

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЧНИХ
КОМУНІКАЦІЙ

Харківська державна академія дизайну і мистецтв
Факультет «Аудіовізуального мистецтва та медіатехнологій»
Кафедра «Аудіовізуального мистецтва»

Аль-Ваві Яна Нимер

РОЛИК «Чорнило що дихає»

Кваліфікаційна робота на здобуття СВО «Бакалавр»
зі спеціальності 021 Аудіовізуальне мистецтво та виробництво
ОПП Реклама та відеоарт

Керівник: Жеріхова Галина Андріївна,
викладач

Харків 2026

ЗМІСТ

ЗМІСТ

ВСТУП 3

РОЗДІЛ 1. АНАЛІТИЧНА ЧАСТИНА

1.1 Аналіз аналогів.....	8
1.2 Референси.....	9
1.3 Цільова аудиторія.....	10
Висновок до розділу 1.....	11

РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТНО-ТВОРЧА ЧАСТИНА

2.1 Логлайн.....	12
2.2 Синопис.....	12
2.3 Сценарний план.....	13
2.4 Монтаж та постпродакшн.....	14
2.5 Розкадровка.....	16
Висновок до розділу 2.....	16

РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТУ

3.1 Обґрунтування творчого задуму.....	17
3.2 Художня форма подачі.....	18
3.3 Дизайн-пропозиція.....	18
3.4 Стильові та жанрові особливості.....	18
3.5 Музичний супровід.....	19
3.6 Передумови практичної реалізації проєкту.....	19
3.7 Текстова та графічна частини ролику.....	20
Висновок до розділу 3.....	21

ВИСНОВКИ.....	22
----------------------	-----------

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

Вступ

Сфера тату-індустрії активно розвивається у соціальних мережах, де візуальний контент став основним способом просування майстрів та студій. Більшість рекламних роликів у цій сфері побудовані за схожим принципом: демонстрація процесу нанесення татуювання, кадри роботи майстра та фінальний результат. Через велику кількість однотипного контенту такі відео часто швидко губляться серед інших публікацій та не створюють у глядача емоційного запам'ятовування. Саме тому у даному проєкті основна увага приділяється не лише процесу татуювання, а атмосфері та художньому образу. Робота виконана у форматі рекламного арт-відео, де реальна зйомка поєднується з анімацією, темною естетикою та символічними образами.

Центральним елементом ролика стала чорна крапля чорнила, яка поступово взаємодіє з простором кадру та «оживляє» татуювання. Через цей образ передається ідея того, що татуювання є не лише послугою, а частиною особистої історії, творчості та візуального самовираження.

Проєкт орієнтований переважно на аудиторію соціальних мереж Instagram та TikTok, де велике значення мають атмосфера відео, динаміка монтажу та візуальний стиль. Саме тому під час створення ролика велика увага приділялася роботі зі світлом, крупними планами, ритмом монтажу та звуковим оформленням. Метою роботи є створення рекламного відеоролика для тату-простору wul.tattoo, який поєднує елементи реклами, відеоарту та анімації й формує більш емоційне сприйняття бренду. И вот новый вариант выводов.

Мотивація: Показати магію та живу енергію татуювання через художній образ чорної краплі, яка «оживляє» роботу майстра.

Тобто не просто рекламувати тату-салон, а створити атмосферу мистецтва й трохи містики, щоб глядач відчув: у цьому місці татуювання стає чимось більшим, ніж малюнок на шкірі-воно отримує душу.

Об'єктом створення є короткий рекламний відеоролик у стилі арт-відео, у якому процес створення татуювання набуває більш художнього та символічного образу. Основна увага приділяється атмосфері творчості, емоціям та візуальній подачі, де татуювання показується не лише як бодімодифікація, а як окремий вид мистецтва та спосіб самовираження людини. У проєкті татуювання стає «живим» образом, який має власний характер та енергію.

Хронологічні рамки створення: 01.09.2025 – 01.06.2026.

Концепція проєкту почала формуватися у вересні 2025 року. Саме тоді виникла основна ідея створення нестандартної реклами для тату-простору wul.tattoo. У жовтні та листопаді більш детально формувався візуальний стиль, образ чорної краплі та художня атмосфера проєкту. Написання сценарію та розробка основних сцен відбувалися у грудні 2025 року. Підготовка до зйомок, пошуки локацій та робота над композицією кадрів тривали упродовж січня – березня 2026 року. Зйомки проходили у квітні 2026 року, а монтаж, кольорокорекція та додавання візуальних ефектів у травні.

Територіальні рамки створення- Дортмунд, Німеччина.

Методи створення проєкту:

1. Наративно-візуальний метод:
Використовується поєднання сюжетної реклами та арт-відео. Основна увага приділяється не тільки самій дії, а й атмосфері, емоціям та візуальному образу. Через монтаж та побудову кадру поступово створюється відчуття містики та творчої енергії.
2. Метод розробки художніх образів:
Центральним образом проєкту є чорна крапля чорнила, яка символізує творчість, натхнення та оживлення татуювання. Також важливу роль відіграють деталі процесу нанесення тату, текстури чорнила, рухи майстра та композиція кадру.
3. Костюмографічний та стилістичний метод:
Одяг, зовнішній вигляд персонажів та оформлення простору допомагають створити сучасну естетику тату-культури та підкреслити атмосферу андеграунду й творчості.
4. Аудіодраматургічний метод впливу:
Важливу роль у проєкті відіграє музичний супровід та звукове оформлення. Через звуки тату-машинки, навколишнього середовища та музики створюється необхідний емоційний стан та ритм відео.
5. Монтажний метод:
Монтаж використовується для створення динаміки та атмосфери ролику. Через швидкі переходи, ритм кадрів та поєднання анімації з реальною зйомкою формується цілісний художній стиль.
6. Колористичний метод:
У проєкті переважають темні відтінки, контрастне освітлення та акценти чорного кольору, що асоціюються з татуюванням та чорнилом. Водночас важливо було створити гармонію між темною естетикою та художньою виразністю кадру.

Практичне значення проєкту:

1. Створення сучасного рекламного контенту для тату-індустрії.
Проект демонструє можливість поєднання реклами, відеоарту та анімації для створення більш емоційного та запам'ятовуваного контенту.
2. Адаптація відео під сучасні digital-платформи.
Короткий формат ролику та динамічний монтаж дозволяють використовувати його для Instagram, TikTok та інших соціальних мереж, де важливу роль відіграє швидка подача інформації та візуальна атмосфера.
3. Популяризація творчого підходу у тату-культурі.
Проект показує татуювання не лише як послугу, а як мистецтво, спосіб самовираження та частину сучасної культури.
4. Демонстрація практичних навичок у сфері аудіовізуального мистецтва.

Під час створення проєкту були використані знання та навички, отримані під час навчання, зокрема у сфері режисури, монтажу, операторської роботи та створення візуальних ефектів.

Таким чином можна зробити висновок, що реалізація даного проєкту поєднує у собі художню, рекламну та практичну складові, а також демонструє можливість створення сучасного візуального контенту для тату-індустрії через поєднання відеоарту та реклами.

Структура та обсяг роботи:

Етапи роботи:

1. Предпродакшн (поява ідеї, формування концепції, аналіз аналогів, написання сценарію, створення розкадровки, пошук локацій, розробка художніх образів та стилістики проєкту).
2. Продакшн (відеозйомка, запис додаткового аудіо, створення основного матеріалу для монтажу).

3. Постпродакшн (монтаж відео, кольорокорекція, додавання анімації, візуальних ефектів та зведення звуку).
4. Написання пояснювальної записки до кваліфікаційного проєкту.
5. Створення презентації проєкту.

Структуру та обсяг кваліфікаційної роботи сформовано відповідно до поставленої мети та завдань проєктування. Пояснювальна записка складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Робота містить текстову, графічну та практичну частини, пов'язані зі створенням рекламного відеоролика для тату-простору wul.tattoo.

Термін реалізації проєкту: 7–9 місяців.

Календарний план проєкту:

- Розробка сценарію: вересень–жовтень
- Розкадровка та формування візуальної концепції: жовтень–листопад
- Зйомка матеріалу: грудень–березень
- Монтаж та створення ефектів: квітень–травень
- Кольорокорекція та фінальний рендер: травень–червень

РОЗДІЛ 1. АНАЛІТИЧНА ЧАСТИНА

1.1 АНАЛІЗ АНАЛОГІВ

Існують різні типи рекламних відео у сфері тату індустрії, які умовно можна поділити на стандартні та креативні.

До стандартних рекламних матеріалів належать відео, де демонструється процес нанесення татуювання, робота майстра або формат «до і після». Такий підхід є поширеним, оскільки дозволяє швидко показати результат роботи та викликає довіру у потенційних клієнтів.

Водночас подібні відео часто є однотипними та не містять вираженої художньої концепції. Вони виконують переважно інформативну функцію і не завжди здатні утримувати увагу глядача на емоційному рівні це наприклад як майстер працює на шкірі і говорить про інформацію про себе.

Креативні рекламні відео, навпаки, використовують нестандартні підходи до подачі матеріалу. Це можуть бути колаборації між кількома учасниками, художня постановка кадру, використання абстрактних образів або анімації татуювань. Такі роботи часто

наближаються до формату арт-відео та роблять акцент не лише на процесі, а й на естетиці та ідеї.

Таким чином, у сучасній тату-рекламі простежується тенденція переходу від звичайної демонстрації послуги до більш художньої та концептуальної подачі, де татуювання розглядається як форма мистецтва та самовираження.

1.2 РЕФЕРЕНСИ

У процесі розробки проєкту були враховані сучасні візуальні підходи до створення рекламного контенту в тату-індустрії, а також елементи відеоарту.

Особлива увага приділяється використанню різних типів камер і зйомки, що дозволяє передати атмосферу андеграундної тату-культури. Важливу роль відіграє композиція кадру, яка поєднує процес нанесення татуювання, тіло людини та художній образ.

У проєкті планується використання покадрової анімації та візуальних ефектів, які дозволяють «оживити» татуювання та зробити його частиною візуального сюжету. Також важливим є монтаж, який створює цілісну художню структуру відео.

Загальна стилістика орієнтована на поєднання боді-арту, кіноатмосфери та сучасного цифрового мистецтва, де татуювання розглядається не лише як послуга, а як форма мистецтва та самовираження.

1.3 ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ

Цільова аудиторія проєкту- молоді люди віком приблизно від 18 до 35 років, які цікавляться сучасною тату-культурою, мистецтвом, візуальною естетикою та digital-контентом. Основну частину аудиторії становлять користувачі соціальних мереж Instagram, TikTok та YouTube, де короткий відеоформат є одним із найбільш популярних способів споживання інформації.

Для сучасної молоді татуювання часто є не лише декоративним елементом, а способом самовираження, відображення власного внутрішнього стану, поглядів або важливих життєвих подій. Саме тому візуальна подача реклами у сфері тату-індустрії повинна викликати емоційний відгук та створювати певну атмосферу, з якою глядач може себе асоціювати.

Особливістю даної аудиторії є висока увага до візуальної естетики контенту. Користувачі соціальних мереж швидко реагують на незвичайні образи, стильний монтаж, атмосферне освітлення та художню подачу. Через це стандартна реклама з прямою демонстрацією послуг поступово втрачає ефективність, тоді як більш творчий та емоційний контент краще запам'ятовується та викликає зацікавлення.

Під час створення проєкту також враховувалася специфіка сприйняття короткого відеоформату. У TikTok та Instagram велике значення мають перші секунди відео, оскільки саме вони формують бажання глядача продовжити перегляд. Саме тому у ролику використовується атмосфера загадковості, темне освітлення та образ чорної краплі, який поступово привертає увагу глядача та створює інтригу.

Окрім потенційних клієнтів тату-студії, проєкт також орієнтований на людей, які цікавляться сучасним мистецтвом, відеоартом та експериментальною візуальною культурою. Завдяки поєднанню

реальної зйомки, анімації та художнього монтажу ролик виходить за межі стандартної реклами та наближається до формату короткого арт-відео.

Також важливим аспектом є емоційний вплив контенту. Сучасна аудиторія часто сприймає рекламні відео не через пряме інформування, а через атмосферу та емоції. Саме тому у проєкті велика увага приділяється світлу, кольору, ритму монтажу, музиці та деталям кадру. Це допомагає сформувати більш глибоке візуальне враження та зробити бренд більш впізнаваним.

Таким чином, цільова аудиторія проєкту -це люди, які:

- цікавляться татуюванням та сучасною тату-культурою
- активно користуються соціальними мережами
- звертають увагу на візуальну естетику контенту
- цінують творчий та нестандартний підхід
- сприймають татуювання як форму мистецтва та самовираження

Висновок: У першому розділі було проведено аналіз сучасних аналогів рекламного відеоконтенту у сфері тату-індустрії, а також визначено основні підходи до створення візуальних матеріалів у даній сфері. Було встановлено, що більшість існуючих рекламних роликів орієнтовані на демонстрацію процесу нанесення татуювання, однак часто не мають вираженої художньої концепції.

Також було розглянуто різні типи відеоконтенту — від документального до більш креативного та експериментального. На основі аналізу визначено сучасні тенденції, серед яких поєднання реклами та відеоарту, акцент на атмосфері, емоційній складовій та візуальній естетиці.

Окремо було визначено цільову аудиторію проєкту, яка складається з молодих людей, що активно користуються соціальними мережами та

сприймають татуювання як форму самовираження та мистецтва.

РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТНО-ТВОРЧА ЧАСТИНА

2.1 Логлайн

У центрі сюжету- чорна крапля чорнила, яка символізує творчу енергію та оживляє процес створення татуювання, перетворюючи звичайну роботу майстра на мистецький перформанс.

2.2 Синопис

Рекламний ролик починається з появи чорної краплі чорнила у темному просторі. Вона рухається кадром, створюючи атмосферу загадковості та творчості. Поступово крапля приводить глядача до тату майстра, який розпочинає роботу над татуюванням.

У процесі відео чорнило ніби «оживляє» елементи татуювання, а сама реклама переходить із документального формату у більш художній та атмосферний відеоарт. Через монтаж, анімацію та світло створюється відчуття, що татуювання має власний характер та енергію.

Фінальна сцена демонструє готову роботу та атмосферу тату простору wul.tattoo, підкреслюючи ідею того, що татуювання- це не просто малюнок, а форма мистецтва та самовираження.

2.3 Сценарний план

Експозиція: Чорний екран. Чутно звук тату-машинки.

З темряви поступово з'являється приміщення, у якому тату-майстер завершує татуювання на собі.

Камера повільно показує деталі робочого місця: фарби, машинку, рукавички, серветки. Майстер встає та виходить з кадру.

Зав'язка: Камера залишається на робочому столі.

На серветці або поверхні видно маленьку краплю чорнила.

Крапля поступово оживає, починає рухатися, розглядає себе та залишає маленькі сліди.

Розвиток дії: Крапля помічає тату майстра і починає за ним підглядати. Вона підбігає до свіжого татуювання і торкається його. Зображення на шкірі оживає: лінії починають рухатися, персонажі ніби набувають життя.

Кульмінація: Майстер прибирає робоче місце та приймає нового клієнта. Починається робота над новим контурним татуюванням.

Крапля знову втручається торкається тату і створює тіні та переходи, ніби допомагає завершити роботу.

Майстер помічає дивні чорні сліди і насторожується.

Розв'язка: Майстер намагається зрозуміти, звідки з'явилися сліди, але нікого не бачить.

Крапля перелякано тікає від камери, залишаючи чорнильний слід.

Слід поступово перетворюється на назву або логотип.

2.4 Монтаж та постпродакшен

Монтаж та постпродакшен є одним із ключових етапів створення рекламного відеоролика, оскільки саме на цьому етапі формується фінальний візуальний ритм, атмосфера та емоційне сприйняття проєкту. У даній роботі монтаж виконує не лише технічну функцію об'єднання кадрів, але й виступає інструментом художнього вираження, що дозволяє перетворити набір відзнятого матеріалу на цілісний аудіовізуальний твір.

Основною задачею монтажу у проєкті є створення динамічного, але водночас атмосферного відеоряду, який відповідає концепції «оживаючої чорної краплі». Саме через монтаж відбувається поєднання реальної зйомки тату-процесу з елементами анімації, що формує ефект переходу між реальністю та художнім світом.

На початковому етапі постпродакшену здійснюється відбір відзнятого матеріалу. Відбираються найбільш вдалі кадри з точки зору композиції, освітлення, емоційної виразності та технічної якості. Особлива увага приділяється крупним планам, деталям шкіри, інструментам та рухам майстра, оскільки саме ці елементи створюють відчуття занурення у процес татуювання.

Далі формується монтажна структура відео. Вона будується за принципом наростання динаміки: від повільного, атмосферного вступу до більш насичених та ритмічних сцен у кульмінаційній частині. Така структура дозволяє поступово залучати глядача у візуальний простір ролика та утримувати його увагу.

Важливу роль у монтажі відіграє ритм. У проєкті використовується чергування повільних кадрів з короткими динамічними вставками, що відповідає сучасним тенденціям digital-контенту для соціальних мереж. Такий підхід дозволяє адаптувати відео під платформу TikTok

та Instagram, де швидкість сприйняття інформації є критично важливою.

Окремим етапом постпродакшну є робота з кольором. Колористичне рішення базується на темній палітрі з високим рівнем контрасту, що підкреслює атмосферу тату-культури. Чорний колір використовується як основний художній акцент, оскільки він асоціюється з чорнилом, тілом та процесом створення татуювання. Додатково застосовується корекція світла для створення глибини кадру та виділення ключових об'єктів у сцені.

Наступним етапом є інтеграція візуальних ефектів та анімації. У проєкті використовується ефект «оживлення» чорної краплі, яка взаємодіє з простором кадру та символічно впливає на процес створення татуювання. Анімаційні елементи накладаються поверх реальної зйомки, що створює ефект поєднання фізичного та художнього виміру.

Також застосовуються базові постпродакшн-ефекти, такі як:

м'які переходи між сценами;

speed ramping (зміна швидкості руху);

легкий film grain для створення кінематографічного ефекту;

затемнення та світлові акценти;

розмиття для підсилення фокусу уваги.

Звуковий дизайн є невід'ємною частиною монтажного процесу. У відео використовується поєднання ambient-музики та реальних звуків тату-процесу (звук машинки, дотиків, навколишнього простору). Музичний супровід синхронізується з монтажем, що дозволяє підсилити емоційний вплив на глядача та створити цілісну аудіовізуальну атмосферу.

Фінальним етапом постпродакшну є рендеринг та оптимізація відео під різні платформи. Окремо готується версія для соціальних мереж із врахуванням вертикального формату та короткої тривалості перегляду.

Таким чином, монтаж та постпродакшн у даному проєкті виступають не лише технічним етапом, а й повноцінним інструментом художнього вираження, який дозволяє об'єднати всі елементи роботи в єдину візуальну концепцію та підкреслити ідею перетворення татуювання на мистецтво.

2.5 Розкадровка

В розділах в додатков.

Висновок: У другому розділі було розроблено основні творчі елементи проєкту, включаючи логлайн, синопсис, сценарний план та структуру монтажу. Було сформовано загальну сюжетну лінію, яка базується на художньому образі «оживаючої чорної краплі чорнила», що символізує творчість та процес створення татуювання.

Також було визначено послідовність сцен, розвиток драматургії та принципи побудови візуального ритму відео. Особлива увага приділялася поєднанню реальної зйомки з елементами анімації та створенню цілісного художнього простору.

У результаті був сформований структурований сценарій рекламного ролика, який враховує специфіку сучасних соціальних платформ та забезпечує динамічне і водночас атмосферне сприйняття відео.

РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТУ

3.1 Обґрунтування творчого задуму

Основою творчого задуму стало бажання створити рекламу, яка буде відрізнятися від типових відео у сфері тату-індустрії. Більшість сучасних роликів мають схожу структуру та показують лише процес роботи майстра. Через це значна частина такого контенту втрачає індивідуальність і швидко забувається.

У своєму проєкті я прагну зробити акцент саме на художній складовій. Для мене важливо було передати атмосферу творчості, емоцій та певної містики, яка часто асоціюється з татуюванням.

Образ чорної краплі став центральним елементом роботи, оскільки саме чорнило є основою будь-якого татуювання. У проєкті крапля виступає не просто візуальним ефектом, а окремим символом творчої енергії, яка оживляє мистецтво.

3.2 Художня форма подачі

Проєкт виконаний у форматі рекламного арт-відео з використанням елементів анімації та кінематографічного монтажу. Основна увага приділяється атмосфері кадру, композиції, світлу та деталям процесу нанесення татуювання.

Для створення необхідного настрою використовуються темні відтінки, контрастне освітлення та крупні плани деталей. Візуальна подача поєднує реалістичну зйомку з абстрактними образами чорнила та руху.

Таке рішення допомагає зробити рекламу більш емоційною та художньою, а також адаптувати її до сучасного формату контенту для соціальних мереж і не тільки.

3.3 Дизайн-пропозиція

Візуальний стиль проєкту базується на поєднанні мінімалізму, темної естетики та елементів відеоарту. Основними кольорами є чорний, білий та сірі відтінки, що асоціюються з татуюванням, чорнилом та графікою.

У кадрі планується використання:

- контрастного освітлення;
- динамічного монтажу;
- текстур чорнила;
- анімаційних вставок;
- крупних планів деталей роботи майстра.

Також важливою частиною дизайну є створення цілісної атмосфери, яка буде асоціюватися з автором wul.tattoo та підкреслювати його творчий стиль.

3.4 Стильові та жанрові особливості

Проект поєднує у собі риси рекламного ролика, відео арт та короткої візуальної історії. Основний жанровий акцент зроблений на атмосферності та емоційному сприйнятті.

Стиль відео наближений до сучасного digital-контенту для платформ TikTok та Instagram або YouTube, де важливу роль відіграє швидкий монтаж, візуальна динаміка та нестандартна подача матеріалу.

Також у проєкті використовуються елементи експериментального відео, зокрема анімація, абстрактні переходи та художня робота зі світлом.

3.5 Вибір музичного супроводу та обґрунтування

Музичний супровід у проєкті виконує важливу атмосферну функцію. Для відео планується використання сучасної електронної або ambient-музики з темним та емоційним звучанням.

Обраний стиль музики допомагає підкреслити загадкову атмосферу ролика та підтримує візуальний ритм монтажу. Також музика створює необхідний емоційний стан для глядача та допомагає краще передати ідею «живого мистецтва».

Особлива увага приділяється синхронізації музики з монтажем та анімаційними елементами для створення цілісного аудіовізуального образу.

3.6 Розкриття передумов практичної реалізації проєктного рішення

Для реалізації проєкту необхідне поєднання відеозйомки, монтажу та анімації. Основою практичної частини є створення короткого рекламного ролика для соціальних мереж.

Під час роботи планується використання камер різних моделей для досягнення більш живого та атмосферного зображення. Також значна увага приділяється композиції кадру, освітленню та деталям процесу нанесення татуювання.

Монтаж відео включатиме використання анімаційних ефектів, переходів та роботи з кольором. Це допоможе створити візуальну цілісність проєкту та підкреслити його художню концепцію.

Окремим етапом є адаптація відео під формати TikTok та Instagram, оскільки саме ці платформи є основним середовищем для поширення сучасного рекламного контенту у сфері тату-індустрії.

3.7 Текстова та графічна частини ролику

Текстова частина проєкту будується за принципом мінімалізму, оскільки основний акцент у ролику робиться саме на візуальному образі та атмосфері. У відео планується використання коротких текстових вставок або слоганів, які допоможуть підкреслити головну ідею проєкту та підтримати емоційне сприйняття глядача.

Основна увага приділяється не великій кількості тексту, а його візуальному поєднанню з кадром, музикою та монтажем. Текстові елементи можуть з'являтися у моменти переходів або кульмінаційних сцен, створюючи додатковий акцент на атмосфері ролика.

Графічна частина проєкту складається з:

- анімації чорнила;
- візуальних ефектів;
- роботи зі світлом;
- художніх переходів;
- покадрової анімації;
- стилізованих написів.

Важливим елементом є образ чорної краплі, яка виступає основним графічним символом проєкту та об'єднує всі сцени між собою. Через анімацію крапля ніби взаємодіє з простором та «оживляє» татуювання.

Також у ролику використовуються крупні плани деталей процесу татуювання, текстури шкіри, чорнила та обладнання. Це допомагає зробити відео більш атмосферним та підкреслити естетику тату культури.

Завдяки поєднанню графічних елементів, монтажу та реальної зйомки формується цілісний художній стиль проєкту, орієнтований на сучасний digital-контент.

Висновки: У третьому розділі було розглянуто художню та практичну складову проєкту рекламного ролика для тату-простору wul.tattoo. Було визначено основну творчу концепцію, особливості візуальної подачі та стилістичне рішення відео. Основою проєкту стало поєднання реальної відеозйомки, анімації та елементів відеоарту, що дозволяє створити більш емоційний та атмосферний рекламний контент. Особлива увага приділяється образу чорної краплі чорнила, яка виступає символом творчості та оживлення мистецтва татуювання.

Також у розділі було обґрунтовано вибір музичного супроводу, художньої форми подачі та графічних елементів. Важливу роль у проєкті відіграє адаптація відео до сучасних соціальних платформ, зокрема Instagram та TikTok, де візуальна складова має особливе значення.

Отже, запропоноване проєктне рішення дозволяє не лише прорекламувати послуги тату-майстра, а й сформувати цілісний художній образ бренду, який буде запам'ятовуватися аудиторії та викликати емоційний відгук.

ВИСНОВКИ

У ході виконання кваліфікаційної роботи було розроблено концепцію рекламного відеоролика для тату-простору, який поєднує в собі елементи відео арт та сучасної реклами. Основною ідеєю проєкту стало створення емоційного та візуально виразного контенту, який передає атмосферу творчості та процес перетворення татуювання на мистецтво.

Під час роботи було проведено аналіз сучасних аналогів у сфері тату-реклами, на основі якого визначено основні тенденції розвитку даного напрямку. Було встановлено, що сучасний рекламний контент все частіше орієнтується не лише на демонстрацію послуги, а й на створення художнього образу та емоційного сприйняття.

Також було розроблено сценарну частину проєкту, включаючи логлайн, синопсис та сценарний план. Це дозволило сформулювати чітку структуру відеоролика та визначити основні етапи розвитку сюжету. Центральним художнім образом проєкту стала чорна крапля чорнила, яка символізує творчу енергію та процес оживлення татуювання.

У процесі реалізації проєкту було визначено основні візуальні рішення, включаючи монтаж, роботу з кольором, світлом та анімаційними елементами. Особлива увага була приділена поєднанню реальної зйомки та графічних ефектів, що дозволило створити більш художній та виразний відео контент.

Окремо було враховано специфіку сучасних соціальних платформ, таких як Instagram та TikTok, для яких важливими є динаміка, короткий формат та сильна візуальна складова.

Таким чином, у результаті виконання роботи було створено цілісний рекламний відео проєкт, який поєднує в собі художню, емоційну та

практичну складові, а також демонструє можливість використання відео арт у сучасній рекламній індустрії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

Літературні джерела

Matt Lodder — *Forever: The New Tattoo*. Gestalten, 2012.

<https://youtu.be/l9TdIpj1EpU?si=HGv57sDQC-4D9dpM>

Marisa Kakoulas — *Black Tattoo Art: Modern Expressions of the Tribal*.
Edition Reuss, 2009.

<https://youtu.be/G9jxUD2Lv6Q?si=SLXi7Q3LmSaY8oQw>

Matt Lodder — *Tattoos: The Untold History of a Modern Art*. Yale
University Press, 2024.

<https://youtu.be/dRXnLnm9vNg?si=jhPKZ39ZjZPxqpq9>

Psychology Today — Tattoos and Identity

<https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-mind-of-a-collector/202403/collecting-identity-tattoos-as-art>

National Geographic — History of Tattoos

<https://www.nationalgeographic.com/history/article/tattoos-mummies-ancient-cultures-symbols-meaning>

Tattoo Age

<https://youtu.be/BICPGK8ezjg?si=oaqabol90xWfYRKk>

ДОДАТКИ

Додаток А: Аналоги та прототипи

Рис. 1 Мудборд 1

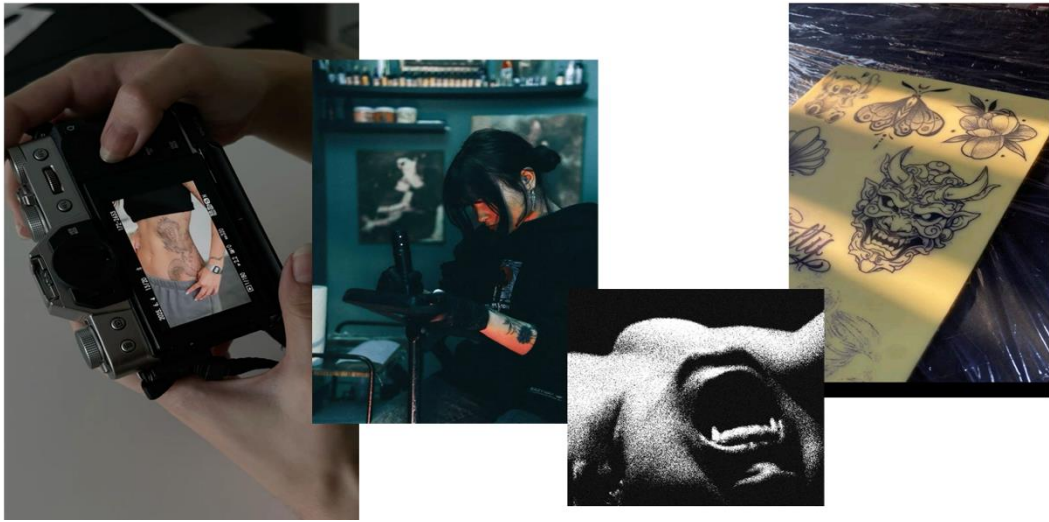
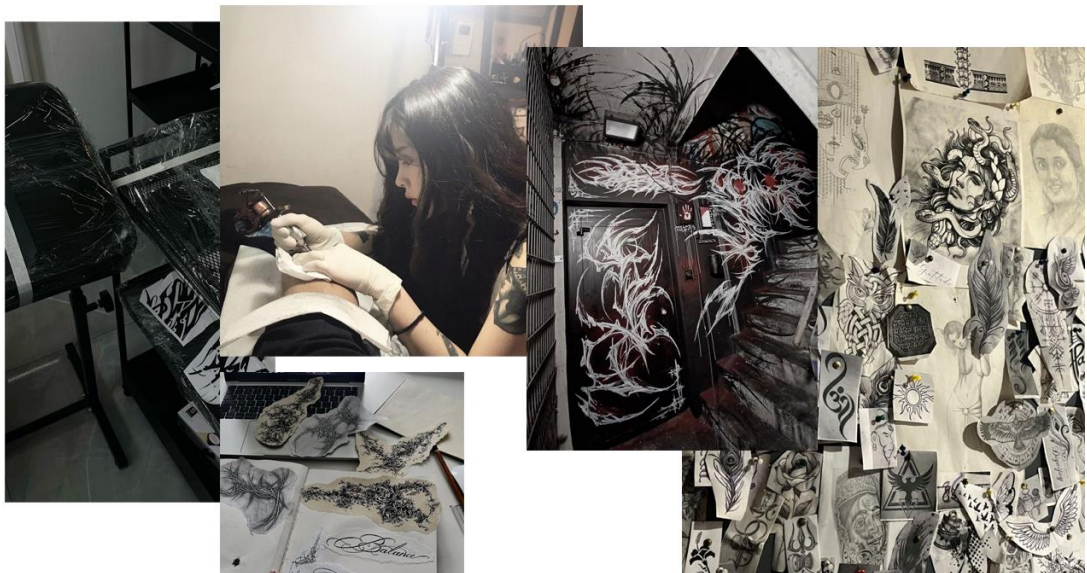


Рис. 2 Мудборд 2



Додаток Б: Пошукові рішення

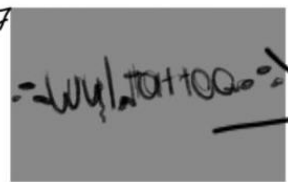
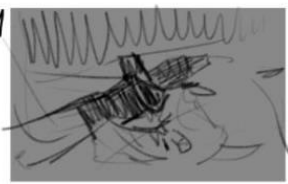
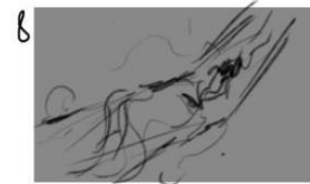
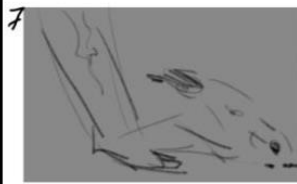
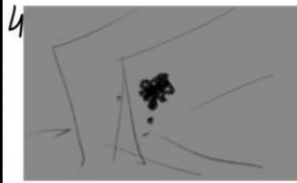
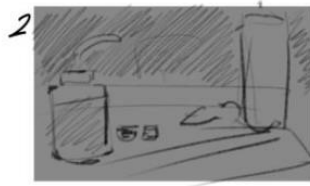


Табл. 1. Етапи роботи над проєктом
Додаток В

№	Період	Етап роботи	Зміст
1	Листопад	Експериментально-знімальний етап	Здійснено зйомку процесу створення тату. Зафіксовано кадри “до/після”, процес роботи з клієнтом та деталізацію. Проведено експерименти з атмосферою кадру та стилями обробки. Виконано перші спроби анімаційних вставок.
2	Січень	Передвиробничий етап	Сформовано концепцію великого тату-проєкту (рука). Визначено структуру відеоряду: процес фріхенд, деталізація, набивання та фінальний результат.
			Розроблено додаткові сценічні
			рішення та монтажну логіку.

№	Період	Етап роботи	Зміст
3	Березень	Етап розробки анімації	Розпочато активну роботу над покадровою анімацією. Відбувався пошук стилістичного рішення та візуальної мови проєкту. Вирішувалися труднощі між первинним задумом та результатом. Анімація частково інтегрувалася у відеоматеріал.
4	Квітень	Монтажно-знімальний етап	Проведено додаткові зйомки. Розпочато формування чернового монтажу. Тестувалися переходи, ритм та візуальні ефекти. Використовувався авторський реквізит для підсилення художньої атмосфери відео.
5	Травень	Постпродакшн (фінальний етап)	Завершено монтаж відео. Виконано кольорокорекцію, накладання ефектів та титрів. Опрацьовано звуковий супровід і музичний ряд. Проведено фінальне узгодження всіх компонентів проєкту.

Табл. 2. Календарно-постановочний план

Етап	Епізоди	Зміст
Зав'язка	Листопад – Січень	Вступ у тему проєкту, формування концепції, перші зйомки та експерименти
Розвиток дії	Березень – Квітень	Розвиток анімації та відеоряду, формування стилю, розширення візуальної мови
Кульмінація	Квітень – Травень	Найінтенсивніша робота з монтажем, ефектами та звуковим супроводом

Етап	Епізоди	Зміст
Розв'язка	Травень	Фіналізація проєкту, кольорокорекція, звук, титри та завершення