

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ
Факультет аудіовізуального мистецтва та медіатехнологій

Худошина Віра Євгенівна

**АУДІОВІЗУАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ
БЕЗБАР'ЄРНОГО ПРОСТОРУ**

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня першого (бакалаврського) рівня
зі спеціальності 021 Аудіовізуальне мистецтво та виробництво
ОПП «Продюсування та арткураторство»

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

_____Худошина В. Є.

Керівник: Курінна Ганна Вікторівна,

доцент, кандидат мистецтвознавства

Харків 2026

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ІДЕЙНО-ТЕМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОЄКТУ ТА ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ	9
1.1. Проблема: Аналіз сучасного мистецького інклюзованого контенту в контексті соціально-військових потреб	9
1.2. Ідея проєкту: Обґрунтування «Візуального перекладу» як нової техніки створення аудіовізуального твору	10
1.3. Теоретична база створення контенту: Огляд нейролінгвістики жестової мови та світових практик "доступності як перформансу"	11
1.4. Сценарне бачення проєкту: Методологія створення візуальної оповіді пісень	12
1.4.1. Обґрунтування ізоморфізму: Зв'язок музичних елементів та кінематографічних засобів	13
1.4.2. Роль атмосфери (світло, колір, мізансцена) у візуальному кодуванні емоційного змісту	14
Висновки до першого розділу	18
РОЗДІЛ 2. ПРОДЮСЕРСЬКА ІДЕЯ	19
2.1. Теоретична система-макет «Візуального перекладу»	19
2.1.1. Алгоритм створення відео-перекладу: Покрокова інструкція підготовки кіноматеріалу.	19
2.1.2. Специфіка роботи з жестовою мовою у кадрі	20
2.2.1. Аналіз проєктної теорії і практики та узагальнення предмета дослідження	22
2.2.2. Опис команди, яка втілює проєкт	24

2.2.3. Календарно-постановчий план втілення проєкту	28
2.2.4. Бюджет проєкту	31
2.2.5. Концепція просування проєкту (піар та постпродакшн)	33
Висновки до другого розділу	36
ВИСНОВОК	38
1. Теоретичне та практичне обґрунтування отриманих результатів: Узагальнення ключових висновків Розділу 1.	38
2. Відповідність меті та завданням: Демонстрація того, що розроблена стратегія вирішує проблему бар'єрності.	38
3. Перспективи та рекомендації щодо подальшої реалізації: Деталізація плану впровадження та використання терміна «Візуальний переклад» в культурному просторі України.	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	40
ДОДАТКИ	42

ВСТУП

За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, до початку повномасштабного вторгнення понад 2 мільйони осіб в Україні мали проблеми зі слуховим апаратом (близько 3% від загальної кількості населення). З огляду на чисельність поранених цивільних осіб, що постраждали через бойові дії (27 863 чол. станом на 30 листопада 2024 року), також правдивим є припущення щодо зростання кількості слабочуючих людей. Волонтерські організації стверджують, що близько 60% військовослужбовців, що отримали мінно-вибухові травми, мають різні ступені глухоти.

На даний момент в Україні існують тільки окремі ініціативи, спрямовані на забезпечення доступного мистецького контенту для населення із порушенням слуху, такі як блогери-перекладачі УМЖ (Української мови жестів) у соціальних мережах і Театр міміки та жесту “Райдуга”.

Фонд “Відродження” проводив дослідження щодо дотримання культурних прав людей з інвалідністю в Україні, включаючи осіб з порушеннями слуху. Результати показали, що доступ до культурного продукту для цієї групи є обмеженим, і необхідні подальші зусилля для покращення ситуації.

У нашій країні відсутні спеціалізовані інституції, які б системно виробляли та досліджували мистецькі одиниці із орієнтацією на візуальне сприйняття слабчуючого населення. За відсутності доступного інклюзованого мистецтва та його розвитку слабчуючі також є обмежені і в самостійних творчо-реалізаційних процесах, які мають бути розвинені та доступні. Культурно-мистецьке сповнення є одним із інструментів підтримки миру та душевного спокою людини, і як зазначають терапевти,

психологи та психіатри, мистецтво сприяє розвитку та підтримці морально-психічного стану.

За даними та відгуками від слабочуючих, головною проблемою бар'єрності у сфері виразного перекладу є відсутність кваліфікованих жестових інтерпритаторів та низький рівень організації подібних процесів, які здебільшого ініціюються молоддю неофіційно. Створення офіційного сектору дослідження аудіовізуального мистецтва, спрямованого на вироблення мистецького контенту для населення із порушенням слухового апарату, допоможе процесу підвищення рівня культурної активності, комунікації та доступності.

Мета – розроблення стратегії створення та актуалізування інклюзованого мистецького контенту для людей з порушенням слуху задля подолання бар'єрності в мистецькій реалізації.

Завдання проєкту:

- Актуалізувати питання особливого підходу при створенні мистецького контенту базуючись на потребі споживача із порушенням слуху.
- Виявити закономірності використання впливу візуальних прийомів кінематографа на глядача за умови ідейної складової тексту та аудіального супроводу.
- Дослідити тенденцію відтворення атмосфери музичних кліпів відповідно до звукового та ліричного контексту.
- Запропонувати універсальну методологію для складання патернів візуального перекладу.
- Розробити короткий план-стратегію теоретично-практичного втілення проєкту «Візуальний переклад».
- Сформулювати поняття технології візуального перекладу пісень та довести спроможність її існування.

- Заохотити людей із порушенням слуху до власної мистецької реалізації у напрямку відео та кіномистецтва.

Об'єкт дослідження – Аудіовізуальний контент / маловивченість та практична відсутність професійного контенту для інклюзивної аудиторії.

Предмет дослідження – Аудіовізуальний твір для інклюзивної аудиторії – його технічні складові та особливості створення.

Ідея – сприяти розвитку безбар'єрного контенту як творів аудіовізуального мистецтва, що мають свою унікальну технологію створення, враховуючи специфіку аудиторії та методів роботи над такими аудіовізуальними творами.

Цільова аудиторія:

Проект орієнтований на багат шарову аудиторію, враховуючи як безпосередніх споживачів контенту, так і творців культурного продукту:

- Люди з повним або частковим порушенням слуху: понад 2 мільйони осіб в Україні (станом на період до 2022 року), а також особи, що втратили слух внаслідок бойових дій.
- Військовослужбовці та ветерани: близько 60% бійців із мінно-вибуховими травмами мають різні ступені глухоти та потребують адаптованого мистецького контенту для реабілітації.
- Професійна спільнота: режисери, кліпмейкери, продюсери та перекладачі жестової мови, які прагнуть створювати та актуалізувати безбар'єрний, інноваційний продукт.
- Студенти та дослідники: молодь, що ініціює неофіційні проекти з перекладу мови жестів та потребує теоретичної бази й алгоритмів роботи.

Практичне значення:

Результати даного дослідження мають потенціал безпосереднього прикладного застосування у сфері медіавиробництва:

- Методологічна база: розробка покрокового алгоритму створення «візуального перекладу», що поєднує школу кінематографії базуючись на лінгвістичному процесі кодування-/декодування інформації із жестовою мовою.
- Психологічна підтримка: використання інклюзованого мистецтва як інструменту підтримки морально-психічного стану людей (в більшості із порушенням слухового апарату).
- Культурна трансформація: введення та юридичне обґрунтування терміна «візуальний переклад» як самостійного напрямку мистецтва в Україні.
- Інституційне впровадження: обґрунтування створення спеціалізованого сектору дослідження аудіовізуального мистецтва для розвитку спроможності провадження інклюзивного контенту.

Кваліфікаційна робота містить вступну частину, два основні розділи з проміжними підсумками, загальні висновки, перелік використаних джерел та додатки. Загальний обсяг основного тексту налічує 40 сторінок. У додатках робота включає візуальні матеріали, схему-макет календарно-постановчого плану а також бюджетний план.

У вступі визначено актуальність теми, мету, ключові завдання, об'єкт, предмет і цільову аудиторію проєкту. Перший розділ присвячено ідейно-тематичному аналізу: тут обґрунтовується концепція «Візуального перекладу» як інноваційної техніки, а також розглядається теоретичне підґрунтя, зокрема нейролінгвістика жестової мови та принципи

кінематографічного ізоморфізму. Другий розділ фокусується на продюсерській складовій, деталізуючи алгоритм створення відео-перекладу та специфіку роботи мультифахової команди. Також він містить календарний план, кошторис проєкту та комплексну стратегію просування (PR і постпродакшн). Висновки узагальнюють результати теоретичних і практичних напрацювань, надаючи рекомендації щодо впровадження формату «Візуальний переклад» в український культурний простір.

Під час написання бакалаврської роботи технології штучного інтелекту залучалися винятково як допоміжний інструментарій. Зокрема, сервіс Gemini застосовувався для пошуку супутньої інформації, а неймережа Nano Banana – для генерації візуальних додатків. Використання ШІ мало суто прикладне спрямування і не стосувалося створення основного тексту: робота ґрунтується на власних дослідженнях, а розроблена методологія аудіовізуальної оповіді та продюсерська стратегія є цілком результатом особистої інтелектуальної та творчої праці авторки.

Основні положення та результати кваліфікаційної роботи пройшли успішну наукову апробацію. Тези з описом актуальності дослідження були опубліковані за підсумками участі у II Міжнародній науково-практичній конференції «Аудіовізуальне мистецтво та медіатехнології: сучасні тенденції та перспективи розвитку». Крім того, підсумкова дослідницька сумаризація з матеріалів кваліфікаційної роботи була опублікована в рамках участі у III Міжнародній науково-практичній конференції «Аудіовізуальне мистецтво та медіатехнології: сучасні тенденції та перспективи розвитку».

Зважаючи на обсяг наданого матеріалу та потенціал запропонованої теми – проєкт має перспективи на подальше дослідження автора в магістратурі.

РОЗДІЛ 1. ІДЕЙНО-ТЕМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОЄКТУ ТА ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ

1.1. Проблема: Аналіз сучасного мистецького інклюзованого контенту в контексті соціально-військових потреб

Сьогодні в Україні спостерігається критичний розрив між потребами населення та наявним культурним продуктом в наслідок тривалих бойових дій на території України. За даними ВООЗ та волонтерських організацій, кількість людей із порушеннями слуху стрімко зростає через повномасштабне вторгнення. Соціально-військовий контекст диктує нові вимоги: близько 60% поранених військових із мінно-вибуховими травмами стикаються з глухотою, що робить проблему доступності мистецтва питанням не лише естетики, а й соціальної реабілітації.

Попри наявність окремих ініціатив (блогерів-перекладачів чи театру «Райдуга»), системний підхід до актуалізації візуального мистецького контенту залишається відсутній. Відсутність інституційної та наукової бази підтверджується незначною кількістю відповідних фахових публікацій на цю тему у відкритих міжнародних реєстрах, таких як DOAJ (Directory of Open Access Journals) [6]. Основні бар'єри включають:

1. Недостатня обізнаність середньостатистичного населення України щодо актуальності вивчення Української мови жестів.
2. Дефіцит професійних кадрів: брак кваліфікованих жестових інтерпретаторів, здатних працювати саме в мистецькій площині.
3. Відсутність інституційної бази: в Україні немає організацій, які б системно досліджували та виробляли аудіовізуальний контент для слабочуючих.

4. Обмеженість самореалізації: люди з порушеннями слуху позбавлені не лише доступу до значної частини мистецтва, а й інструментів для розвитку власної творчості.

1.2. Ідея проєкту: Обґрунтування «Візуального перекладу» як нової техніки створення аудіовізуального твору

Проект пропонує вихід за межі стандартного сурдоперекладу (який часто сприймається як технічне доповнення в кутку екрана політичних новин), а саме – створення візуального перекладу як повноцінного аудіовізуального напрямку.

Ідея полягає в дослідженні та есенціалізації ізоморфізму – органічному поєднанні музичних елементів та кінематографічних засобів. «Візуальний переклад» має на меті не просто передачу змісту слів, а відтворення атмосфери та емоційного навантаження твору через:

- Світлову партитуру та колір: кодування емоційного фону пісні через візуальні кольорово-світлові контрасти.
- Динаміку монтажу: узгодження темпоритму відеоряду з ритмікою музики та її характером.
- Мізансцену: використання простору кадру для посилення виразності сприйняття візуальної інформації.

Це перетворює інклюзивний контент на самостійну унікальну техніку, цікаву як для людей із порушенням слуху, так і для широкого загалу глядачів через свою новизну та нестандартний підхід творчої реалізації контенту. Такий підхід може бути імплементований у різних жанрах, починаючи від музичних кліпів, закінчуючи адаптацією популярних анімаційних франшиз (до прикладу, проєкт Disney Animation's 'Songs in Sign Language' [7]), які потребують глибокого візуально-емоційного відгуку.

1.3. Теоретична база створення контенту: Огляд нейролінгвістики жестової мови та світових практик "доступності як перформансу"

Теоретичний фундамент проєкту базується на міждисциплінарному підході, що поєднує нейронауку та мистецтвознавство в контексті аудіовізуального мистецтва:

- **Нейролінгвістичний аспект:** Дослідження *Human Brain Mapping* (2021) [1] доводять, що мозок обробляє жестову мову в тих самих мовних центрах, що й звукову, але використовує при цьому розгалужену мережу візуального сприйняття. Це підтверджує, що візуально насичений контент може бути повноцінним еквівалентом аудіального досвіду.
- **Доступність як перформанс:** Концепція А. Тарантіні (2023) [3] пропонує розглядати інклюзію як частину художньої форми. Перекладач у кадрі стає актором, а його рухи – частиною хореографії, що стирає межу між «допоміжним засобом» та «мистецтвом».
- **Візуальна оповідь (Songs for Hands):** А. Малер (2013) описує методологію «пісень для рук», де жест розглядається як музичний інструмент. У контексті проєкту це доповнюється специфікою кадрування: забезпеченням максимальної «читабельності» жестів згідно з вимогами нейролінгвістики [4].
- **Світовий досвід:** Використання прикладів квебекської жестової мови у графічних новелах та інших медіаформах, що було досліджено В. Ледук [2], підтверджує життєздатність трансформації жестових мов у цифрові мистецькі об'єкти.

Даною інформацією доведено фундаментальну можливість використання візуального сприйняття як перформативного засобу передачі

емоційного контексту та обробки інформації на основі біологічних та мистецьких досліджень.

1.4. Сценарне бачення проєкту: Методологія створення візуальної оповіді пісень

Сценарне бачення проєкту «Візуальний переклад» базується на розумінні сучасного аудіовізуального мистецтва як синтезу, де звук і зображення утворюють єдину когнітивну реальність. У контексті створення контенту для людей із порушенням слуху де візуальний ряд перебирає на себе функцію головного наратора. Робота над візуальним перекладом вимагає досконалих навичок з драматургії та сценарної майстерності [11]. Це дозволить правильно визначити потрібні інструменти для успішного перенесення смислового навантаження спираючись на унікальність продукту для слабчущих.

Запропонована методологія є результатом власного дослідження, адже не існує науково затверджених висновків щодо розробки контенту даного типу у сфері аудіовізуального мистецтва.

Методологія створення оповіді включає:

- Відхід від ілюстративності: Візуальне рішення не повинно просто дублювати текст пісні; воно має еволюціонувати до самостійної наративної форми впливу на емоції глядача.
- Трансформація абстракції: Методологія передбачає перетворення абстрактних відчуттів, закладених у музиці, на цілісну візуальну оповідь через грамотне застосування кінематографічних технік.
- Активна роль атмосфери: Візуальна атмосфера проєкту виступає не пасивним тлом, а активним інструментом, що самостійно транслює ліричний сюжет.

- Кодування інформації: Створення спеціально сконструйованого візуального середовища, яке допомагає глядачеві декодувати емоційну та смислову інформацію твору без опори на звук.

У даному підрозділі доведено важливість створення спеціальної технології створення даного типу контенту через виокремлення особливостей роботи над транслюванням аудіального навантаження через візуальне.

1.4.1. Обґрунтування ізоморфізму: Зв'язок музичних елементів та кінематографічних засобів

Ефективність «Візуального перекладу» критично залежить від розуміння ізоморфізму – структурної відповідності між музичними елементами та їхнім візуальним втіленням. Це дозволяє глядачеві «бачити» музику через фізично відчутні образи.

Ключові параметри відповідності:

- **Ритм та динаміка монтажу:** Структурна залежність візуального ряду від темпоритму пісні. Зростання інструментальної напруги повинно супроводжуватися підвищенням частоти монтажних склейок та активністю операторських рухів.
- **Операторська пластика:** Використання ракурсів та «обльотів» камери для візуалізації музичного темпоритму, що створює у глядача відчуття присутності або напруги, аналогічне аудіальному сприйняттю.
- **Візуальні акценти (VFX):** Використання цифрових ефектів (наприклад, глітч або розмиття) як прямої метафори музичних акцентів – сильних долей барабанів або специфічних гітарних рифів. Це перегукується із принципами кінетичної типографіки, де текст та графіка змушують зображення "рухатися емоційно", безпосередньо

впливаючи на підсвідомість глядача [10]. Важливість такого візуального кодування підтверджують і сучасні світові ініціативи Голлівуду, зокрема система титрування «Caption with Intention» від Американської кіноакадемії [8, 9], яка доводить, що навіть текст та допоміжні елементи здатні передавати тонкий психологічний та емоційний заряд. Це дозволяє транслювати ідею твору (наприклад, стан дезорієнтації) на сенсорному рівні. Використання цифрових ефектів (VFX) виступає прямою метафорою музичних акцентів.

- **Жестова мова + пластика:** Пріоритетне використання навичок акторської майстерності перекладачів у кадрі є важливим рушієм перекладацького процесу залучення глядача. Виразність та емоційна комунікація створюють простір для реалізації передачі спрямованого контекстного навантаження.

Таким чином доведено, що активне включення вище наведених відповідностей у розробку спеціалізованого контенту уможливило передачу контекстного навантаження через елементи ізоморфізму складових аудіовізуального твору.

1.4.2. Роль атмосфери (світло, колір, мізансцена) у візуальному кодуванні емоційного змісту

Поєднання різних видів мистецтва народжує нові форми сприйняття інформації. Сучасне аудіовізуальне мистецтво, зокрема музичні кліпи, є яскравим прикладом такого синтезу, де звук і зображення утворюють єдину когнітивну та сенсорну реальність. Історично, якщо в епоху німого кіно візуальний ряд потребував аудіального супроводу, то сьогодні музичний твір часто немислимий без свого візуального двійника.

Музичні кліпи еволюціонували від простої ілюстрації пісні до самостійних наративних форм. Їх ключовими рисами є висока динаміка монтажу та структурна залежність від ритму й форми пісні. Проте, при

грамотному застосуванні кінематографічних технік, абстрактні відчуття, закладені в музиці, перетворюються на цілісну візуальну оповідь.

Візуальна атмосфера музичного кліпу вже є активним наративним інструментом який творці використовують у створенні відеоряду. Вона має потенціал самостійно транслювати його, формуючи у глядача глибоке емоційне та смислове сприйняття твору.

Атмосфера – це цілеспрямовано створений конструкт, що сприяє сенсорному та емоційному відгуку глядача і допомагає декодувати закладену в творі інформацію. Як зазначається у дослідженнях візуальної культури, саме візуальна складова є тим ключовим медіумом, який диктує глядачеві правила сприйняття інформації [12]. Ефективність атмосфери напрямку залежить від ізоморфізму. Розглянемо цю відповідність на конкретних прикладах.

1. Мізансцена

Твір: Kirk Franklin – “Love Theory”

- Музична характеристика: Енергійний госпел із потужним хоровим співом, що виражає піднесення та колективну радість.
- Аналіз відповідності: Глибина мізансцени досягається через масову хореографію. Танцюристи, що символізують хор у свідомості героя, візуально втілюють колективний дух і ритмічну структуру хорового співу. Енергійність їхніх рухів безпосередньо відповідає піднесеності жанру. Наративна функція: мізансцена транслює ідею внутрішньої духовної радості як спільного, всеохопного досвіду.

2. Колір та освітлення

Твір: Бумбокс – “Живий”

- Музична характеристика: Лірична композиція про ветерана що вертається до мирного життя який думками живе на фронті, сповнюючись ностальгією через приховану іронію.
- Аналіз відповідності: Тепле, м'яке світло заходу сонця супроводжує сцени повернення героя додому, візуально передаючи зовнішній спокій та затишок. У кульмінаційний момент, на словах "Місячне сяйво...", світло стає холодним і мрійливим. Цей контраст, посилений кадром, де герой одягає військовий шолом, викриває іронію: мрія про спокій насправді є романтизацією військового досвіду. Наративна функція: Колір та світло візуалізують конфлікт як наслідок досвіду героя, протиставляючи зовнішню реальність і травматичне минуле.

Твір: Jerry Heil – “LOVE ME HARD”

- Музична характеристика: Експериментальна поп-музика з містичним, об'ємним звучанням, що переходить у музичний саспенс у бріджі.
- Аналіз відповідності: До бріджу використовуються м'яке, "заливне" церковне освітлення та світлі тони, що відповідає глибині та ліричності музики. У момент музичного саспенсу, підкресленого звучанням струнних інструментів, відбувається різкий візуальний перехід: світлу кімнату змінює темне приміщення з низьким ключем освітлення та контрастним світлом свічок. Наративна функція: Зміна світлової схеми не просто ілюструє, а активно створює відчуття напруги та відчуття темного романсу, що готує глядача до емоційної кульмінації.

3. Операторська динаміка

Твір: PVRIS – “Old Wounds”

- Музична характеристика: Dark electro-pop балада, де мінімалістичний біт і приглушена електроніка створюють простір для внутрішньої

драми. Ліричний зміст передається через поєднання тиші, холодної текстури й інтимного вокалу.

- Аналіз відповідності: За динамікою нарощування інструментальної складової слідує зростання ритміки та частоти монтажних склейок, а також активність операторського «обльоту» навколо героїв. Додавання інструментів та музичних акцентів, виокремлених паузами, відповідає зростанню частоти кадрів, урізноманітненню покадрових масштабів та зростанню динаміки зйомки. Наративна функція: Динаміка камери та монтажу перетворює музичний ритм на фізичне відчуття руху та внутрішньої драми для глядача.

4. Візуальні ефекти

Твір: Nothing But Thieves – “Is Everybody Going Crazy?”

- Музична характеристика: Альтернативний рок-трек із потужним гітарним рифом та текстом про психічну перевтому і дезорієнтацію.
- Аналіз відповідності: Комп'ютерні ефекти, такі як глітч (цифровий збій) та розмиття, синхронізовані з музичними акцентами (сильними долями барабанів) та ритмікою електрогітари. Різка зміна кольорів через кольорокорекцію підсилює відчуття хаосу. Наративна функція: VFX є прямою візуальною метафорою психічної дезорієнтації та напруги, про яку йдеться у тексті. Вони не прикрашають, а транслиують головну ідею треку на сенсорному рівні.

Візуальна атмосфера в музичному кліпі виконує роль активного наративного агента. Аналіз ключових кінематографічних інструментів: мізансцени, кольору та освітлення, операторської динаміки та візуальних ефектів – демонструє їхню здатність візуально кодувати музичну структуру, емоційний тон та ліричний зміст твору.

Візуальні рішення не просто ілюструють музику, а інтерпретують її: передають психологічний стан персонажів (Бумбокс), створюють саспенс (Jerry Heil), втілюють колективні емоції (Kirk Franklin) та переводять абстрактні ідеї у фізично відчутні образи (Nothing But Thieves).

Таким чином, доведено, що атмосфера здатна не лише доповнювати ліричний сюжет, а й самостійно транслювати його ключові ідеї та емоційні стани. Це перетворює музичний кліп на складну, самодостатню форму аудіовізуального мистецтва, де візуальна оповідь має рівнозначну вагу з музичною композицією.

Висновки до першого розділу

На сьогоднішній день існує достатньо матеріалів та ресурсів для створення нової ланки адаптивного аудіовізуального мистецтва. Соціальні показники підкреслюють важливість підстав для створення контенту, для якого не існує збірної інформації та інструкції втілення у життя. В даному розділі доведено логічність та послідовність системи як спеціальної технології створення аудіовізуальних творів, що є універсальною теоретичною базою для створення безбар'єрного контенту.

РОЗДІЛ 2. ПРОДЮСЕРСЬКА ІДЕЯ

2.1. Теоретична система-макет «Візуального перекладу»

Теоретична система-макет «Візуального перекладу» розглядається не як механічне дублювання аудіосигналу, а як створення паралельної візуальної реальності, де кожен художній засіб кінематографа стає еквівалентом музичної одиниці. Система базується на принципі, що музичний твір є сукупністю ритму, емоції та наративу, які можуть бути повністю рекодовані через зоровий канал сприйняття. Історія повинна бути трансформована у зрозумілу візуальну метафору, щоб аудиторія змогла її «почути» через правильні канали [13].

2.1.1. Алгоритм створення відео-перекладу: Покрокова інструкція підготовки кіноматеріалу.

Незважаючи на аспект творчого напрямку – створення інклюзивного контенту нового типу потребує чіткої послідовності дій у структурі пропонованого формату, де кожен етап інтегрує висновки щодо побудови атмосфери, адже саме через створення послідовності дослідження аудіоматеріалу – візуальний переклад зароджується як стабільний самостійний напрямок що має прогресію розвитку:

1. Аналітичний етап (Деконструкція твору):

- Вибір композиції з високим рівнем «ізоморфного потенціалу» – чіткою ритмічною структурою та вираженим емоційним вектором сенсової та сценарної динаміки.
- Виокремлення ключових музичних акцентів: пауз, кульмінацій, змін тембру та набору інструментів (наприклад, перехід від лірики до саспенсу, як у роботі Jerry Heil).

2. Драматургічне планування (Візуальна оповідь):

- Трансформація ліричного сюжету у візуальну метафору. Наративна функція переходить від слів до «активного наративного агента» – атмосфери.
- Розробка сценарію мізансцен, що символічно відображають дух пісні (наприклад, масовість для госпелу або камерність для драми).

3. Етап світло-колірного кодування:

- Формування колірної палітри, що відповідає тональності музики та її прогресії. На прикладі Boombox – теплі тони для ностальгії, холодні та низький ключ освітлення – для підкреслення психологічного конфлікту або тривоги.
- Планування світлових переходів синхронно з музичними секторами для створення відчуття фізичної присутності у звуковому просторі.

4. Виробничий етап (Динаміка та пластика):

- Синхронізація операторської роботи з темпоритмом. Частота монтажних склейок та інтенсивність руху камери повинні прямо залежати від щільності інструментальної складової.
- Впровадження VFX як візуальних метафор аудіальних ефектів та штучної підтримки досконалої інтерпритації.

5. Фінальний монтаж та інтеграція:

- Перевірка «читабельності» емоційного змісту без звукового супроводу. Якщо атмосфера кадру самостійно транслює ідею, проєкт вважається успішним.

2.1.2. Специфіка роботи з жестовою мовою у кадрі

Робота з Українською мовою жестів (УМЖ) у межах «Візуального перекладу» вимагає відходу від формату «вікна в кутку екрана» на користь концепції «доступності як перформансу».

1. Вимоги до перекладача як до актора:

- Перекладач стає центральним елементом мізансцени, виконуючи роль не лише ретранслятора тексту, а й провідника емоційного стану.
- Артикуляція та міміка розглядаються як граматичні маркери, що згідно з нейролінгвістичними дослідженнями, активують ті ж зони мозку, що й мовленнєвий центр.

2. Кадрування та операторська робота для максимальної читабельності:

- «Простір жесту»: Оператор повинен забезпечити вільний простір навколо верхньої частини тулуба перекладача, щоб не обрізати амплітуду рухів рук, оскільки це порушує цілісність сприйняття «мови без мовлення».
- Глибина різкості: Використання оптимальної глибини різкості, щоб і обличчя, і кисті рук залишалися в зоні фокусу. Втрата фокусу на руках унеможлиблює декодування інформації слабчуючими глядачами (але також може використовуватися як інструмент у доречному контексті).
- Ракурс: Переважно – анфас або легкий три чверті поворот. Різкі ракурси знизу або зверху викривляють траєкторію жестів, роблячи їх нечитабельними.

3. Світлові акценти та фон:

- Контрастність: Руки перекладача повинні бути чітко відокремлені від фону за допомогою контурного світла та доречного одягу перекладача.
- Візуальний шум: Фон має бути лаконічним, щоб не створювати когнітивного перевантаження там де воно не є потрібним. Нейролінгвістичний аспект підказує, що мозок слабчуючої людини

витрачає значний ресурс на візуальний аналіз, тому зайві деталі в кадрі розпорошують увагу.

4. Нейролінгвістичне обґрунтування:

- Оскільки обробка жестової мови залучає візуально-просторові ресурси мозку, «Візуальний переклад» має забезпечувати стабільність візуального сигналу. Будь-яка технічна помилка (недостатнє світло, занадто швидкий монтаж на важливому жесті) сприймається мозком як обрив речення в усній мові.

Важливість збереження цього невербального контексту активно висвітлюється у фахових журналах із дослідження жестової мови, таких як *Sign Language Studies* [5].

2.2.1. Аналіз проєктної теорії і практики та узагальнення предмета дослідження

Висновки першого розділу переконливо свідчать про наявність критичного та системного розриву між об'єктивним соціальним запитом та фактичною пропозицією на ринку аудіовізуальних послуг України. Враховуючи безпрецедентний соціально-військовий контекст, потреба в адаптованому культурному продукті виходить за межі питань естетики, набуваючи статусу нагальної соціальної реабілітації.

Попри статистику, традиційна українська практика адаптації медіаконтенту зводиться переважно до суто технічного, утилітарного сурдоперекладу. Цей формат, який зазвичай реалізується у вигляді невеликого «вікна в кутку екрана», цілком ігнорує художню, ритмічну та емоційну складові музичного чи кінематографічного твору, залишаючи слабчущого глядача поза межами повноцінного естетичного переживання. Предметом нашого дослідження в контексті розробки продюсерського планування виступає аудіовізуальний твір нового формату

для інклюзивної аудиторії, а саме пілотний музичний кліп, створений за інноваційною технологією «Візуального перекладу». Ця розробка концептуально спирається на міжнародні дослідження, зокрема роботи А. Тарантіні, які пропонують розглядати доступність не як допоміжну функцію, а як повноцінний мистецький перформанс («Accessibility as Performance») [3], де перекладач інтегрується у художню тканину твору.

З точки зору сучасного проєктного менеджменту, такий продукт має чітко відповідати критеріям інноваційності, високої соціальної значущості та потенційної масштабованості. Саме ці характеристики роблять його ідеальним кандидатом для залучення фінансування через грантові програми, спрямовані на розбудову безбар'єрного суспільства. Наприклад, програма Українського культурного фонду «Стійкість суспільства через культуру» (ЛОТ 2 «Безбар'єрне суспільство») прямо артикулює підтримку проєктів, що сприяють інтеграції маломобільних груп та людей з інвалідністю в культурне життя, пропонуючи фінансування до одного мільйона гривень. Відповідно, уся архітектура нашого проєкту вибудовується навколо вимог подібних фондів, що вимагає бездоганного фінансового планування та прозорості звітності.

Практична реалізація концепції «Візуального перекладу» фундаментально базується на принципі кінематографічного ізоморфізму. Узагальнення отриманих теоретичних результатів дозволяє стверджувати, що візуальне середовище музичного кліпу повинно конструюватися з ювелірним урахуванням нейролінгвістичних особливостей сприйняття української жестової мови (УМЖ). Світові дослідження, зокрема дані метааналізу «Human Brain Mapping», доводять, що людський мозок обробляє візуально-просторову інформацію жестів у тих самих нейронних центрах, що й звукову мову [1]. Отже, будь-який візуальний шум, неправильно обраний ракурс камери, занадто різка монтажна склейка на

півслові або втрата фокуса на кистях рук сприймається реципієнтом з порушенням слуху як некомфортний сигнал, аналогічний раптовому обриву речення або сильним радіоперешкодам в усному мовленні.

Таким чином, продюсерська стратегія має інтегрувати ці техніко-естетичні та медичні вимоги на кожному етапі виробничого планування задля кращого результату взаємодії із глядачем. Це означає необхідність залучення вузькопрофільних спеціалістів з інклюзії, оренду якісного освітлювального та знімального обладнання для забезпечення реальної можливості досягти відповідних візуальних вимог. Крім того, це вимагає закладання додаткового часу на етапі постпродакшну для здійснення фінальної синхронізації візуального ритму з музичним матеріалом.

Підсумовуючи аналіз проєктної теорії та практики, необхідно зазначити, що успішна реалізація інклюзивного музичного кліпу є неможливою без органічної інтеграції мистецтвознавчих, нейробіологічних та класичних менеджерських підходів. Предмет нашого дослідження затверджує необхідність переходу від стандартних конвеєрних виробничих схем до глибоко спеціалізованих алгоритмів. У цій системі продюсер виступає як головний методологічний гарант дотримання концепції «доступності як перформансу». Узагальнені результати переконливо вказують на те, що створення такого продукту має величезний потенціал не лише для задоволення базових культурних потреб людей з порушенням слуху, але й для формування абсолютно нового, високохудожнього та конкурентоздатного сегмента на ринку креативних індустрій України, здатного залучати інвестиції та міжнародні гранти.

2.2.2. Опис команди, яка втілює проєкт

Головна ідея проєкту залучає мультифаховий контекст виконання задач. Успіх проєкту зі створення інклюзивного аудіовізуального продукту, який претендує на статус інноваційного мистецького твору, безпосередньо

залежить від доречно відібраних спеціалістів різних напрямків із відповідним досвідом роботи. Від професійності та залученості кожного учасника залежить продуктивність та синергія всередині команди. Враховуючи високу специфічність технології «Візуального перекладу», штатно-посадова структура нашого проєкту виходить за межі традиційного складу кінознімального майданчика, органічно залучаючи до творчого та виробничого процесу експертів з інклюзії, нейролінгвістики та спеціального супроводу. Для забезпечення належної відповідності грантовим вимогам щодо інституційної та організаційної спроможності, команда формується переможно з фахівців, які мають підтверджений успішний досвід у своїх вузьких нішах.

Головним стратегом та візіонером виступає Продюсер проєкту. Ця посада передбачає значну відповідальність за загальну координацію виробничого механізму, суворий контроль за дотриманням затверджених бюджетних рамок, управління кризовими ризиками та постійну, прозору комунікацію з грантодавцями та інвесторами. Саме в зоні відповідальності продюсера знаходиться завдання балансування: він має забезпечити старт художнім амбіціям режисерської групи так, щоб це не суперечило соціальній місії проєкту та не виходило за межі жорстких фінансових обмежень грантової програми. Йому безпосередньо підпорядковується Помічник продюсера (Project Manager), який виконує функцію операційного ядра команди. Помічник бере на себе щоденні логістичні завдання, координацію щільних графіків, забезпечення оренди специфічних локацій та техніки, а також веде рутинний, документальний супровід усього виробничого циклу. Також Бухгалтер, чия професійна участь є імперативною вимогою для забезпечення ідеально прозорої фінансової звітності перед державними чи міжнародними фондами, а також Юрист. Останній забезпечує безпечне правове поле проєкту: укладання складних

договорів про передачу інтелектуальних та авторських прав на музичні твори, контракти із підрядниками та паперове дотримання норм трудового законодавства під час зйомок (трудові договори та ін.).

Творче обличчя та концептуальне мистецьке бачення проєкту формує Режисер-постановник. Його завдання полягає не в банальній візуалізації тексту пісні рухомими картинками, а у створенні глибокої паралельної візуальної реальності. У цій реальності кожен художній засіб – від кута нахилу камери до швидкості об'єктиву – стає прямим еквівалентом музичної одиниці, що є практичною реалізацією принципу ізоморфізму. Режисер має діяти у нерозривній тісній зв'язці з Доцентом аудіовізуальних наук (який виконує роль наукового та інклюзивного консультанта). Консультант забезпечує наукову валідацію всіх застосованих методів візуального кодування емоційного змісту та безперервно стежить за дотриманням нейролінгвістичних параметрів «читабельності» розкадровки та вихідних кадрів, щоб уникнути когнітивного перевантаження глядача.

Абсолютно ключовою фігурою в кадрі, навколо якої будується весь наратив, є Перекладач жестової мови (Актор). У новітній парадигмі «Візуального перекладу» ця посада зазнає відповідної трансформації. Фахівець зобов'язаний володіти не лише перекладацькою лексикою та розумінням української мови жестів (УМЖ), але й демонструвати високий рівень акторської драматичної майстерності, тілесної пластики та вродженим почуттям музичного ритму. Він виступає головним провідником емоційного стану твору, чия тонка артикуляція та міміка обличчя виступають не лише граматичними, але й потужними художніми маркерами. Актор має задачу не тільки виступати у кадрі, але й створювати сам переклад працюючи із Режисером задля гармонійної адаптації візуального сюжету. За правильне візуальне позиціонування цього актора у просторі відповідають Стилист-костюмер та Візажист-гример. Їхня робота –

підбирати тканини, фасони та макіяж із суворим урахуванням технічних вимог до контрастності визначеного репертуару.

Практична реалізація візуальної атмосфери повністю лягає на плечі Оператора-постановника. Відповідно до чітких вимог розробленої технології, оператор має задачу вибудовувати композицію кожного кадру таким специфічним чином, щоб гарантовано зберігати заплановані розкадровки Режисера-постановника. Також оператор має задачу контролювати збірні процеси на знімальному майданчику. Робота зі складними світловими контрастами, що кодують загальний настрій пісні філігранно забезпечується Оператором світла. На майданчику також невідривно працюють Звукорежисер (для забезпечення безперебійного плейбеку та синхронізації на майданчику), Технік (відповідальний за стабілізацію кадру та технічною справністю використовуваної техніки) та Декоратор, який конструює заздалегідь визначений фон.

На етапі постпродакшну ключову роль переймають Головний монтажер та Моушен-дизайнер / VFX-спеціаліст. Вони відповідають за доречну синхронізацію темпоритму відеоряду з ритмікою музики, а також за створення цифрових ефектів, які слугують прямими візуальними метафорами аудіальних акцентів. Просуванням готового інноваційного продукту опікується SMM-менеджер / PR-фахівець, який розробляє довгостроковий контент-план, веде переговори зі стратегічними партнерами та профільними засобами масової інформації, а також налаштовує алгоритми таргетованої реклами. В його команді також залученим є Контентмейкер, який збирає візуальний матеріал та формує остаточне поширення та технічне просування в соціальних мережах відповідно до стратегії SMM-менеджера. Додатково залучаються Дизайнер (для створення інклюзивних афіш та презентацій), Водій (для перевезення

апаратури), Сценарист презентаційного заходу та Координатор презентації, які забезпечують проведення бездоганного фінального офлайн-івенту.

Детальний опис команди наочно доводить, що формування робочого колективу для створення інклюзивного аудіовізуального контенту вимагає гібридного підходу. У цій моделі класичні, усталені кінематографічні професії обов'язково доповнюються глибокою експертизою у сфері соціальної доступності та нейролінгвістики. Кожен без винятку учасник виробничого процесу, від оператора фокуса до стиліста-костюмера, повинен досконало розуміти специфіку та фізіологію сприйняття візуальної інформації слабочуючою аудиторією. Саме така синергія вузькопрофільних медико-соціальних знань та високого творчого потенціалу забезпечує створення продукту, який бездоганно відповідає критеріям безбар'єрності, інноваційності та художньої цінності, що є абсолютно ключовим фактором для переконання грантових комісій та успішного залучення фінансування.

2.2.3. Календарно-постановчий план втілення проєкту

Календарно-постановчий план виступає базовим інструментом операційного управління проєктом, що директивно визначає хронологію, тривалість, залежність та послідовність виконання всіх робіт. Для створення пілотного музичного «Візуального альбому» (що складається із 7-10 пісень) з глибоко інтегрованою технологією «Візуального перекладу», який розробляється спеціально для подання на грантове фінансування, план концептуально розбивається на п'ять ключових фаз. Це: фаза грантової кампанії, фаза ініціації та масштабної підготовки (препродакшн), фаза виробництва (продакшн), фаза деталізованого монтажу (постпродакшн), а також фінальна фаза дистрибуції та обов'язкової звітності.

З огляду на унікальну специфіку інклюзивного контенту, етап препродакшну об'єктивно вимагає значно більше робочого часу та інтелектуальних ресурсів, ніж у будь-якому традиційному

відеовиробництва. Це зумовлено тим, що він включає складний науково-творчий етап деконструкції музичного твору та розробки сценарного бачення. На цьому етапі створюється так званий перекладацький сценарій, який узгоджується з режисером для уникнення грубих контекстуальних втрат. У розділі «Додатки» наведено розгорнуту універсальну схему-макет календарного плану для успішної реалізації одного комплексного музичного альбому (див. додаток таблиця 1).

Також важливо зазначити, що опція створення декількох кліпів із візуальним перекладом (складання «Візуального альбому») є більш вигідна за організацію створення окремих кліпів за один повний цикл виробництва. При розрахуванні такого сценарію, за новизни професійноорієнтованого контенту зберігається потреба у виділенні великого часу для розробки та планування усього продакшену. Окремим завданням є період зйомок як найшвидший етап створення продукту. З огляду на комплексні вимоги ідеї та можливі запити членів команди «Above the line» - середня тривалість зйомочного процесу однієї пісні має займати приблизно один робочий день. В той час як постпродакшен має отримати також відповідний запас часового ресурсу. Зважаючи на комплексність «Візуального альбому» логічним є висновок щодо вигіднішої перспективи залучення грошових та інших необхідних ресурсів із перспективою на виготовлення декількох «серій» продукту водночас.

Запропонована структурована п'ятифазна модель забезпечує логічний, безперервний рух від зародження ідеї до підписання фінального грантового звіту, мінімізуючи будь-які виробничі ризики та гарантуючи створення високоякісного безбар'єрного продукту точно у визначені договором терміни.

Відповідно до розробленого календарно-постановчого плану, загальний цикл реалізації проєкту розбито на п'ять послідовних фаз, що охоплюють приблизно передбачуваний період з липня по грудень 2026 року:

- **Фаза 1: Ініціація та грантова кампанія (липень – серпень).** На перших тижнях здійснюється пошук релевантних донорських програм, збір установчих документів та глибока розробка концепції. Готується пакет документів, що включає пітч-деки та деталізований кошторис. Завершується етап проходження експертних відборів і підписанням грантового договору.
- **Фаза 2: Препродакшн (серпень – вересень).** Робота розпочинається з аналітичного етапу: повної деконструкції творів, виокремлення аудіальних акцентів та створення ВРМ-карти. Наступні тижні присвячені формуванню команди й глибокому драматургічному плануванню, що включає створення режисерського сценарію, розкадровок та світло-колірної партитури. Після оренди локації та підготовки візуальних образів обов'язково проводиться репетиційний період для хореографічної синхронізації акторів з рухом камери.
- **Фаза 3: Продакшн (вересень – жовтень).** Інтенсивний знімальний етап, що стартує із заїзду на локацію, освоєння простору та налаштування кінотехніки. Після безпосереднього знімального процесу критичним кроком є резервне копіювання даних.
- **Фаза 4: Постпродакшн (жовтень).** Тижні активного монтажу починаються зі створення чорнової збірки (rough cut) за участю консультанта з УМЖ. Далі відбувається філігранна синхронізація операторської динаміки з монтажними склейками, інтеграція спеціалізованих VFX (моушен-дизайну) та кольорокорекція.

Завершується фаза закритим тестуванням продукту цільовою аудиторією.

- **Фаза 5: Дистрибуція, PR та звітність (жовтень – грудень).** Останні місяці відведені на масовану інформаційну кампанію, проведення фізичної офлайн-презентації та офіційний діджитал-реліз на стримінгових платформах із дотриманням вимог брендування. Завершальним кроком є підготовка та здача фінансової і змістовної звітності фонду-донору для офіційного закриття гранту.

2.2.4. Бюджет проєкту

Фінансове планування проєкту «Візуальний переклад» побудоване на основі принципів економічної реалістичності та відповідності актуальній ціновій політиці ринку креативних індустрій України станом на поточний (2026) рік. Розроблений кошторис орієнтований на покриття базових але необхідних вимог проєкту. Беручи у приклад офіційні умови програми «Стійкість суспільства через культуру» (ЛОТ 2 «Безбар'єрне суспільство»), гранична максимальна сума фінансування гранту становить рівно 1 000 000 гривень. Наведений нижче детальний кошторис (сумарно становить 1 026 893 грн) демонструє реальну загальну вартість високотехнологічного виробництва. Запланована невелика різниця у 26 893 грн покривається шляхом обов'язкового співфінансування (залучення власних коштів громадської організації або невеликих спонсорських внесків партнерів), що значно підвищує рівень довіри та загальну конкурентоздатність аплікаційної заявки в очах фінансових експертів фонду.

Масштабний кошторис логічно структуровано за п'ятьма основними статтями витрат, що повністю охоплюють увесь виробничий цикл створення пілотного «Візуального альбому» (у масштабі тестування системи для майбутнього перекладу циклу з десяти пісень, як зазначено у плані).

Усі наведені розрахунки здійснені у національній валюті України відповідно до середньоринкових показників (див. додаток таблиця 2).

Економічне та раціональне обґрунтування представленого бюджету категорично спирається на гостру необхідність забезпечення безкомпромісно високої якості візуального зображення. Наприклад, на перший погляд значні витрати на тривалу оренду студії (44 000 грн) та масиву професійного світлового обладнання (15 000 грн) прямо пояснюються технічною потребою вибудувати ідеально чистий, глибокий та абсолютно безшумний фон. Оператор повинен забезпечити ідеальне контурне освітлення актора, що вимагає розробки та імплементації специфічної, багатоджерельної світлової партитури. Витрати на створення інтегрованих візуальних ефектів (30 000 грн) та оплату праці висококваліфікованого режисера монтажу (66 000 грн) є не забаганкою, а стратегічною інвестицією у фундаментальну реалізацію концепції ізоморфізму, де точна динаміка кадру та візуальні збої фактично замінюють для реципієнта акустичний звуковий тиск.

Значна та частка бюджету очікувано припадає саме на оплату праці команди (близько 74%). Адміністративні витрати філігранно утримуються на мінімально необхідному для функціонування рівні (близько 6%), що є прямим свідченням високої ефективності фінансового менеджменту. Обов'язкове залучення до штату професійного юриста та сертифікованого бухгалтера надійно гарантує повну правову та фінансову відповідність використання виділених коштів чинному податковому законодавству України та суворим правилам фонду-грантодавця.

Деталізований бюджет проєкту логічно сформований з глибоким урахуванням усієї специфіки складного виробництва інклюзивного контенту. У цьому кошторисі кожна стаття витрат не існує окремо, а логічно підпорядкована єдиній меті – досягненню максимальної нейрофізіологічної

візуальної читабельності та високої художньої виразності кінцевого продукту. Представлений кошторис ідеально вписується в ліміти пріоритетних грантових програм національного рівня та наочно демонструє продуманий, збалансований підхід продюсера до розподілу ресурсів між технічним забезпеченням зйомок, справедливою оплатою праці інтелектуального активу команди та ефективними маркетинговими заходами, залишаючи при цьому простір для підсилення заявки через механізм співфінансування.

2.2.5. Концепція просування проєкту (піар та постпродакшн)

Сучасна стратегія просування масштабного проєкту «Візуальний переклад» нерозривно, на концептуальному рівні, пов'язана з етапами що сліднують після запуску роботи над проєктом. Це пояснюється тим, що просування ідеї може бути вже актуальним на час редагування фінального монтажу відповідно до планування контент стратегії.

Масштабна PR-стратегія та цільова дистрибуція: Комунікаційна стратегія нашого проєкту свідомо спирається на глибокий метричний підхід та агресивну багатоканальність, повною мірою використовуючи визнану маркетингову модель PESO (Paid, Earned, Shared, Owned media). Оскільки проєкт має на меті отримання стороннього фінансування, абсолютно обов'язковою є інтеграція брендингових гайдлайнів фінансового партнера у всі публічні комунікації та візуальні матеріали.

1. *Стратегічне позиціонування та ключові повідомлення:* Створений продукт свідомо позиціонується на ринку не як жалісливий «соціальний відеоролик про людей з інвалідністю», а як повноцінний твір сучасного медіамистецтва – «абсолютно нова техніка аудіовізуального мистецтва». Головний меседж нашої PR-кампанії: «Мистецтво без жодних бар'єрів: музика, яку можна побачити та відчувати». Таке потужне позиціонування допомагає ефективно зняти застарілу суспільну стигму з

«контенту для людей з інвалідністю» і швидко залучити широку аудиторію попкультури, якій завжди цікаві інноваційні форми мистецького перформансу (як це роблять українські артисти Alyona Alyona чи Jerry Heil у своїх ініціативах).

2. *Крос-секторальні партнерства та інфлюенс-маркетинг:* Стратегічним, вивіреним кроком є залучення до тісної співпраці авторитетних профільних громадських організацій. Наприклад, партнерство з ГО «Відчуй», яка має величезний, багаторічний досвід роботи зі спільнотою слабочуючих (автори проєктів «Зіркова абетка» та «Коли тиша заговорила») та володіє власними розгалуженими каналами комунікації, забезпечить проєкту колосальний рівень довіри. Крім того, проєкт планується інтенсивно просувати через залучення лідерів думок – популярних тікток-блогерів, які активно популяризують українську мову жестів серед молоді.

3. *Агресивний Social Media Marketing (SMM):* Контент-план SMM-відділу охоплює всі три життєві етапи: до зйомок, під час виробництва та після прем'єри.

- На етапі *пре-кампанії* SMM-менеджер системно публікує захопливі бекстейдж-відео (формати reels, TikTok), що наочно демонструють глядачам всю складність та унікальність процесу підготовки перекладача-актора (відпрацювання хореографії рук). Це створює потужну вірусну інтригу.
- На етапі *офіційного релізу* запускається потужна таргетована реклама у мережі Facebook (для охоплення старшої аудиторії, ветеранів та професійної спільноти) та в Instagram/TikTok (для залучення зумерів та молоді). Усі без винятку візуальні матеріали (рекламні постери, відео-тизери) обов'язково містять офіційний логотип спонсорів із

дотриманням правил «безпечних зон» та чіткий напис «Проект реалізовано за підтримки...».

4. *Фізична презентація та масштабний івент-менеджмент:* Абсолютною кульмінацією всієї піар-кампанії є проведення статусної офлайн-прем'єри. На подію офіційно запрошуються військовослужбовці, які проходять реабілітацію у шпиталях, авторитетні представники ком'юніті слабчущих, відомі культурні діячі та представники національної преси. Обране приміщення має відповідати чинним нормам архітектурної доступності та безпеки зважаючи на воєнний стан. Після перегляду кліпу обов'язково проводиться публічна дискусія із професійним записом для подальшого поширення у вигляді подкасту на стримінгових платформах. Цей фізичний захід генерує величезний обсяг *Earned media* (органічні публікації у ЗМІ, сюжети в національних теленовинах), що максимально сприяє поширенню ідеї інклюзії в широкому суспільстві. Схожі івенти (наприклад, ініціативи Paradox Public Relations, які виграли нагороди за просування українського мистецтва в кризу) доводять надвисоку ефективність такого підходу.

5. *Метрики ефективності та аналітика:* Оцінка реальної успішності та окупності проведеної PR-кампанії проводиться шляхом глибокого медіамоніторингу. Аналізуються органічне охоплення у соціальних мережах, кількість та тональність публікацій у пресі, кількість переглядів на YouTube, а також проводиться якісний аналіз зворотного зв'язку (за допомогою спеціальних електронних Google-форм, зібраних безпосередньо під час офлайн-заходу за QR-кодами на афішах). Ці дані формують основу фінального аналітичного звіту для інвесторів та фонду.

Розроблена концепція просування та постпродакшну є цілісною, замкненою та надзвичайно ефективною екосистемою, де глибокі технічні аспекти монтажу та психологічної кольорокорекції безпосередньо

формують та підсилюють маркетингову привабливість фінального продукту. Глибока, науково обґрунтована інтеграція візуальних ефектів та дотримання нейролінгвістичних вимог до читабельності у процесі постпродакшну робить створений продукт абсолютно унікальним та конкурентоздатним на українському ринку. Своєю чергою, агресивна PR-кампанія, що базується на стратегічних крос-секторальних партнерствах, високоточному таргетованому SMM та дотриманні комунікаційних стандартів грантодавця, гарантує безперебійне доставлення цього інноваційного, безбар'єрного мистецького твору до кінцевого споживача. Це не лише забезпечує успіх конкретного кліпу, але й потужно стимулює загальнонаціональний суспільний діалог про важливість та безальтернативність розвитку інклюзії в культурі в умовах повоєнного відновлення. Дані PR стратегії узагальнені та представлені в додатках (див. додаток таблиця 3).

Висновки до другого розділу

Продюсерський аналіз та практика втілення проєкту «Візуальний переклад» переконливо доводять життєздатність та гостру соціальну актуальність розробленої моделі створення інклюзивного контенту. Науково обґрунтована трансформація концепцій кінематографічного ізоморфізму та «доступності як перформансу» у конкретний виробничий план демонструє, що реальне подолання бар'єрності вимагає створення нової художньої форми, де інклюзія інтегрована безпосередньо в процес виробництва.

Успіх такої моделі базується на мультидисциплінарному підході до формування команди, де традиційні кінематографічні ролі підсилюються експертизою наукових консультантів та перекладачів-акторів. Ретельно розроблений п'ятифазний календарний план, що акцентує на подовженому етапі препродакшну та обов'язковому тестуванні змонтованого матеріалу,

дозволяє мінімізувати ризики та гарантувати відповідність продукту складним когнітивним потребам аудиторії із порушенням слуху.

Фінансове обґрунтування проєкту на суму 1 026 893 грн математично доводить його реалістичність та повну відповідність вимогам грантових програм національного рівня, зокрема Українського культурного фонду. При цьому стратегічний розподіл ресурсів на користь професійного світлотехнічного обладнання та висококваліфікованого інтелектуального активу команди забезпечує безкомпромісну якість фінального візуального ряду.

Нарешті, глибока синергія постпродакшну та багатоканальної PR-кампанії, що спирається на партнерства з громадськими організаціями та лідерами думок, формує надійний механізм масової доставки інноваційного продукту до реципієнта. Таким чином, представлена розробка є не просто теоретичним нарисом, а готовою до впровадження алгоритмізованою інструкцією, що має потенціал здійснити вагомий внесок у формування безбар'єрного культурного простору України.

ВИСНОВОК

1. Теоретичне та практичне обґрунтування отриманих результатів:

Узагальнення ключових висновків Розділу 1.

Проведене дослідження підтверджує, що в сучасних умовах України проблема створення безбар'єрного мистецького середовища набула особливої гостроти. Аналіз соціально-військового контексту свідчить про стрімке зростання кількості людей із порушеннями слуху, зокрема серед військовослужбовців та ветеранів, що постраждали внаслідок бойових дій. Теоретичне обґрунтування результатів роботи дозволило виявити критичний розрив між існуючими потребами суспільства та фактичною пропозицією на ринку аудіовізуальних послуг, де інклюзія зазвичай обмежується лише технічним сурдоперекладом. На противагу цьому, в роботі було есенційовано концепцію «візуального перекладу», яка спирається на принципи кінематографічного ізоморфізму та нейролінгвістичні дані про те, що мозок обробляє жестову мову в тих самих центрах, що й звукову. Таким чином, доведено, що атмосфера кадру – через світлову партитуру, колірне кодування та динаміку монтажу – здатна виступати активним наративним агентом, що повноцінно транслює емоційний та смисловий зміст твору без опори на звук.

2. Відповідність меті та завданням: Демонстрація того, що розроблена стратегія вирішує проблему бар'єрності.

Розроблена у межах дослідження стратегія повністю відповідає поставленій меті, пропонуючи універсальну методологію створення інклюзивного контенту нового типу. Запропонований підхід вирішує проблему бар'єрності не через додаткові технічні засоби, а шляхом інтеграції доступності безпосередньо у художню тканину аудіовізуального твору, де перекладач жестової мови стає центральним актором

перформансу. Створений покроковий алгоритм виробництва, що враховує специфіку кадрівання, «простір жесту» та нейрофізіологічну «читабельність» зображення, дозволяє мінімізувати когнітивне перевантаження глядача та забезпечує високу художню якість продукту. Деталізоване продюсерське планування, що включає календарний план та прозорий кошторис, математично підтверджує реалістичність втілення проєкту та його відповідність вимогам національних грантових програм.

3. Перспективи та рекомендації щодо подальшої реалізації:

Деталізація плану впровадження та використання терміна

«Візуальний переклад» в культурному просторі України.

Подальша реалізація проєкту має значні перспективи у культурному просторі України, зокрема через актуалізування та введення терміна «візуальний переклад» як інструменту в аудіовізуальному мистецтві. Рекомендується створення спеціалізованих інституційних секторів для дослідження та системного виробництва адаптивного контенту із залученням мультидисциплінарних команд, що об'єднують митців, нейролінгвістів та фахівців з інклюзії. Успішне просування таких ініціатив потребує агресивної PR-стратегії та стратегічних партнерств із профільними організаціями для зняття соціальної стигми з інклюзивного мистецтва. Це дозволить не лише задовольнити культурні та психологічні потреби людей із порушенням слуху, а й сформувати новий конкурентоздатний сегмент креативних індустрій, що сприятиме гуманістичному розвитку та повоєнному відновленню українського суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Trettenbrein P. C., Papitto G., Friederici A. D., Zaccarella E. Functional neuroanatomy of language without speech: An ALE meta-analysis of sign language. *Human Brain Mapping*. 2021. Vol. 42, No. 3. P. 699–712.
2. Leduc V. We're waving hands! Creating a graphic novel in Quebec Sign Language. *Public (Toronto)*. 2022. No. 64. P. 114–131.
3. Tarantini A. T. When Accessibility Becomes Performance. *Journal of Audiovisual Translation*. 2023. Vol. 6, No. 1. P. 138–156.
4. Maler A. Songs for Hands. *Music Theory Online*. 2013. Vol. 19, No. 2. URL: <https://mtosmt.org/issues/mto.13.19.2/mto.13.19.2.maler.html> (дата звернення: 29.04.2026).
5. Sign Language Studies. SAGE Journals. URL: <https://journals.sagepub.com/home/sls> (дата звернення: 29.04.2026).
6. DOAJ (Directory of Open Access Journals). URL: <https://doaj.org/> (дата звернення: 29.04.2026).
7. Disney Animation's 'Songs in Sign Language' to Debut April 27 on Disney+ – The Walt Disney Company. URL: <https://thewaltdisneycompany.com/news/songs-in-sign-language/> (дата звернення: 29.04.2026) The Academy of Motion Picture Arts and Sciences. Caption with Intention: a new design system for closed captions. *Hollywood Reporter*. Los Angeles, 2024. Vol. 12. P. 45–48.
8. Caption with Intention – The Academy of Motion Picture Arts and Sciences, FCB Chicago. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uEieMdqAcsQ> (дата звернення: 29.04.2026).
9. Kinetic Typography: Making Text Move Emotionally. Explanimate Blog. URL: <https://explanimate.com.au/play/kinetic-typography-making-text-move-emotionally> (дата звернення: 29.04.2026).

10. Курінна Г.В. (2013). *Сценарна майстерність на телебаченні*. Драматургія Х.: ХДАК, 189 с.
11. Бойлен А. (2021). *Візуальна культура*. / Пер. з англ. Г. Левів. К.: Видавництво ArtHuss, 206 с.
12. Міллер Д. (2022). *Створи Story Brand. Розкажи історію бренду, і тебе почують* / Пер. з англ. В. Депенка. – Х.: Віват, 240 с.

ДОДАТКИ



Додаток 1: Згенерований III (Nano banana 2) приклад кадру з кліпу що входить у “Візуальний альбом”



Додаток 2: Згенерований III (Nano banana 2) приклад кадру з кліпу що входить у “Візуальний альбом”



Додаток 3: Згенерований III (Nano banana 2) приклад кадру з кліпу що входить у “Візуальний альбом”



Додаток 4: Згенерований III (Nano banana 2) приклад кадру з кліпу що входить у “Візуальний альбом”



*Додаток 5: Згенерований ШІ (Nano banana 2) приклад кадру з кліпу що
входить у “Візуальний альбом”*

Етап / Хронологія	Деталізована назва завдання (Дії)	Відповідальний виконавець	Очікуваний результат етапу
ФАЗА 1: Ініціація та грантова кампанія (Липень - Серпень 2026)	Пошук релевантних грантових програм. Збір та аудит установчих документів організації.	Продюсер, Юрист, Бухгалтер	Сформована верифікована база донорів.
	Глибока розробка концепції, підготовка презентаційних матеріалів, відбір творів, пітч-деків та розрахунок деталізованого кошторису.	Продюсер, Режисер	Готовий до подачі пакет грантових документів.
	Подання заявок, проходження етапів технічного та експертного відборів, укладання та підписання грантового договору.	Продюсер	Офіційне отримання грантового фінансування.

ФАЗА 2: Препродакшн (Серпень - Вересень 2026)	Аналітичний етап: повна деконструкція творів, виокремлення аудіальних акцентів, ритмічної структури та ВРМ-карти.	Режисер, Науковий консультант, Продюсер	Затверджений документ з аналізом "ізоморфного потенціалу".
	Кастинг перекладачів-акторів, фінальне затвердження знімальної групи, укладання трудових контрактів.	Продюсер, Помічник продюсера	Повністю сформована команда, підписані NDA та договори.
	Драматургічне планування: створення режисерського сценарію, покадрової розкадровки, світло- колірної партитури, перекладеного жестовою мовою матеріалу.	Режисер, Оператор, Оператор світла, Актори - перекладачі	Затверджений до виконання режисерський та перекладацький сценарій.

	Пошук та офіційна оренда локації, підбір костюмів, перевірка матеріалів та логістики.	Помічник продюсера, Стиліст, Декоратор	Заброньована студія, готові візуальні образи актора.
	Репетиційний період: відпрацювання жестів, пластики акторів, хореографічна синхронізація з рухом операторської камери.	Режисер, Актори - перекладачі, Оператор	Стовідсоткова готовність команди до знімального дня.
ФАЗА 3: Продакшн (Вересень – Жовтень 2026)	Заїзд на локацію, освоєння простору, монтаж декорацій, налаштування світлових схем та кінотехніки.	Технік, Оператор світла, Звукорежисер	Повністю готовий знімальний майданчик.
	Знімальний процес. Дотримання чіткозначених плануваль.	Вся знімальна група	Відзнятий високоякісний сирий відеоматеріал.

	Резервне копіювання масивів даних (DIT) на кілька жорстких дисків та паралельно у захищене хмарне сховище.	Технік, Продюсер	Абсолютно безпечне збереження вихідних файлів.
ФАЗА 4: Постпродакшн (Жовтень 2026)	Чорновий монтаж (відбір вдалих дублів за участю консультанта з УМЖ, складання базової лінії сюжету). Розробка VFX.	Режисер, Монтажер	Чорнова збірка (rough cut) відеокліпу.
	Синхронізація операторської динаміки та монтажних склейок. Збірний монтаж матеріалу.	Монтажер	Високодинамічний емоційний відеоряд.
	Впровадження спеціалізованого VFX (візуальних ефектів), інтеграція моушен-дизайну.	Моушен-дизайнер	Повністю інтегрована та відрендерена комп'ютерна графіка.

	Кольорокорекція.	Монтажер (або Колорист)	Фінальне, естетично довершене зображення.
	Закрите тестування цільовою аудиторією, внесення критичних правок.	Продюсер, Науковий консультант	Фінально затверджений майстер-файл проєкту.
ФАЗА 5: Дистрибуція, PR та Звітність (Жовтень – Грудень 2026)	Запуск масованої інформаційної кампанії, публікація тизерів, розсилка пресрелізів до профільних ЗМІ.	SMM-менеджер, Продюсер	Сформоване потужне медіаполе навколо проєкту.
	Організація фізичної презентації (оренда залу, розсилка запрошень, друк та розміщення інклюзивних афіш).	Координатор, Дизайнер	Проведений офлайн-захід для цільової аудиторії

	Офіційний діджитал-реліз кліпу на стримінгових платформах (YouTube) із дотриманням усіх вимог брендування грантодавців та спонсорів.	SMM-менеджер	Повна доступність продукту в глобальній мережі.
	Формування пакету документів, підготовка та фінальна здача фінансової та змістовної звітності фонду-донору.	Продюсер, Бухгалтер	Офіційне закриття грантового проєкту.

Додаток 6: Таблиця №1 “Календарний план” проєкту

Назва витрати/ресурсу	Од. виміру	Кількість за період реалізації проєкту			Ціна одиниці/м іс. день роботи/гонорар(грн)	Вартість за періодреалізації проєкту (грн)			Загальна вартість
		Підгот овка (с)	Втілен ня (в)	Презен тація (ж)		С	В	Ж	
1.1. Зарплата та разові виплати									
1. Продюсер	Люд/міс	1	1	1	40 000	40 000	40 000	40 000	120 000 грн
1. Помічник продюсера	Люд/міс	1	1	1	25 000	25 000	25 000	25 000	75 000 грн
1. SMM-менеджер	Люд/міс	1	1	1	25 000	25 000	25 000	25 000	75 000 грн
1. Режисер	Люд/гонор ар	1	1	0	50 000	50 000	50 000	0	100 000 грн
1. Перекладач жесстової мови (актор)	Люд/гонор ар	2	2	1	600	6 000	13 200	0	23 200 грн
1. Дизайнер	Люд/гонор ар	0	1	1	3 000	0	7 000	5 000	12 000 грн
1. Стилист-костюмер	Люд/гонор ар	1	1	0	3 000	3 000	30 000	0	33 000 грн

1. Візажист-гример	Люд/гонорар	0	1	0	1 000	0	10 000	0	10 000 грн
1. Доцент аудіовізуальних наук	Люд/гонорар	1	0	0	1 000	7 000	0	0	7 000 грн
1. Оператор	Люд/гонорар	0	3	2	800	0	24 000	1 600	25 600 грн
1. Звукорежисер	Люд/гонорар	0	0	1	1 000	0	0	1 000	1 000 грн
1. Технік	Люд/гонорар	0	2	1	700	0	14 000	700	14 700 грн
1. Оператор світла	Люд/гонорар	0	1	0	600	0	6 000	0	6 000 грн
1. Монтажер	Люд/гонорар	0	1	1	50 000	0	50 000	16 000	66 000 грн
1. Водій	Люд/міс	0	1	1	1 300	0	13 000	1 300	12 300 грн
1. Бухгалтер	Люд/міс	1	1	1	35 000	35 000	35 000	35 000	105 000 грн
1. Координатор презентації	Люд/гонорар	0	0	1	2 000	0	0	2 000	2 000 грн

1. Фотограф	Люд/гонорар	0	0	1	1 000	0	0	2 000	2 000 грн
1. Моушен-дизайнер	Люд/гонорар	0	1	0	30 000	0	0	30 000	30 000 грн
1. Сценарист презентаційного заходу	Люд/гонорар	0	0	1	2 000	0	0	2 000	2 000 грн
1. Декоратор	Люд/гонорар	0	2	0	1 500	0	30 000	0	30 000 грн
1. Юрист	Люд/гонорар	1	0	0	10 000	10 000	0	0	10 000 грн
Усього “Зарплата та разові виплати”: 761 800 грн									
1.2. Обладнання/матеріали									
1. Реквізит/декорації	Шт	0	10	0	3 000	0	30 000	0	30 000 грн
1. Костюми	Шт	0	20	0	1 000	0	20 000	0	20 000 грн
1. Камера	Шт	0	3	0	1000/день	0	30 000	0	30 000 грн

1. Об'єктив	Шт	0	3	0	600/день	0	18 000	0	18 000 грн
1. Світло	Шт	0	3	0	500/день	0	15 000	0	15 000 грн
1. Об'єктивні фільтри	Шт	0	4	0	200/день	0	800	0	8 000 грн
1. Стадікам	Шт	0	1	0	700/день	0	4 200	0	4 200 грн
1. Монітор	Шт	0	1	0	500/день	0	5 000	0	5 000 грн
1. Трипод	Шт	0	2 - 3	0	300/день	0	7 200	0	7 200 грн
1. Ноутбук	Шт	0	1	0	1 500/день	0	15 000	0	15 000 грн
1. Акумулятори	Шт	0	5	0	100/день	0	5 000	0	5 000 грн
1. Жорсткий диск	Шт	0	1	1	4 000	4 000	0	0	4 000 грн
1. Карта пам'яті (60Гб)	Шт	0	3	0	700/тиж	0	3 000	0	3 000

Усього “Обладнання/матеріали”: 164 400 грн

1.3. Транспортні видатки

1. Бензин	Літрів	0	7	1	56.60/л	0	396	57	453 грн
1. Оренда автомобіля	Доба	0	11	2	1 000	0	10 000	1 000	11 000 грн

Усього “Транспортні видатки”: 11 453 грн

1.4. Інші витрати

1. Кейтерінг	Люд/порція	0	12	0	150	0	19 800	0	19 800 грн
1. Друк плакатів	Шт	0	0	30	15	0	450	0	450 грн
1. Реклама соц мереж	Пост	0	3	5	1 000	0	3 000	5 000	8 000 грн
1. Друк планів	Шт	20	20	10	3	60	60	30	150 грн

Усього “Інші витрати”: 27 600 грн

1.5. Адміністративні видатки									
1. Оренда коворкінга для проведення співбесід	Година	4	0	0	1 000/годин а	4000	0	0	4 000 грн
1. Оренда залу для планування	Година	6	0	0	800/годин а	4 800	0	0	4 800 грн
1. Оренда студії для знімального процесу	День	0	11	0	1 000/годин а	0	44 000	0	44 000 грн
1. Оренда конференц залу	Година	0	0	4	1 500/годин а	0	0	6 000	6 000 грн
1. Оплата інтернет-сховища	Місяць	1	1	1	280/міс	280	280	280	840 грн
1. Оренда студії для інтерв'ю	День	0	0	2	1 000/годин а	0	0	2 000	2 000 грн
Усього “Адміністративні витрати”: 61 640 грн									
Загальний бюджет: 1 026 893 грн									

Додаток 7: Таблиця №2 “Кошторис” проєкту

Параметр стратегії	Концептуальний зміст та обґрунтування
Назва проєкту	«Візуальний переклад»
Роль у проєкті	Головний PR-менеджер проєкту
Стратегічне позиціонування	Нова унікальна техніка аудіовізуального мистецтва (свідоме уникнення стигми «жалісливого соціального контенту про людей з інвалідністю»). Орієнтація на широку аудиторію попкультури та інноваційні форми мистецтва.
Головний меседж (Key Message)	«Мистецтво без жодних бар'єрів: музика, яку можна побачити та відчувати»
Маркетингова модель	Комплексна модель PESO (Paid, Earned, Shared, Owned media) з агресивною багатоканальністю та глибоким метричним підходом.
Донорські зобов'язання (Брендинг)	Обов'язкова інтеграція брендингових гайдлайнів фінансового партнера / грантодавця у всі візуальні матеріали (дотримання «безпечних зон» логотипа, обов'язковий напис «Проект реалізовано за підтримки...»).
Крос-секторальні партнерства	Тісна колаборація з ГО «Відчуй» (використання їхнього багаторічного досвіду проєктів «Зіркова абетка» та «Коли тиша заговорила») для побудови високого рівня суспільної довіри.

Бенчмарки та бенчмаркінг	Досвід українських артистів Alyona Alyona та Jerry Heil у популяризації інклюзивного контенту; комунікаційні кейси агенції Paradox Public Relations щодо ефективного кризового просування мистецтва.
--------------------------	--

Етап проєкту	Напрямок стратегії	Конкретна активність / Захід	Канал (PES)	Цільова аудиторія (ЦА)
Пре-кампанія & Виробництво	SMM & Вірусний маркетинг	Системна публікація бекстейдж-відео (Reels, TikTok) із демонстрацією хореографії рук актора-перекладача.	Shared, Owned	Молодь, зумери, поціновувачі сучасного медіамистецтва
Пре-кампанія & Виробництво	Крос-секторальні партнерства	Укладання офіційного партнерства з ГО «Відчуй» та інтеграція в їхні комунікаційні канали.	Earned, Shared	Спільнота слабочуючих, широка громадськість
Пре-кампанія & Виробництво	Інфлюєнс-маркетинг	Залучення популярних TikTok-блогерів для популяризації проєкту та української мови жестів.	Shared, Earned	Зумери, активна молодь соцмереж
Офіційний реліз & Прем'єра	Таргетована реклама (Paid)	Запуск масштабних рекламних кампаній у мережі Facebook.	Paid	Старша аудиторія, ветерани, професійна та культурна спільнота
Офіційний реліз & Прем'єра	Таргетована реклама (Paid)	Запуск рекламних кампаній в Instagram та TikTok (відео-тизери, постери).	Paid	Зумери, міленіали, активна молодь
Офіційний реліз & Прем'єра	Івент-менеджмент	Організація та проведення статусної закритої офлайн-прем'єри проєкту.	Earned, Owned	Військовослужбовці на реабілітації, представники ком'юніті слабочуючих, відомі культурні діячі, національна преса
Офіційний реліз & Прем'єра	Пост-івент дистрибуція	Проведення публічної дискусії після перегляду та її запис для подкаст-платформ.	Owned, Shared	Широке суспільство, слухачі подкастів
Пост-реліз & Оцінка	Аналітика та моніторинг	Комплексний медіамоніторинг виходів у пресі, інтернет-виданнях та на телебаченні.	Earned	Інвестори, грантодавці, внутрішня команда
Пост-реліз & Оцінка	Збір якісного фідбеку	Анкетування глядачів офлайн-заходу та збір відгуків через електронні Google-форми.	Owned	Відвідувачі прем'єри, учасники дискусії
Пост-реліз & Оцінка	Звітність та аудит	Формування підсумкового аналітичного звіту з ефективності PR-кампанії для інвесторів та фонду.	Owned	Фінансові партнери, інвестори, донори фонду

Партнери та інструменти	Вимоги до брендингу / Безпе	Очікуваний результат та KPI
SMM-відділ, актор-перекладач	Фокус на унікальності техніки, відповідність контент-плану	Створення вірусної інтрипи, зростання залученості (ER) до прем'єри
ГО «Відчуй» (досвід «Зіркова абетка», «Коли тиша заговорила»)	Попереднє погодження спільних пресрелізів з експертами ГО	Забезпечення колосального рівня довіри, залучення лояльної бази партнерів
TikTok-інфлюенсери, PR-команда	Органічна подача матеріалу без надмірного офіціозу	Дестигматизація теми інклюзії серед молодіжної аудиторії
Tapretolog, рекламний кабінет Meta Ads	Обов'язкова присутність логотипу спонсорів, «безпечні зони», напис «Проект реалізовано за підтримки...»	Максимальне охоплення професійних кіл та ветеранських спільнот
Tapretolog, кабінети Meta / TikTok Ads	Суворе дотримання брендингових гайдлайнів фінансового партнера	Висока конверсія в перегляди фінального продукту, вірусні шеринги
Івент-менеджер, PR-команда, адміністрація локації	Локація має відповідати нормам архітектурної доступності (інклюзивність) та стандартам безпеки (наявність укриття)	Генерування обсягу Earned media: статті в топових ЗМІ, сюжети в національних ТВ новинах
Модератор, технічна команда звукозапису, стрімінгові платформи	Професійний рівень запису звуку, брендування обкладинки подкасту під донорів	Стимулювання суспільного діалогу про інклюзію в культурі, довготривалий медіа ефект
PR-менеджер, сервіси медіамоніторингу (LOOQME тощо)	Ретельна фіксація кількості згадок, охоплені та тональності кожного матеріалу	Об'єктивна оцінка успішності PR-кампанії, підготовка бази для підсумкового звіту
PR-команда, Google Forms, QR-коди на афішах та екрані	Максимальна простота та доступність форми для інклюзивної спільноти	Отримання якісних метрик задоволеності, збір цитат для фінального звіту
PR-менеджер, аналітики проєкту, фінансовий відділ	Повна відповідність критеріям та стандартам звітності грантодавця	Успішне закриття грантової програми, підтвердження маркетингової ефективності

Категорія метрик (PESO)	Конкретний показник (KPI)	Інструмент вимірювання	Цільовий орієнтир / Критерій успіху	Частота контролю
Paid Media (Платні)	Загальне охоплення таргетированої реклами (Facebook/Instagram/TikTok)	Рекламні кабінети Meta Ads, TikTok Ads	Максимальне охоплення в межах бюджету, активне залучення ветеранів та молоді	Щоденно під час активної фази
Paid Media (Платні)	Кількість кліків, CTR (Click-Through Rate), CPV (Cost Per View)	Вбудована аналітика Meta / TikTok	Оптимізація вартості перегляду тизера, високий показник клікабельності креативів	Щоденно
Earned Media (Органічні)	Кількість публікацій у пресі та розлогих сюжетів на ТБ	Сервіси медіамоніторингу, ручний скринінг	Органічні виходи на провідних національних каналах та в авторитетних онлайн-виданнях	Щотижнево
Earned Media (Органічні)	Тональність медіазгадок	Якісний контент-аналіз виходів у ЗМІ	100% Позитивна або нейтральна тональність; повна дестигматизація теми інклюзії	По завершенню кампанії
Shared Media (Спільні)	Органічне охоплення та кількість поширень (шерингів) у соцмережах	Аналітика профілів (Instagram Insights, TikTok Analytics)	Вірусний ефект, активний репостинг матеріалів лідерами думок та партнерами з ГО «Відчуй»	Щотижнево

Shared Media (Спільні)	Кількість коментарів та рівень залученості (ER) під бекстейдж-відео	Метрики соціальних платформ	Високий показник ER, жваве обговорення інноваційної техніки рук актора-перекладача	Щоденно
Owned Media (Власні)	Загальна кількість переглядів фінального художнього продукту	YouTube Analytics	Досягнення планових показників переглядів на офіційному каналі проєкту	Постійно
Owned Media (Власні)	Кількість прослуховувань та завантажень подкасту (дискусії)	Статистика стрімінгових платформ (Spotify, Apple Podcasts)	Стабільна динаміка прослуховувань, вихід у тематичні топ-чарти	Щомісячно
Owned Media (Власні)	Обсяг та якість зібраних анкет зворотного зв'язку від глядачів прем'єри	Google Forms (фідбек через QR-коди на афішах)	Отримання заповнених анкет від не менше 40-50% від усіх відвідувачів офлайн-заходу	Протягом 3 днів після івенту
Донорський брендинг	Дотримання вимог та стандартів фінансового партнера	Внутрішній PR-аудит усіх публічних матеріалів перед релізом	Абсолютна відповідність гайдлайнам донорів; 0 порушень правил «безпечних зон» логотипа	Перед кожною публікацією

Додаток 8: Таблиця №3 “СТРАТЕГІЧНИЙ PR-ПЛАН ПРОСУВАННЯ ПРОЄКТУ «ВІЗУАЛЬНИЙ ПЕРЕКЛАД»”