної лінії. Наприклад, мелодія у мінорі може підкреслити драматичність сцени, тоді як ритмічна і весела музика додасть позитивного настрою.

Звуки природи, міста, або інших середовищ можуть зробити відео більш реалістичним і насиченим, дозволяючи глядачеві «відчути» місце дії. Наприклад, звук дощу та грому може створити відчуття перебування в епіцентрі бурі.

Звук може виділяти важливі моменти у відео, привертаючи увагу глядача до певних деталей або дій. Звукові ефекти, такі як вибухи, клацання чи дзвін, можуть підкреслити значущість певної події або дії у кадрі. Це дозволяє глядачеві краще розуміти сюжетну лінію та не пропускати ключові моменти.

Звукові коментарі, діалоги та закадровий голос допомагають глядачам краще зрозуміти контекст та зміст відео. Це особливо важливо для документальних фільмів, новинних сюжетів та навчальних відео, як наш інформаційний проєкт. Чітке й виразне озвучення робить інформацію доступнішою та зрозумілішою.

Звукові переходи допомагають плавно з'єднувати різні сцени та кадри, створюючи цілісну і неперервну розповідь. Звукові ефекти можуть бути використані для переходу між різними часовими або просторовими епізодами, що допомагає підтримувати логічну послідовність і зрозумілість сюжету.

У **другому відеоролику** ми обґрунтовуємо важливість відео редагування та знайомимося з популярними програмами для монтажу. Відеоредагування є невід'ємною частиною процесу створення відеоконтенту, відіграючи ключову роль у формуванні кінцевого продукту. Від якості редагування залежить, наскільки ефективно та професійно буде передано задум автора, а також наскільки відео зможе привернути та утримати увагу глядача.

Відеоредагування дозволяє створювати логічну та послідовну розповідь, поєднуючи окремі сцени та кадри у єдине ціле. Це дає можливість правильно структурувати матеріал, виділити ключові моменти та забезпечити плавні переходи між різними частинами відео. Змістовна й добре продумана розповідь допомагає глядачам краще розуміти та сприймати інформацію.

Також редагування відео включає покращення якості зображення та звуку. За допомогою кольорової корекції можна вирівняти баланс кольорів, підвищити контрастність та насиченість, що робить зображення привабливішим.

Аудіоредагування дозволяє поліпшити якість звуку, видалити фоновий шум, додати звукові ефекти або музику, що підсилює емоційний вплив відео. Спеціальні ефекти, такі як анімації, графічні елементи, титри та переходи, роблять відео більш динамічним та візуально привабливим. Вони можуть допомогти пояснити складні концепції, підкреслити важливі моменти або додати художній акцент. Відеоефекти допомагають створювати унікальний стиль та естетику відео.

Відеоредагування дозволяє акцентувати увагу глядача на важливих деталях та моментах. Використання різних технік монтажу, таких як крупні плани, зміна напрямку руху, зменшення швидкості (slow motion) або прискорення (time-lapse), дозволяє виділити ключові елементи та зробити їх більш помітними.

Редагування визначає темп та ритм відео, що впливає на динаміку та загальне враження від матеріалу. Швидкий монтаж може додати відео енергії та динамічності, тоді як повільний монтаж може створити атмосферу розслабленості або напруги. Правильний ритм допомагає утримати увагу глядача та забезпечити плавний перегляд. Окрім того, процес редагування дозволяє виправити технічні помилки, такі як неправильний кут зйомки, неякісне освітлення, проблеми зі звуком або невдалі кадри. Це дає можливість значно поліпшити якість кінцевого продукту, забезпечуючи його професійний вигляд та звучання.

Редагування відео є інструментом творчої реалізації задуму автора. Воно дозволяє експериментувати з різними стилями, техніками та прийомами, досягати унікальних художніх ефектів та виражати індивідуальне бачення. Редактор має можливість втілювати ідеї в життя, роблячи відео оригінальним та незабутнім.

У нашому **третьому відеоролику** ми акцентуємо увагу на техніках монтажу, що допомагають створити логічно зв’язане відео. Розповідаємо про лінійний, нелінійний та закулісний погляд на монтажний процес, що також є важливим на етапі постпродакшну.

Оскільки відеомонтаж є важливою частиною процесу створення відеоконтенту і може бути реалізований за допомогою різних підходів та технік. Лінійний, нелінійний та закулісний монтаж мають свої унікальні особливості та призначення.

Лінійний монтаж – це традиційний підхід до монтажу відео, який передбачає редагування відеоматеріалу у послідовному порядку, від початку до кінця. Його особливості в тому, що він допомагає редагувати відео в хронологічному порядку, що означає, що кожен кадр чи сцена додається послідовно. Цей підхід зазвичай потребує спеціалізованого обладнання, яке працює з відеострічками, що може бути менш гнучким у порівнянні з сучасними цифровими методами.

Переваги лінійного монтажу – у тому, що він простий у використанні для невеликих та коротких проєктів; підходить для прямих трансляцій або зйомок у реальному часі.

Нелінійний монтаж – це сучасний підхід, який дозволяє редагувати відео у будь-якій послідовності, використовуючи цифрові інструменти та програмне забезпечення. Особливостями нелінійного монтажу є: *гнучкість* – можливість редагувати будь-яку частину відео незалежно від її розташування; зручність – використання різних цифрових платформ надають широкі можливості для творчого редагування; ефективність – легке внесення змін, додавання спеціальних ефектів, звукових доріжок та інших елементів.

Закулісний монтаж (або «бекстейдж») фокусується на показі процесу створення основного відео або фільму, надаючи глядачам можливість побачити роботу команди та підготовку до зйомок.

У **четвертому відеоролику** ми знайомимо глядачів з процесом тонування та корекції кольору у відео – важливими аспектами відеообробки, які значно впливають на візуальну привабливість та емоційне сприйняття відеоматеріалу.

Тонування (color grading) – це процес зміни або підсилення кольорів у відео для досягнення певного стилю або атмосфери. Це один з заключних етапів у постпродакшні, який надає відео професійного вигляду.

Корекція кольору (color correction) – це процес виправлення кольорів у відео для забезпечення їхньої реалістичності та відповідності оригінальному задуму режисера.

Тож тонування та корекція кольору є невід'ємною частиною професійної відеообробки. Вони дозволяють створити бажану атмосферу, забезпечити візуальну цілісність та покращити естетичний вигляд відео. У нашому проекті ми розповідаємо про використання спеціалізованих програмних інструментів, що допомагають досягти високоякісних результатів та реалізувати творчі задуми режисера.

У **п’ятому відеоролику** – узагальнюючому – ми підсумовуємо, що таке постпродакшн і чому він так важливий при перетворенні відео на справжній шедевр.

Постпродакшн (post-production) – це завершальний етап створення відео, який включає всі процеси, що виконуються після завершення основних зйомок. Постпродакшн є критично важливим, оскільки саме на цьому етапі відбувається об'єднання всіх елементів відео в єдине ціле, що робить його готовим для кінцевого споживача. У відзнятому нами відеоролику, ми показуємо, що всі етапи роботи з відео контентом під час монтажно-тонувального періоду є важливими. Доводимо, що постпродакшн надає відео завершеного вигляду, роблячи його професійно виконаним та привабливим для аудиторії.

Таким чином реалізація нашого циклу відеороликів підтверджує важливість правильного підбору засобів монтажу та аудіовізуальних ефектів для досягнення максимального впливу на глядача.

2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту

Розуміння цільової аудиторії є важливим елементом вивчення комунікації та маркетингової складової інформаційної діяльності. Цільова аудиторія в іноземній науковій роботі щодо трансформаційних процесів європейської аудіовізуальної політики пояснюється як «група осіб, до якої спрямована

діяльність, що включає в себе розповсюдження інформації та залучення аудиторії до читання та використання матеріалів видання» [6, с. 53].

Ми вивчали цільову аудиторію методами спостереження, відстеження тематичних вебсторінок потенційних споживачів навчального відеоконтенту та опитування щодо того, чи цікавою була б інформація про процес постпродакшну та засоби й техніки його реалізації.

Спостереження дало нам можливість проаналізувати взаємодію аудиторії з відеоконтентом і сприйняття нею його матеріалів. Аналіз даних про відвідування вебсторінок дозволив виявити поведінку аудиторії онлайн та її зацікавленість у певних темах. Опитування та опрацювання отриманих відповідей допомогло сформувати портрет потенційного представника цільової аудиторії нашого інформаційного ресурсу.

Оскільки основною ідеєю створення інформаційних повідомлень були розроблені нами візуальний та текстовий контент для онлайн-ресурсів, ми визначили, що наша цільова аудиторія може об’єднувати декілька потенційних груп глядачів:

- *початківців у відеомонтажі* – старшокласників, студентів, людей, які самостійно навчаються, віком від 15 до 30 років, і цікавляться відео монтажем, створенням контенту для соціальних мереж та YouTube;

- *любителі та аматори* – чоловіки та жінки, віком від 20 до 45 років, які хочуть створювати відео контент для хобі, блогінгу, сімейних відео, невеликих проєктів або покращити свої навички, дізнатися про нові технології та програми, розширити творчі можливості;

- *професіонали у сфері відеомонтажу* – спеціалісти віком від 25 до 50 років, які займаються професійним відеомонтажем, кіновиробництвом, постпродакшном, опановують нові технології у відеомонтажі;

- *представники освітніх установи та викладачі* – люди віком від 30 до 60 років з вищою освітою, які викладають основи відеомонтажу та постпродакшну, створюють навчальні матеріали. Вони цікавляться подібним контентом через

пошук навчальних матеріалів для студентів, актуалізацію знань та навчальних програм;

- *креативні професіонали та агентства* – чоловіки й жінки, віком від 25 до 45 років, з вищою освітою у сфері дизайну, медіа, реклами. Намагаючись конкурувати на ринку, вони постійно перебувають у створенні креативного дизайну, відеореклами, контенту для клієнтів, тому цікавляться інноваційними підходами, новими програмами та техніками, трендами у відеомонтажі та постпродакшні.

Для ефективного просування ми будемо використовувати відповідні платформи: YouTube, де можна завантажувати довгі та докладні відеоуроки; Facebook, Instagram і TikTok – вони ідеальні для коротких та динамічних роликів, що привертають увагу і залучають широку аудиторію.

Таким чином, створені нами інформаційні відеоролики про постпродакшн мають задовольняти різні рівні знань та потреби цільової аудиторії, від початківців до професіоналів, пропонуючи як базові інструкції, так і глибокі технічні огляди та професійні поради.

2.3. Формально-змістові характеристики проєкту

Відходячи від статичних креативів і звертаючись до більш складних форматів підготовки інформаційних продуктів, таких як відеоматеріали, ми врахували зміни в запиті аудиторії. Відео найкраще передають емоційну складову, тому ми створювали короткі відео та розробляли анімовані відеоряди для привернення уваги. Таким чином ми створила цикл з п’яти короткометражних відеороликів, які об’єднали у проєкт «Постпродакшн: п’ятихвилинні відеоуроки».

Наша робота включала відеозйомку синхронів та перебивок, повний постпродакшн і публікацію, а також консультаційний формат у предпродакшні.

У сучасному суспільстві, насиченому інформацією, технічна складова розробки інформаційного контенту стає ключовою у комунікаційному процесі.

Для складних та тривалих відеоробіт нами використовували Adobe Premier Pro, який є стандартом для професійного відеомонтажу і здобув популярність серед режисерів найбільших телеканалів та кіноіндустрії. Хоча цей інструмент не має вбудованої функції синхронізації, він дозволяє зберігати файли у спеціальному форматі, що спрощує обмін матеріалами для подальшого редагування та спільної роботи над проєктом.

Формально-змістові характеристики кожного нашого відеоролика включають основні напрями постпродакшну:

1. У *відео про звук* ми розповідаємо чому якісний звук та його обробка є надто важливими аспектами постпродакшну. У нашому відеоролику, ми, на прикладі взятого відео з YouTube-каналу «Рейнольд», показуємо, як звук додає ефектності хоррвідео. Далі аналізуємо та наводимо приклади інструментів, які використовуються під час обробки звуку. Серед них – Adobe Audition – професійний аудіоредактор для обробки аудіо, що підримує мультитрекове, недеструктивне та деструктивне редагування; Audacity – вільний багатоплатформовий редактор звукових файлів, орієнтований на роботу з декількома доріжками. Дозволяє виконувати такі функції, як редагування звукових файлів, запис, оцифровування звуку, зміна параметрів звукового файлу, накладення треків і застосування ефектів.

Звук відіграє вирішальну роль у створенні захоплюючого відео, оскільки він підсилює емоційний вплив, створює атмосферу, акцентує увагу, покращує розуміння, визначає ритм і темп, а також забезпечує плавні переходи між сценами. Використання звуку у поєднанні з візуальними елементами дозволяє створювати глибокі та багатошарові відео, які здатні залишити сильне враження на глядача.

2. У *відеоролику про відеоредагування* ми представляємо чотири найпопулярніші програми для монтажу: відеоредактор Movavi, Adobe Premiere Pro, Vegas Pro, DaVinci Resolve.

Відеоредактор Movavi – для початківців, інтерфейс має зрозумілі інструменти, що робить процес редагування легким та ефективним. Vegas Pro –

ідеальний редактор для тих, хто цінує продуктивність та гнучкість, має широкий спектр інструментів: потужні функції монтажу, колірна корекція, звуковий дизайн, візуальні ефекти. DaVinci Resolve – безкоштовна програма з великим фукціоналом кольорової корекції, звукового дизайну та відеомонтажу. Дозволяє досягати високої якості відео. Adobe Premiere Pro – програма для професіоналів, має розгалужену систему панелей та продумані функції, що дає можливість реалізувати будь-які задуми.

3. У *третьому відеоролику* ми розглядаємо інструменти для тонування та корекції кольорів. Нашій аудиторії ми представляємо одну із найпопулярніших програм Adobe After Effects, також можна використовувати DaVinci Resolve та інші технічні засоби для швидкої корекції кольорів.

Adobe After Effects – потужний інструмент для анімації та ефектів, але його також можна використовувати для корекції кольорів: можна точно налаштувати кожен аспект кольору, використовуючи різні фільтри та ефекти. DaVinci Resolve – професійна програма, яка спеціалізується на кольорокорекції, вона має багатий набір інструментів і часто використовується у кіноіндустрії. Її LUT – це готові налаштування кольорів, які можна застосовувати до відео одним кліком, вони швидкі та зручні у використанні та здатні значно спростити процес тонування.

4. *Відеоролик про основи монтажу* відео презентує процес монтажу – перший і один з найважливіших етапів постпродакшну, об’єднання кадрів та створення плавності у відео. Ми розповідаємо, як за допомогою певних редакторів можна видалити невдалі кадри, недоліки у фільмуванні або зайвий матеріал, що не несе необхідної інформації. Монтаж також об’єднує кадри в послідовну історію, забезпечуючи логічний та зрозумілий хід подій.

Тонування відіграє важливу роль у монтажі, оскільки воно відображає настрій відео. Цей процес включає корекцію відео, освітлення та контраст. Саунд-дизайн допомагає створити емоційно насичений відеоконтент. Його інструменти: музика, звукові ефекти та діалоги, які у поєднанні один з одним створюють емоційну атмосферу та привабливість відео.

5. У п’ятому відеоролику ми розповідаємо цільовій аудиторії про постпродакшн у цілому і чому він так важливий.

Таким чином надаємо нашій потенційній аудиторії необхідну інформацію та доводимо, що проєкт спрямований на швидке та доступне навчання основам постпродакшну.

2.4. Особливості оформлення проєкту

Оформлення проєкту «Постродашкн: п’ятихвилинні відеоуроки» складається з п’яти відеороликів, які розповідають цільовій аудиторії про основи постпродакшну, вимагало від нас чіткого планування та структури.

На першому етапі розроблення проєкту ми визначили, хто буде дивитися ці відеоролики. Визначили, що це можуть бути початківці у відеомонтажі, студенти, блогери, викладачі, дизайнери, люди, які займаються рекламою та просто творчі люди.

На другому етапі роботи розробили сценарій проєкту та розбили основи постпродакшну на п'ять ключових тем: «Звукове оформлення», «Монтаж», «Тонування та корекція кольору», «Технічні програми та засоби реалізації процесу постпродакшн», «Узагальнююча інформація».

Кожне відео повинно було бути достатньо коротким для утримання уваги аудиторії (не більше 5 хвилин), але достатнім, щоб охопити тему.

На третьому етапі підготовки проєкту ми написали детальні сценарії для кожного відео, включаючи текст, графіку, приклади та демонстрації.

На четвертому етапі створили розкадровку (storyboard) для кожного відео, щоб візуалізувати, як будуть виглядати сцени. Визначили місце, час та необхідне обладнання для зйомок.

На п’ятому етапі підготовки проєкту ми використали професійне програмне забезпечення для монтажу (Adobe Premiere Pro, Adobe After Effects та Adobe Audition). У якості додаткових ефектів використали музичні треки, звукові ефекти, титри та графічні елементи.

На шостому – заключному етапі – ми визначили, на яких платформах будуть розміщені наші відеоролики (обрали YouTube, Facebook, Instagram і TikTok) та оптимізували заголовки, описи та теги для кращого пошуку та видимості нашого відеоконтенту.

Таким чином вважаємо, що проєкт допоможе користувачам опанувати базові навички, необхідні для професійної роботи з відео.

2.5. Технічні і програмні засоби

Оскільки постпродакшн відіграє важливу роль у створенні відеоконтенту, забезпечуючи кінцевий продукт високою якістю і професійним виглядом, ми використовували для роботи з відеороликами професійні й найкраще зарекомендовані технічні «продукти». У нашій роботі над п’ятьма відеороликами про постпродакшн ми використовували основні програмні засоби: Adobe Premiere Pro, Adobe After Effects та Adobe Audition. Ці програми надали нам потужні інструменти для редагування відео, створення спецефектів та обробки звуку.

Adobe Premiere Pro є одним з найпопулярніших і найпотужніших інструментів для нелінійного монтажу відео. Основні функції, які ми використовували у Premiere Pro, включають:

- *імпорт та організація матеріалів:* ми імпортували всі наші відео, аудіо та графічні файли в проєкт. Adobe Premiere Pro дозволяє зручно організовувати медіафайли у бібліотеці проєкту;

- *редагування таймлайну:* ми використовували інтуїтивний інтерфейс таймлайну для обрізання, зміщення та зшивання кадрів. Це дозволило нам створювати плавні переходи між сценами;

- *колірна корекція:* використовуючи інструменти Lumetri Color, ми відрегулювали кольорову палітру кожного відео, щоб забезпечити єдиний візуальний стиль для всіх відеороликів;

- *титри і графіка:* ми додали заголовки, субтитри та анімовану графіку за допомогою вбудованих інструментів та взятого з YouTube тематичного контенту для створення тексту та шаблонів.

Adobe After Effects є стандартом у галузі для створення анімації та візуальних ефектів. Ми використали After Effects для наступних задач:

- *створення візуальних ефектів:* за допомогою численних ефектів і анімаційних інструментів, ми додали візуальні елементи, які підкреслили ключові моменти у нашому відео;

- *композиційний монтаж:* ми об'єднали кілька відеошарів, додаючи ефекти та переходи, які неможливо було зробити в Premiere Pro;

- *моушн графіка:* створення анімованих елементів допомогло зробити наші відео більш інформативними та професійними.

Adobe Audition стало потужним інструментом для аудіообробки, який ми використовували для:

- *очищення аудіо:* ми видалили фонові шуми та покращили якість звуку записаного голосу;

- *мікшування аудіо:* завдяки інструментам для мікшування, ми збалансували рівні звуку, забезпечивши чітке і приємне звучання на фінальному етапі обробки відео;

- *додавання звукових ефектів:* ми додали спеціальні звукові ефекти, які доповнили візуальний контент і підкреслили атмосферу кожного відео.

Для пошуку музики ми використовували різні ресурси, такі як музичні бібліотеки, музичні стрімінгові платформи або спеціалізовані сайти для ліцензованої музики, користувалися музичними фондом Фейсбуку та Ютубу, оскільки ці платформи мають свою музику й краще тиражують відео контент саме зі своїми треками.

Отож, використання Adobe Premiere Pro, Adobe After Effects та Adobe Audition дозволило нам створити високоякісні відеоролики, які повністю відповідають вимогам сучасного відеомонтажу. Кожна програма відіграла свою унікальну роль у процесі постпродакшну, забезпечуючи професійний рівень

роботи. Знання цих інструментів та їх ефективне використання є ключем до успішного створення відеоконтенту.

2.6. Зв’язок із творчим доробком (портфоліо)

Для підготовки матеріалів до дипломної роботи мені знадобилися такі навички, здобуті з попередніх матеріалів, як от: робота з таймлайном, різання та з'єднання кліпі, робота з різними монтажними програмами (Adobe Premiere Pro, Final Cut Pro, DaVinci Resolve тощо), обробка звукових доріжок, видалення шумів, покращення якості звуку, ефективне планування та розподіл завдань.

Портфоліо п’яти роликів з постпродакшну, змонтованих нами, може мати значний вплив на кар’єру та розвиток у сфері відеомонтажу. Портфоліо з кількох роликів дає змогу показати різноманітні технічні навички, такі як:

- *монтаж відео:* різні види монтажу, від швидких нарізок до плавних переходів;

- *корекція кольору:* використання кольору для створення настрою або емоційного ефекту;

- *звуковий дизайн:* додавання та мікшування звуків, музики, та діалогів;

- *спецефекти та анімація:* застосування візуальних ефектів та графічних елементів.

Також відео з п’яти наших роликів у портфоліо показує здатність креативно підходити до завдань із:

- *оригінальності:* ми навчилися ухвалвати унікальні рішення для різних проєктів;

- *розповіді історій:* як монтаж може вплинути на сприйняття історії;

- *естетики:* ми навчилися відчувати стиль та художнє бачення.

Зрештою, наявність у портфоліо різних типів відео продедемонструвало універсальність. На основі навичок, отриманих у роботі з проєктом, ми навчилися виробляти рекламні ролики (послуговуючись стислістю та увагою до деталей); монтувати музичні відео: знаємо що таке синхронізація з ритмом, візуальна експресивність; можемо знімати короткометражні документальні

фільми, використовуючи на етапі постпродакшну, структурований монтаж, аудіовізуальне оформлення тощо.

На кінцевому етапі роботи з проєктом «Постпродакшн: п’ятихвилинні відеоуроки» маємо змогу отримати фідбек – підвищення довіри; збільшення показників популярності та впливовості; підвищення переглядів на різних платформах та збільшення кількості позитивних відгуків.

Портфоліо є важливим інструментом для само презентації. Воно може доповнити резюме. Також робота над портфоліо допоможе аналізувати власні роботи (визначати сильні та слабкі сторони), отримати фідбек (зворотній зв'язок від професіоналів та глядачів); покращити навички (постійно вдосконалювати свої вміння на основі отриманого досвіду).

Таким чином, портфоліо з п'яти відеороликів з постпродакшну є не лише демонстрацією технічних та креативних можливостей, але й важливим інструментом для професійного росту та розвитку.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі були успішно виконані всі поставлені завдання, що дозволило детально розглянути процес постпродакшну аудіовізуальних матеріалів і набути необхідних навичок для їхнього професійного виконання.

По-перше, були розглянуті основні етапи постпродакшну аудіовізуальних матеріалів. Було детально описано кожен з етапів: від первинного монтажу до кінцевого рендерингу і експорту готового продукту. Це дозволило краще зрозуміти структурованість та послідовність процесу постпродакшну.

По-друге, були вивчені існуючі методи, техніки монтажу та тонування відеоматеріалів. Особлива увага була приділена вивченню таких методик, як колірна корекція, створення візуальних ефектів та звуковий дизайн. Це надало змогу ефективно використовувати ці техніки у власних проєктах.

Третє завдання включало проведення аналізу сучасних програмних засобів для монтажу та тонування відео. Було досліджено і проведено порівняння функціональних можливостей таких програм, як Adobe Premiere Pro, Final Cut Pro, DaVinci Resolve та інших популярних застосунків для монтажу аудіовізуальних матеріалів.

У рамках виконання четвертого завдання, був створений цикл відеосюжетів із урахуванням набутих практичних знань і вмінь. Це дозволило на практиці застосувати вивчені методики та техніки монтажно-тонувальних дій, що підтвердило їхню ефективність в редагуванні матеріалів та необхідність їх застосування для професійного постпродакшну.

Таким чином, завдяки виконанню окресленихх завдань, було отримано всебічне розуміння процесу постпродакшну, набуті практичні навички, необхідні для створення якісних аудіовізуальних матеріалів, стали в нагоді під час підготовки відеоматеріалів для творчого проєкту. Це дозволяє впевнено стверджувати, що поставлені цілі були досягнуті, а отримані результати можуть бути корисними як для власної подальшої професійної діяльності, так і для розвитку медіаіндустрії в цілому.

Портфоліо у цілому нараховує 21 матеріал, серед них 11 телевізійних матеріалів («Привітання з Днем Освітянина», «Помічники Святого Миколая», «Мирна буденність. Таймлапс», «У Запоріжжі загін помічників Святого Миколая привітав дітей вразливих категорій», «Стоп булінг», «Синдром провини вцілілого»), 5 відеоматеріалів із серії відео «Постпродакшн: п’ятихвилинні відео уроки» для цього творчого проєкту; 5 розшифровок програми «На межі» для телеканалу МТМ (виконаних в рамках Меморандуму про співпрацю з факультетом журналістики); 12 режисерських сценаріїв («Спорт – сила», «Руслан Мась», «Синдром провини вцілілого», «Галицькі наголоси», «Мова – ДНК народу», «Про мову», «Про солов’їну» та 5 до рубрики «Постпродакшн: п’ятихвилинні відеоуроки»).

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Десятник Г. Від задуму до екрана : тексти лекцій / наук. ред. проф. Горевалов С. І. Київ : КНУ, 2015. 226 с.

2. Желєзняк С. Трансформації звукозорового образу в сучасній аудіовізуальній культурі : дис... д-ра філософії : 034. Київ, 2022. 65 с.

3. Желєзняк С. Трансформації сучасної аудіовізуальної культури в контексті наукових гуманітарних концепцій. *Питання культурології*. 2021. Вип. 38. С. 76–84.

4. Крилова В. Кіно і телебачення як феномени екранної культури : автореф. дис... канд. філос. н. : 09.00.04. Київ, 2016. 21 с.

5. Костюченко О. Основи телевізійної журналістики : навчальний посібник. URL: https://lib.oa.edu.ua/files/funds/vudavnutstvo/posibnyk_Kostjuchenko.pdf (дата звернення 03.03.2024).

6. Лавренюк С. Продюсер у культурі аудіовізуального виробництва. *Культура і сучасність*. 2021. № 1. С. 80–86.

7. Лісневська Ю. Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку. *Образ :* матеріали ІІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції. 25 жовтня 2018 р. / за ред. В. М. Каленич. Вінниця, 2018. С. 140–143. URL: http://surl.li/gycpg (дата звернення: 15.04.2024).

8. Лішафай О. Саунд-дизайн і музична драматургія, кіно та телебачення. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури.* 2015. № 35. С. 177–187.

9. Мусієнко О. Гібридне походження художньої природи відеохостингу як нової жанроформи аудіовізуальної культури. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку.* 2020. Вип. 34. С. 105–110.

10. Мой Д., Ордольфф М. Телевізійна журналістика. Практична журналістика. Т. 62. URL: https://www.aup.com.ua/televiziyna-zhurnalistika/ (дата звернення 22.02.2024).

11. Перетятко І. Дослідження сучасних технологій та інструментів у розвитку інституту зв'язків з громадськістю (на прикладі відеопродакшену). URL: http://surl.li/gycou (дата звернення: 30.03.2024).

12. Печеранський І. До питання сучасної української історіографії аудіовізуального мистецтва і виробництва. *Теоретико-мистецькі аспекти української культури.* Київ. 2022. С. 103–108.

13. Сташен Б. Мобільна журналістика : практичний посібник / пер. з нім. В. Климченка / за загал. ред. В. Іванова. Київ : Центр вільної преси, 2021. 260 с.

14. Чжао Л., Ган Л. Аналіз охоплення в таргеті та його вплив на ефективність маркетингової стратегії в інтернет-маркетингу / пер. з англ. Київ : International Journal of Marketing Studies. 2020. Вип. 12(1) С. 56–66.

15. Яресько А., Яловега Н. Дослідження портрету потенційної цільової аудиторії. *Вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. Полтава. 2019. С. 168–170.

16. Bondar A., Tsapok O. Adherence to professional standards in the work of television journalists. *Current issues of natural sciences and humanities in the research of young scientists «The highlight – 2018»* : XX All-Ukrainian scientific conference of young scientists, ChNU named after B. Khmelnytsky. Cherkasy. 2018. P. 64–66.

17. Burgess J., Green J. YouTube: Online video and participatory culture. *John Wiley & Sons*. Istanbul. 2018. URL: http://surl.li/gycpw (last accessed: 12.03.2024).

18. Jiyang Y., Ramamoorthi R. Selfie Video Stabilization. *IEEE Transactions on Pattern Analysis and Machine Intelligence*. 2021. P. 701–711. URL: https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31380744/ (last accessed: 30.04.2023)

19. Liao Z., Yu Y., Gong B., Cheng, L. Audeosynth: music-driven video montage. *ACM Transactions on Graphics (TOG).* 34(4). 2015. P. 1–10. URL: http://surl.li/gycqb (last accessed: 08.04.2024).

20. Wyatt H., Amyes T. Audio Post Production for Television and Film. *An Introduction to Technology and Techniques*. Burlington. 2016. URL: http://surl.li/gycql (last accessed: 15.03.2024).

ДОДАТОК А
ІЛЮСТРАТИВНИЙ МАТЕРІАЛ

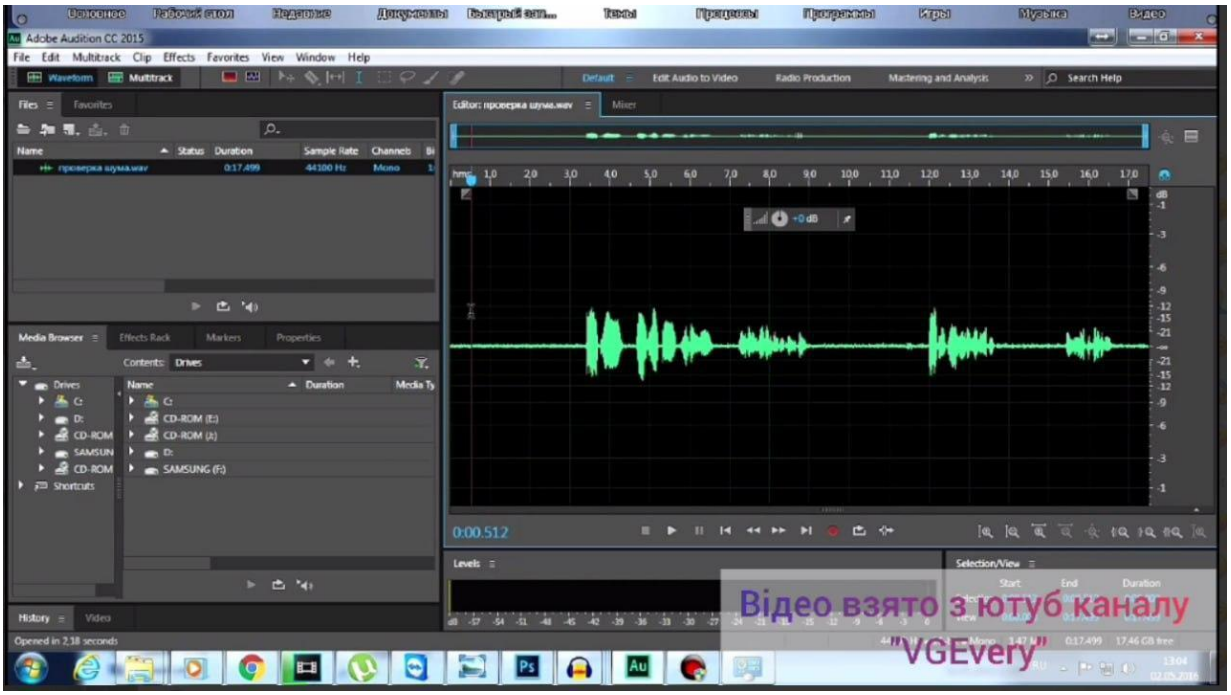


Рисунок А.1 – Скрин з відеоролика про звукове оформлення відеоряду (Adobe Audition)

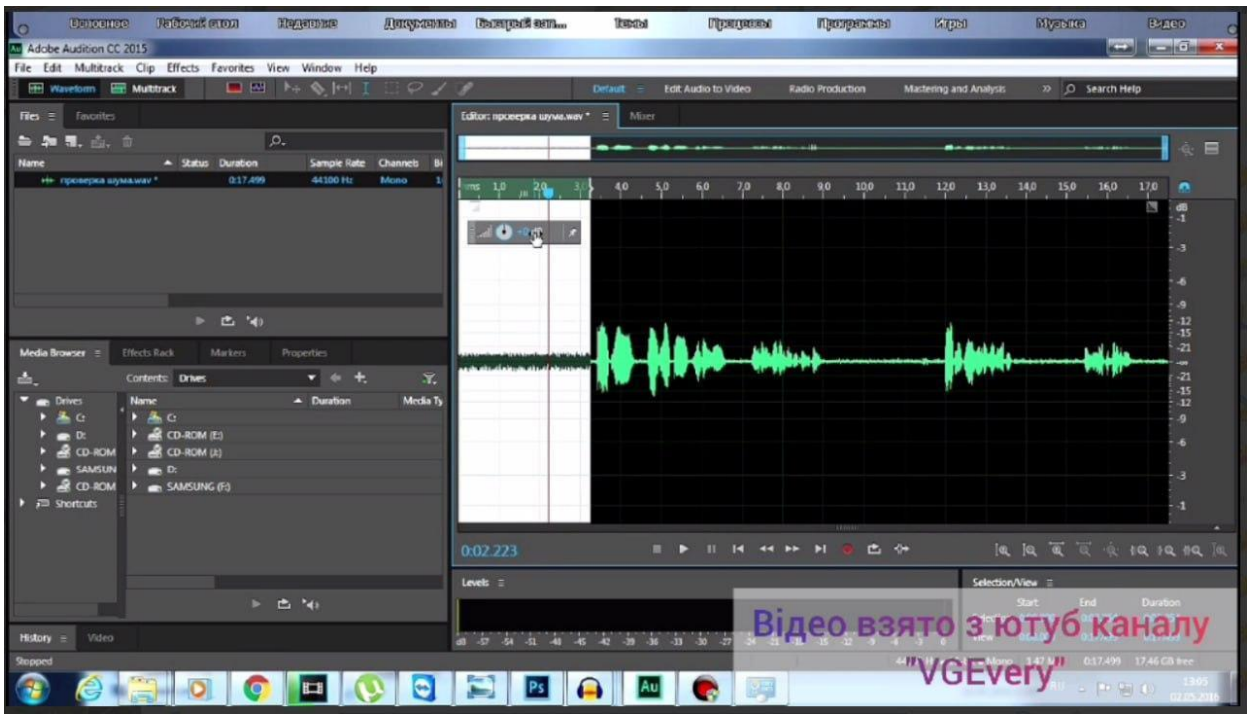


Рисунок А.2 – Скрин з відеоролика про звукове оформлення відеоряду (Adobe Audition)

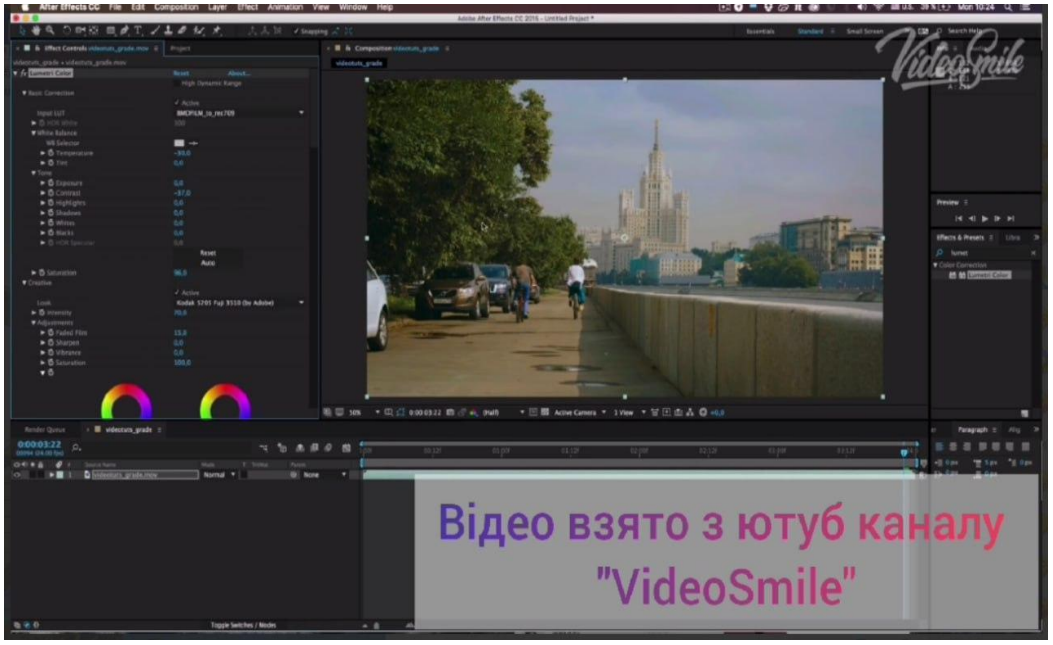


Рисунок А.3 – Скрин з відеоролика про відеоредагування, що включає корекцію кольорів та тонування (на основі програми Adobe After Effects)

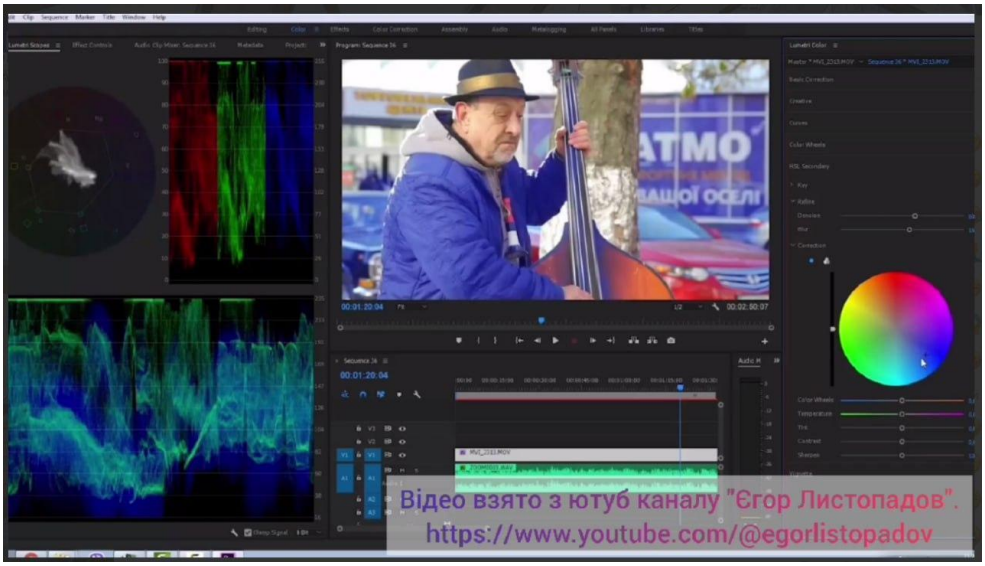


Рисунок А.4 – Скрин з відеоролика про монтаж відеоконтенту (на основі програми Adobe Premiere Pro**)**

ДОДАТОК Б
СПИСОК МАТЕРІАЛІВ ПОРТФОЛІО

Телематеріали

1. Сюжет «Привітання з Днем Освітянина». Ютуб-канал «Юніверс-ТБ». 05.10.2022. https://youtu.be/JckSP4HmHWI?si=1dI8YN8gbt06jTSI.
2. Таймлапс «Мирна буденність». Ютуб-канал «Юніверс_ТБ». 05.05.2022. https://youtu.be/NRys9rkJrZw?si=jB7oo-X9hDUItBzz.
3. Рубрика «Постпродакшн: п’ятихвилинні відео уроки: серія 1». Ютуб-канал «Юніверс-ТБ». 11.06.2024. https://youtu.be/FjL6IkgpKSk.
4. Рубрика «Постпродакшн: п’ятихвилинні відео уроки: серія 2». Ютуб-канал «Юніверс-ТБ». 11.06.2024. https://youtu.be/G-RVVAyP7YU.
5. Рубрика «Постпродакшн: п’ятихвилинні відео уроки: серія 3». Ютуб-канал «Юніверс-ТБ». 11.06.2024. https://youtu.be/9cejNZSQUXo.
6. Рубрика «Постпродакшн: п’ятихвилинні відео уроки: серія 4». Ютуб-канал «Юніверс-ТБ». 11.06.2024. https://youtu.be/jo_ICZI5yvw.
7. Рубрика «Постпродакшн: п’ятихвилинні відео уроки: серія 5». Ютуб-канал «Юніверс-ТБ». 11.06.2024. https://youtu.be/nj6FP-THpGM.
8. Сюжет «Помічники Святого Миколая». Телеканал «МТМ». 20.12.2021. http://surl.li/ujrqf.
9. Сюжет «У Запоріжжі загін помічників Святого Миколая привітав дітей вразливих категорій». Телеканал «Новини Запоріжжя». 20.12.2021. https://m.youtube.com/watch?v=JT9DUUjsdtk.

Сценарії до телематеріалів

10. Сценарій «Галицькі наголоси». Гугл-диск. 30.06.2023. https://docs.google.com/document/d/1X1MCT9GpuAdgNBfQoCIt4zumgP0_vBjU/edit?usp=drive_link.
11. Сценарій «Мова-ДНК народу». Гугл-диск. 30.06.2023. https://docs.google.com/document/d/1WzxhkdchehH6zpY6zW0AAknThSYptuee/edit?usp=drive_link&ouid=115414409913466696103&rtpof=true&sd=true.

12. Сценарій «Про мову». Гугл-диск. 30.06.2023. https://docs.google.com/document/d/1X1kSsZURjGq5gSVlYEUrbneC8DQh8xmn/edit?usp=drive_link.
13. Сценарій «Про солов'їну». Гугл-диск. 30.06.2023. https://docs.google.com/document/d/1X9RkvJXjXaiiLQVQBmQp5rl4E5vleYHh/edit?usp=drive_link.
14. Сценарій «Руслан Мась». Гугл-диск. 14.11.2021. https://drive.google.com/file/d/1WrKd9gSrc1nmLrnpDaHoeLNssJQyXWrX/view?usp=drive_link.
15. Сценарій «Синдром провини вцілілого». Гугл-диск. 23.06.2023. https://docs.google.com/document/d/1Wu_N0Z66E4K6sIi5DFlgJbez7mXtelGK/edit?usp=drive_link.
16. Сценарій «Спорт-сила». Гугл-диск. 14.11.2023. https://docs.google.com/document/d/1WuZBAYMLJyfAAjDrrr5gSiK_bUBgYwrh/edit?usp=drive_link.

Розшифровки телематеріалів

17. Розшифровка «71-й день війни». Телеканал «МТМ». 05.05.2022. https://drive.google.com/file/d/1XdbcSwXgUrGN9pNgj8AM3VtCmHxrs0nW/view?usp=drive_link.
18. Розшифровка «72-й день війни». Телеканал «МТМ». 06.05.2022. https://drive.google.com/file/d/1XbPNtWq8FFRaiwlWWEUxM2bSivbBlPWB/view?usp=drive_link.
19. Розшифровка «73-й день війни». Телеканал «МТМ». 07.05.2022. https://drive.google.com/file/d/1XTayMoGcL5BjkEC_1F8CeHCoU5Vw3KrT/view?usp=drive_link.
20. Розшифровка «74-й день війни». Телеканал «МТМ». 08.05.2022. https://drive.google.com/file/d/1XSCNJzAwI00XW_8D-ActC4QvOSmcHEST/view?usp=drive_link.
21. Розшифровка «75-й день війни». Телеканал «МТМ». 09.05.2022. https://docs.google.com/document/d/1XRZ5UhVjnl7qxffL4R-B9P_2i7oyBl3G/edit?usp=drive_link.

ДОДАТОК В
НАУКОВА ПУБЛІКАЦІЯ

Першин Д. Монтажно-тонувальний етап у телевізійному постпродакшні. *Молода наука-2024* : зб. наукових праць студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених / Запорізький національний університет. Запоріжжя : ЗНУ, 2024. С. 270 – 271

Першин Данило
студент 4 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к.філол.н, доц. Тернова А.І.

МОНТАЖНО-ТОНУВАЛЬНИЙ ЕТАП У ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ ПОСТПРОДАКШНІ

У сучасному інформаційному просторі відеоматеріали стають все більш популярним та важливим засобами комунікації. Від окремих відеоблогерів до великих медіакорпорацій, всі шукають ефективні способи створення якісного відеоконтенту. Водночас, якщо раніше увага була зосереджена переважно на зйомці, то із розвитком інноваційних технологій та вимог до якості, значення постпродакшну стає все більш очевидним.

Монтажно-тонувальний етап роботи як компонент постпродакшну аудіовізуальних матеріалів відіграє важливу роль у визначенні фінального вигляду та якості відеопродукту. Як зазначено в «Енциклопедії електронних мас-медіа», «пропонує І. Мащенко: «Монтаж – одне з основних понять телекіномистецтва; система спеціальних виразних засобів екрану, що створюють кінематографічну образність; принципи й закономірності побудови художнього образу; технологічний і творчий процес подання окремих кадрів в екранний твір. Основний принцип монтажу – це художнє співставлення явищ, подій, вчинків, зображувальних і звукових елементів відносно іншого» [мащ, с. 278].

Технологічно монтаж на телебаченні – «це мистецтво поєднувати окремі фрагменти так, щоб глядач отримав враження безперервного руху (фр. *montage* – «збирання/ збір»). Англійці називають його простіше – *cutting*, тобто «різка»» [я, с. 41]. Цей етап не лише відповідає за логічність та зв’язок між окремими кадрами, але й визначає загальний настрій та емоційне враження від перегляду відеоматеріалу. Аудіовізуальні матеріали, що мають важливе значення в сучасному медіа-світі, проходять складний шлях від зйомок до готового продукту. Монтажно-тонувальний відіграє визначальну роль у формуванні образу і ефекту, який виробник хоче досягти, привертаючи увагу глядачів та впливаючи на їх емоційне сприйняття та думки.

Тема монтажно-тонувального етапу роботи аудіовізуальних матеріалів в постпродакшні набула особливого значення у зв’язку з постійним розвитком технологій та зростанням інтересу до відеоконтенту в сучасному суспільстві. В науковому полі цей етап виробництва аудіовізуального контенту є у постійному фокусі вивчення як українських (Андрушків В., Бакіко В., Безручко О., Дмитровський З, Лазебний В., Омельянець О., Совгира Т., Тернова А. та ін.), так і закордонних (Детарсіо Дж., Ларсон Дж., Майнард Р., Мой Д., Ордольфф М., Спанн Т., Ралх Д., Шук Ф. та ін.) вчених.

Надзвичайно важливо розуміти, як саме відбувається цей процес під час монтажу, які техніки та методи використовуються, а також як вони впливають на сприйняття аудиторією фінальної роботи і це є актуальним повсякчас. На фінальному етапі редагування матеріалу ключовими стають такі дії: композитинг, звуковий супровід і зведення, кольорокорекція, додавання візуальних і аудіоефектів, моушн-дизайн та анімація, рендеринг та оптимізація,

Отже, постпродакшн аудіовізуального продукту – це складний і мультидисциплінарний процес, який вимагає високого рівня професіоналізму та технічної компетентності. Від кожного з перерахованих вище елементів залежить загальний вигляд, якість та ефективність

аудіовізуального продукту. Тому важливо підходити до кожного етапу з відповідальністю та креативністю, забезпечуючи якісний результат, який буде відповідати вимогам сучасного ринку та задовольняти потреби аудиторії.

Література

1. Аудіовізуальне мистецтво і виробництво: досвід, проблеми та перспективи : колект. монографія. / наук. ред. О. В. Безручко. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2018. 206 с.

2. Андрушків В. Телебачення в умовах диджиталізації. *Держава та регіони*. Сер. : Соціальні комунікації, 2021. № 4 (48). С. 18–25.

3. Дмитровський З. Організація роботи на телебаченні : тексти лекцій. Львів : МВЦ ЛНУ ім. І. Франка, 2020. 98 с.

4. Мащенко І. Енциклопедія електронних мас-медіа : у 2 т. Термінологічний словник основних понять і виразів : телебачення, радіомовлення, кіно, відео, аудіо. Запоріжжя : Дике поле, 2006. Т 2. 348 с.

5. Мой Д., Ордольфф М. Телевізійна журналістика: практична журналістика / за загал. ред. В. Іванова ; пер. з нім. В. Климченка. Київ : АУП, 2019. 234 с.

6. Організація телевізійного виробництва : конспект лекцій / В. С. Лазебний, В. М. Бакіко, О. О. Омельянець ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 162 с.

7. Совгира Т. Продакшн та креативні технології : практикум. Київ : Видавництво Ліра-К, 2021. 72 с.

8. Тернова А. Спеціалізація. Телебачення. Технологія створення аудіовізуального продукту : методичні рекомендації до лабораторних занять для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Журналістика» освітньо-професійної програми «Журналістика» денної форми здобуття освіти. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2021. 54 с.

9. Fred Shook, John Larson, John DeTarsio. Television Field Production and Reporting : A Guide to Visual. London : Routledge, 2018. 382 p.

10. Gerald Millerson. Effective TV Production (Media manuals). URL: https://www.ebay.com/itm/Effective-TV-Production-Media-manuals-By-Gerald-Millerson-/312860754051 **(**last accessed: 10.04.2024**).**

11. Ralph D., Maynard R., Spann T. Fundamentals of Television Production. 2nd edition. New York, United States : Taylor & Francis Inc, 2007. 340 p.

Декларація академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я Першин Данило Михайлович, студент 4 курсу, форми навчання денна, факультету журналістики, спеціальність журналістика, адреса електронної пошти Danilpershin2018@gmail.com,
підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему
«Монтажно-тонувальні процеси як постпродакшн аудіовізуальних матеріалів.» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;
заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата_____Підпис_____ПІБ (студент) Д. М. Першин

Дата_____Підпис_____ПІБ (науковий керівник) А.І. Тернова

ABSTRACT

The topic of the bachelor's thesis: The editing and toning stage of audiovisual materials as post-production.

The purpose of the work is to study and analyse the methods and techniques of editing and toning audiovisual materials at the post-production stage.

To achieve the aim of the study, we performed the following tasks:
1) examined the main stages of post-production of audiovisual materials; 2) studied existing methods and techniques of editing and toning video materials; 3) analysed modern software tools for editing and toning video; 4) created a video series based on the material we studied.

The object of research is the process of post-production of audiovisual materials, including video and audio components, graphics, special effects, etc.

The subject of the study is the methods and techniques of editing and toning video materials at the post-production stage, software tools for implementing these processes, as well as their impact on the quality and efficiency of audiovisual content creation.

Formal and content characteristics of the project. A creative project is a cycle of informational stories using various editing techniques and tools and audiovisual effects. The video cycle consists of materials with a running time of up to 5 minutes each. The stories use artistic editing techniques (close-ups, direction of movement, colour correction), genre editing tools (visual and sound effects, time-lapse and Slow Motion: reducing the playback speed to highlight certain moments and create a dramatic effect).

Keywords: editing, tinting, audiovisual materials, post-production, video content, quality, efficiency, software tools, techniques, methods