

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ
Факультет «Аудіовізуального мистецтва та медіатехнологій»
Кафедра «Аудіовізуального мистецтва»

Караєв Ельдар Насрулаховіч

Метал набуває досконалості

Кваліфікаційна робота на здобуття СВО “Бакалавр”
зі спеціальності 021 Аудіовізуальне мистецтво та виробництво

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

Е. Н. Караєв

Керівник: Акерман Олександр Вадимович

Старший викладач кафедри Аудіовізуального мистецтва

Харків 2026

ЗМІСТ

ЗМІСТ	2
ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1.....	7
1.1 Композиційна структура відеоролика	7
1.2 Цільова аудиторія.....	8
1.3 Замовник.....	9
Висновки до розділу 1:.....	9
РОЗДІЛ 2.....	11
2.1 Логлайн.....	11
2.2 Синопис.....	11
2.3 Сценарний план	11
2.4 Засоби втілення задуму:.....	11
Висновки до розділу 2:.....	12
РОЗДІЛ 3.....	14
3.1 Творчий задум.....	14
3.2 Художня форма подачі.....	14
3.4 Музичний супровід.....	16
3.5 Передумови практичної реалізації проектного рішення	16
3.6 Текстова частина.....	21
ВИСНОВКИ.....	23
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	25
ДОДАТКИ.....	26
Додаток А Референси.....	27
Додаток Б: Беки зі зйомки	28

ВСТУП

Актуальність.

Актуальність розробки рекламного відеопроєкту для освітньо-професійної програми «Ювелірна майстерність» у ХДАДМ зумовлена специфікою самої форми навчання, яка історично тримається на фігурі єдиного майстра-ментора. На відміну від великих потокових спеціальностей, передача ювелірного ремесла в академії відбувається за класичним принципом «від майстра до учня». Тому фокусування рекламного сюжету на особистості провідного ментора, його філософії та просторі його авторської майстерні є найбільш дієвим і чесним способом комунікації з потенційною аудиторією.

Додатковим чинником актуальності проєкту є розширення меж цільової аудиторії. Сучасний ринок праці та тенденція до навчання впродовж усього життя сформували запит на ювелірну освіту не лише серед традиційних абітурієнтів. ОПП «Ювелірна майстерність» сьогодні орієнтована і на дорослих людей: тих, хто прагне підвищити свій професійний рівень, отримати дефіцитні прикладні навички або повністю змінити кар'єрний вектор. Відеоінтерв'ю з ментором у його робочому середовищі допомагає розвіяти стереотип про відірваність академічної освіти від практики й позиціонує ХДАДМ як сучасний, гнучкий простір для розвитку майстрів будь-якого віку та рівня підготовки.

Жанр художньо оформленого інтерв'ю в автентичній атмосфері майстерні обрано не випадково. Для свідомої аудиторії пряма мова визнаного, авторитетного у професійному середовищі майстра є набагато переконливішою за стандартні рекламні гасла. Головний акцент у ролику зміщено на експертність наставника та його унікальний досвід, що транслює глядачеві головну цінність програми — можливість прямого переймання досвіду у лідера індустрії. Таким чином, розробка цього медіапродукту є

практично необхідним кроком для підтримання конкурентоспроможності ХДАДМ на ринку художньої освіти та ефективного залучення вмотивованих слухачів через авторитет ключового викладача.

Мета даної роботи – розробити та створити актуальний рекламний медіапродукт у жанрі іміджевого інтерв'ю для ефективної промоції та популяризації нової освітньо-професійної програми «Ювелірна майстерність» у ХДАДМ. Відеоролик спрямований на формування довіри до нового напрямку підготовки та заохочення нових слухачів — як традиційних абітурієнтів, так і дорослих людей, орієнтованих на підвищення кваліфікації через пряме переймання досвіду у провідного ментора програми.

Об'єктом є створений рекламний ролик для ОПП «Ювелірна майстерність»

Задля реалізації мети були поставлені наступні **завдання**:

- Розробка концепції: Визначити цільову аудиторію, ключові повідомлення та емоційну атмосферу, яку необхідно передати у ролику.
- Сценарій та сюжет: Створити захопливий сюжет, що демонструє переваги та особливості програми, використовуючи креативний підхід.
- Візуальна концепція: Розробити естетичний дизайн, кольорову палітру та стиль, що відображають ідентичність програми та привертають увагу глядачів.
- Зйомка та монтаж: Планувати та здійснювати процес зйомки. Після цього, монтаж матеріалу з ретельним вибором кадрів, аудіо та візуальних ефектів.

- Музика та звук: Добрати відповідну музичну підкладку та забезпечити якісний звуковий дизайн для підсилення емоційного впливу ролика.

Хронологічні рамки створення. Розглядається період з грудня 2025 до червня 2026

Територіальні рамки створення – Харків, Майстерня Станіслава Дрокіна, територія ХДАМ

Промо-ролик до освітньо-професійної програми "Ювелірна майстерність" має наступне **практичне значення:**

- **Привертання уваги:** Відеоматеріал виступає ефективним тригером для потенційних вступників. Завдяки динамічному візуальному ряду ролик дозволяє виділити програму серед загального інформаційного потоку, стимулюючи глядача до подальшого ознайомлення з умовами навчання та специфікою кафедри в ХДАДМ.
- **Формування стійкого бренд-іміджу освітньо-професійної програми.** Екранний продукт працює на створення репутаційного капіталу нового напрямку підготовки. Демонстрація серйозного підходу до ремесла, високої естетики та професіоналізму транслює аудиторії престижність навчання, що допомагає залучити найбільш вмотивованих та талановитих слухачів.
- **Презентація ментора як ключового носія унікальних знань.** Практична цінність ролика значною мірою базується на візуалізації авторитету провідного викладача програми — відомого українського ювеліра Станіслава Дрокіна. Оскільки передача майстерності у цій сфері можлива лише через безпосередню взаємодію з практиком, демонстрація його філософії, досвіду та світового визнання у відеоматеріалі стає

головним аргументом для аудиторії. Це дозволяє позиціонувати ОПП «Ювелірна майстерність» не просто як набір навчальних дисциплін, а як ексклюзивну можливість переймання досвіду у лідера індустрії, що суттєво підвищує статус ХДАДМ на ринку творчої освіти.

- **Мотивація та залучення студентів:** Проєкт наочно розкриває кінцеві переваги, які відкриваються перед студентами. Візуалізація результатів праці та атмосфери реального виробництва допомагає глядачеві (як абітурієнту, так і дорослій людині) усвідомити цінність отриманих навичок для майбутньої самореалізації.
- **Можливість поширення:** Створений відеоролик є універсальним інструментом для проведення вступних кампаній. Його технічні та художні характеристики дозволяють здійснювати трансляцію на різноманітних цифрових платформах, включаючи соціальні мережі, офіційні веб-ресурси ХДАДМ та презентаційні заходи, що забезпечує максимальне охоплення цільової аудиторії.

РОЗДІЛ 1

КОНЦЕПТУАЛЬНА ОСНОВА ТА СТРУКТУРА РЕКЛАМНОГО РОЛИКА «МЕТАЛ НАБУВАЄ ДОСКОНАЛОСТІ»

Рекламний медіапродукт «Метал набуває досконалості» за своєю жанровою специфікою є іміджевим відеоінтерв'ю з елементами презентації нової освітньо-професійної програми «Ювелірна майстерність» у ХДАДМ. Екранний твір побудований на поєднанні вербального розповідного ряду та естетичних зйомок робочих процесів.

1.1 Композиційна структура відеоролика

Композиційна структура відеоролика складається з таких логічних блоків:

- **Експертне інтерв'ю.** Основою наративу є монолог провідного ментора програми, відомого ювеліра Станіслава Дрокіна, записаний у просторі його авторської майстерні. У відео наставник розкриває філософію ремесла та специфіку нової програми в ХДАДМ, окремо наголошуючи на її універсальності. Програма позиціонується як гнучкий простір для навчання не лише абітурієнтів, а й дорослих людей, які прагнуть підвищити власну кваліфікацію або змінити професійний вектор.
- **Візуалізація виробничих процесів.** Сміслові тези інтерв'ю підкріплюються художніми кадрами, знятими в майстерні. Візуальний ряд фіксує безпосередні етапи обробки металу та створення прикрас. Використання великих планів дозволяє детально продемонструвати специфіку практичної роботи з матеріалом та інструментами, підкреслюючи прикладний характер навчання.

Таким чином, головна ідея ролика полягає в презентації нової освітньої програми ХДАДМ "Ювелірна майстерність", створення професійного іміджу програми та її ментора.

1.2 Цільова аудиторія

Цільова аудиторія цього ролика охоплює людей, які потенційно зацікавлені в отриманні практичних навичок у сфері ювелірного мистецтва в ХДАДМ. Оскільки відео зняте у жанрі класичного інформативного інтерв'ю, воно розраховане на дві основні групи глядачів:

- **Абітурієнти та випускники.** Творча молодь, яка шукає конкретний прикладний напрям для здобуття вищої освіти і хоче наочно побачити, хто саме та в яких умовах буде їх навчати.
- **Дорослі слухачі та практики.** Люди з досвідом або суміжних професій, які орієнтуються на авторитет Станіслава Дрокіна і розглядають ОПП «Ювелірна майстерність» як можливість підвищити свою кваліфікацію чи отримати реальне практичне менторство.

Формат прямої мови майстра у кадрі дозволяє донести інформацію про нову програму максимально відкрито, без зайвих рекламних маніпуляцій, що однаково ефективно сприймається обома категоріями глядачів.

Засоби втілення задуму базується на лаконічному поєднанні технічних та екранних засобів виразності:

- **Освітлення та колорит.** Використання штучного світла дозволило відокремити спікера від тла, художньо виділити фактуру робочої зони майстерні та підкреслити специфіку ювелірних матеріалів.
- **Операторська робота.** Зміна крупності планів — від середніх портретних під час інтерв'ю до макропланів під час демонстрації процесів обробки металу — акцентує увагу глядача на деталях ремесла.
- **Монтаж та аудіосупровід.** Візуальні перебивки виробничими процесами підпорядковані логіці розповіді ментора, а стриманий фоновий

саунддизайн підтримує загальний ритм відео та забезпечує цілісність сприйняття інформації про програму ХДАДМ.

1.3 Замовник

Замовником цього промо-ролика є ХДАДМ та ОПП "Ювелірна майстерність"

Основна потреба замовника полягає у проведенні ефективної профорієнтаційної та іміджевої кампанії для популяризації згаданого напрямку підготовки. Оскільки програма є новою, перед академією стоїть чітке практичне завдання — підвищити її впізнаваність на ринку освітніх послуг, залучити вмотивованих абітурієнтів, а також проінформувати ширшу аудиторію (зокрема й дорослих слухачів) про можливість підвищення кваліфікації.

Створений ролик розроблявся як пряма відповідь на цей запит: через формат якісного, лаконічного інтерв'ю з провідним ментором проєкт забезпечує формування позитивного іміджу освітньої програми, демонструє її прикладний характер та позиціонує академію як авторитетний осередок художньої освіти, де навчання базується на прямому досвіді визнаних майстрів індустрії.

Висновки до розділу 1:

- Встановлено, що для досягнення мети ефективної промоції нової освітньо-професійної програми «Ювелірна майстерність» найбільш доцільним є використання жанру іміджевого інтерв'ю. Пряма мова провідного ментора у просторі його авторської майстерні дозволяє розкрити прикладний характер навчання та сформувати первинну довіру до програми.

- Обґрунтовано структуру медіапродукту, яка для досягнення максимальної інформативності та естетичної привабливості поєднує в собі експертний монолог наставника, художню зйомку процесів обробки матеріалу та демонстрацію готових ювелірних виробів.
- Визначено параметри цільової аудиторії, на залучення якої спрямований ролик. З урахуванням специфіки ОПП, контент орієнтований на диверсифіковані групи слухачів: як на традиційних абітурієнтів, так і на дорослих людей, які розглядають навчання в ХДАДМ як можливість підвищення кваліфікації через пряме переймання досвіду у лідера індустрії.

РОЗДІЛ 2

2.1 Логлайн

Логлайн:: Інтерв'ю, елементи робочого процесу, готові вироби, атмосфера в майстерні митця

2.2 Синопис

Синопис: Відеоролик є лаконічним інтерв'ю з ментором Станіславом Дрокіним у його майстерні, де розповідь про філософію ремесла та універсальність програми «Ювелірна майстерність» у ХДАДМ поєднується з кадрами обробки металу та готових прикрас.

2.3 Сценарний план

Тема сценарію: Донести до глядача бачення потенціалу освітньої програми

Ідея сценарію: Авторське бачення потенціалу освітньої програми з точки зору головного героя

2.4 Засоби втілення задуму:

Реалізація творчого задуму в промо-ролику для освітньо-професійної програми «Ювелірна майстерність» базується на використанні професійного кінематографічного інструментарію:

- **Колірна корекція (Color Grading).** Візуальний ряд розділено на дві тональні зони. Для інтерв'ю використано схему *Teal and Orange*, що створює теплу й довірчу атмосферу. Кадри виробничого процесу

вирішені у холодних зеленуватих тонах, що підкреслює індустріальну специфіку роботи з металом та фокусує увагу на технологічній точності дій.

- **Операторські прийоми та світло.** Виразність досягається завдяки штучному освітленню, нестандартним гострим ракурсам та динамічному переведенню фокуса. Використання макрозйомки дозволило детально зафіксувати фактуру матеріалів та інструментів, а застосування «голландського кута» додало композиції кадрів додаткової художньої експресії.
- **Динаміка монтажу.** У процесі редагування використано швидкі візуальні збивки (*fast-cut*) для утримання темпу та ефект заниженої швидкості затвора (*low shutter*). Останній створює легке змазування руху в кадрі (*motion blur*), що прибирає зайву цифрову чіткість і додає відео благородної кінематографічної текстури.

Основні місця дії: Місто Харків, майстерня Станіслава Дрокіна.

Прив'язка до конкретної ЦА: майбутні абітурієнти

Висновки до розділу 2:

Режисерська та художньо-технічна експлікація промо-ролика для освітньо-професійної програми «Ювелірна майстерність» дозволяє детально розкрити прикладну філософію ремесла та сформувати прямий комунікаційний зв'язок із потенційними вступниками через призму професійного досвіду головного героя.

У структурі другого розділу на основі лаконічного логлайну та синопсису було сформовано чітку концепцію екранного наративу, побудованого на монолозі-інтерв'ю провідного ментора Станіслава Дрокіна. Замість штучних

ігрових сюжетів, основою відеоролика виступає автентичний простір діючої майстерні у місті Харкові, яка є головним місцем дії. Пряма мова наставника про філософію ювелірної справи, технологічні тонкощі та універсальність навчання виступає ключовим елементом, що розкриває потенціал нової програми ХДАДМ як для випускників шкіл, так і для дорослих слухачів.

Усі візуальні та технічні засоби втілення задуму підпорядковані завданню передати атмосферу реального виробництва. Використання колірної корекції за схемою *Teal and Orange* у зоні інтерв'ю моделює теплу, затишну й довірчу атмосферу спілкування. Натомість контрастний перехід до холодних зеленуватих тонів у блоці виробничих процесів візуально підкреслює індустріальну специфіку, жорсткість матеріалу та технологічну точність рухів майстра.

Динаміка сприйняття матеріалу посилюється застосуванням складного операторського інструментарію: макрозйомка детально фіксує фактуру інструментів і металу, переведення фокуса керує увагою глядача, а «голландський кут» додає кадрам додаткової художньої експресії. Ефект заниженої швидкості затвора (*low shutter*) у поєднанні зі швидкими візуальними збивками монтажу (*fast-cut*) нівелює надмірну цифрову чіткість, створюючи благородне кінематографічне змазування руху (*motion blur*) та підкреслюючи безперервність творчого акту.

В цілому, розроблена структура та обрані засоби виразності забезпечують створення якісного, інформативного та естетично збалансованого промо-ролика. Він відмовляється від прямолінійного рекламного тиску на користь демонстрації реальної майстерності, що мотивує абітурієнтів до усвідомленого вибору ОПП «Ювелірна майстерність» і наочно позиціонує ХДАДМ як сучасний та професійний осередок художньої освіти.

РОЗДІЛ 3

3.1 Творчий задум

Творчий задум промо-ролика полягає в тому, щоб створити емоційно-інформаційну історію про ОПП "Ювелірна майстерність"

3.2 Художня форма подачі

Художня форма подачі промо-ролика для освітньо-професійної програми «Ювелірна майстерність» базується на естетиці документального кінематографа та іміджевого інтерв'ю, відмовляючись від прямолінійної реклами на користь автентичності.

Візуальна концепція побудована на контрасті двох основних блоків:

- **Блок інтерв'ю.** Зйомка ментора Станіслава Дрокіна виконана у стриманій манері з використанням кінематографічної колірної схеми *Teal and Orange* та м'якого штучного світла, що створює теплу, камерну й довірчу атмосферу розмови.
- **Блок виробничих процесів.** Демонстрація практичної роботи вирішена у холодних зеленуватих тонах, які підкреслюють індустріальну специфіку, жорсткість матеріалу та технологічну точність. Динаміка передається через гострі ракурси, «голландський кут», макрозйомку інструментів та швидкі монтажні збивки

Аудіосупровід є важливим компонентом художньої структури ролика. Збалансоване музичне тло та чистий запис прямої мови ментора підсилюють інформативність інтерв'ю, емоційно насичують кадр і розставляють чіткі смислові акценти.

Усі аудіовізуальні засоби працюють як єдина, узгоджена система. Синергія звуку, колористики та монтажу забезпечує цілісність сприйняття відео, утримує увагу глядача та формує професійний імідж освітньої програми ХДАДМ.

3.3 Візуальні та художні рішення

Художнє моделювання екранного простору промо-ролика базується на акцентованій операторській роботі та специфіці використання оптичного інструментарію:

- **Макрозйомка та оптичні акценти.** Основою візуального ряду є використання надвеликих планів (макрозйомки), що дозволило детально зафіксувати мікротекстуру металів, роботу делікатних ювелірних інструментів та філігранність рухів майстра. Застосування малої глибини різкості у поєднанні з прийомом переведення фокуса (*rack focus*) забезпечило плавне керування поглядом глядача та відокремлення головних деталей від фону.
- **Ракурси та композиція.** Для руйнування побутової монотонності кадру було використано нестандартні, гострі ракурси зйомки та прийом «голландського кута» (заваленої лінії горизонту). Це додало екранній композиції динаміки, художньої експресії та підкреслило творчу атмосферу всередині майстерні.
- **Світловий малюнок та експозиція.** Постановка штучного світла була спрямована на створення об'ємного світлотіньового малюнка. Це дозволило ефектно підкреслити глянцеві грані інструментів, блиск оброблюваного матеріалу та відокремити спікера від заднього плану в зоні інтерв'ю.
- **Кінематографічна текстура руху.** Під час зйомки динамічних процесів було застосовано ефект заниженої швидкості затвора (*low shutter speed*).

Це дозволило отримати природне кінематографічне змазування рухів (*motion blur*), позбутися надмірної цифрової чіткості кадру та надати відеоряд якісної художньої структури.

3.4 Музичний супровід

Продумане звукове рішення є базовим інструментом, який значно посилює емоційну складову екранного твору та надає йому додаткової художньої глибини. Аудіосупровід не просто заповнює тишу, а виступає в синергії з операторською роботою, вигідно підкреслюючи кожен візуальний акцент, динамічну монтажну збивку чи макроплан у кадрі. Завдяки такому гармонійному поєднанню звуку та зображення посилюється загальне сприйняття медіапродукту, дозволяючи глядачеві глибше зануритися в атмосферу творчого процесу.

3.5 Передумови практичної реалізації проектного рішення

Етап передпродакшну (Pre-production) та комплексної підготовки до зйомок став ключовим фундаментом для реалізації художнього задуму. Специфіка промо-ролика, що створювався на перетині іміджевого інтерв'ю та індустріальної макрозйомки, вимагала детального аналізу локації, ретельного пошуку референсів та безкомпромісного підбору технічного інструментарію. Головним критерієм підготовки була відмова від стандартних рішень на користь повноцінного кінематографічного підходу.

Пошук локації (Location Scouting) та розробка концепту

Першочерговим завданням став детальний аналіз простору діючої майстерні Станіслава Дрокіна в Харкові. Було проведено серчінг локації для оцінки

природного освітлення, архітектурних особливостей робочих зон та пошуку найбільш виразних ракурсів.

Оскільки ювелірне мистецтво — це робота з мікроформами, на етапі пошуку референсів народилася ідея зробити сильний акцент на макрозйомці. Завдання полягало в тому, щоб показати глядачеві те, чого не видно неозброєним оком: текстуру металу під впливом високих температур, мікроскопічний стружок під час гравіювання та філігранний рух різців.

Обґрунтування вибору камери та оптичного парку

Для реалізації складної художньої концепції та забезпечення максимальної гнучкості на етапі колірної корекції був сформований професійний комплект обладнання:

- **Камера Sony FX30.** Вибір цієї компактної кінокамери був зумовлений її високим динамічним діапазоном, чудовою ергономікою для роботи у стисненому просторі майстерні та можливістю запису відео у профілі **S-Log3**. Зйомка в логарифмічному профілі дозволила зберегти максимум інформації в тінях та світлих ділянках кадру (особливо при роботі з відкритим вогнем та бликами на металі), що дало повну свободу під час фінального грейдингу (*Teal and Orange* та холодних тонів).
- **Спеціалізована макрооптика Laowa Lens Probe.** Для занурення глядача безпосередньо всередину робочого процесу було використано унікальний довгофокусний макрооб'єктив-зонд. Завдяки своїй конструкції він дозволив безпечно наблизитися впритул до небезпечних виробничих зон (зона пайки, механічної обробки рухомими інструментами), забезпечивши унікальну перспективу «зсередини» матеріалу та створюючи ефектний макросвіт.
- **Сет кінооптики Canon Cine Lens (14mm, 20mm, 35mm, 50mm).** Оскільки камера Sony FX30 оснащена сенсором формату Super 35 (кроп-

фактор 1.5×), реальна еквівалентна фокусна відстань об'єктивів була врахована при виборі оптики під конкретні художні завдання:

- **20mm (основний об'єктив для інтерв'ю):** З урахуванням кроп-фактора цей об'єктив забезпечив еквівалент 30 мм, що стало ідеальним рішенням для зйомки прямої мови ментора. Така фокусна відстань дозволила отримати глибокий, об'ємний середній план у стисненому просторі майстерні, захопити фактурне навколишнє середовище для збереження контексту, але повністю уникнути геометричних спотворень пропорцій обличчя спікера.
- **14mm:** На кроп-сенсорі дав еквівалент 21 мм. Використовувався як надширококутний інструмент для загальних планів, передачі масштабу локації, архіметрії робочих зон та створення ефекту присутності всередині майстерні.
- **35mm:** З урахуванням кропу перетворився на класичний портретний об'єктив (еквівалент 52 мм). Застосовувався для зйомки великих планів, фокусування на емоціях майстра та акцентованих художніх кадрів із м'яким відокремленням об'єкта від фону.
- **50mm:** Дав виражений довгофокусний ефект (еквівалент 75 мм), що дозволило знімати делікатні B-roll кадри та взаємодію рук майстра з інструментами з великої відстані, не заважаючи реальному робочому процесу.

Організація світлового простору та світло-колірні рішення

Оскільки зйомка проходила в автентичній майстерні з обмеженим простором та складною фактурою поверхонь, постановка штучного освітлення вимагала ретельного прорахунку кожної світлової зони. Для реалізації художнього

завдання було сформовано мобільний, але потужний комплект освітлювального обладнання:

- **Три прилади Aputure LS 300d II.** Ці потужні LED-джерела з COB-діодами стали основою світлової схеми ролика. Один прилад із великим софтбоксом та сотами виконував роль м'якого малюючого світла для інтерв'ю спікера, забезпечуючи природний світлотіньовий малюнок на обличчі. Другий прилад працював як контрове (силуетне) світло, відокремлюючи майстра та деталі інструментів від темного заднього плану. Третій прилад використовувався для створення спрямованих світлових плям у технологічній зоні, імітуючи жорсткі промені індустріального освітлення.
- **Використання класичних кольорових (гелевих) фільтрів.** Для реалізації концепції двозонального колірного кодування (*Teal and Orange* для інтерв'ю та холодного зеленуватого тону для виробничих процесів) замість RGB-освітлювачів свідомо було обрано професійні фолієві фільтри високої щільності. Таке рішення обґрунтоване кількома технічними факторами:
 - *Збереження максимальної світловіддачі:* На відміну від RGB-джерел, які суттєво втрачають яскравість і потужність світлового потоку під час генерації кольорового спектра, білі світлодіоди монохромних приладів *Aputure 300d* працюють на 100% своєї потужності, забезпечуючи високу щільність променя навіть крізь фільтр.
 - *Спектральна чистота та кінематографічна текстура:* Фізичні оптичні фільтри відсікають зайві довжини хвиль, видаючи благородні, глибокі та чисті художні відтінки без «цифрового» перенасичення, притаманного дешевим RGB-діодам. Це дозволило отримати ідеальні скін-тони (*skin tones*) на інтерв'ю та природний метал в індустріальних кадрах.

- **Компактні LED-панелі для акцентного підсвічування.** Для заповнення тіней у важкодоступних зонах майстерні та підсвічування дрібних деталей було застосовано невеликі локальні світлодіодні панелі. Вони розміщувалися безпосередньо на робочих столах, біля ювелірних верстатів та інструментів. Це дозволило точково підкреслити текстуру робочих поверхонь, додати відблисків на полірованих гранях металу в макропланах та створити додатковий візуальний об'єм, який не перевантажував загальну світлову композицію кадру.

Організація складного знімального процесу та взаємодія з героєм

Використання мануальних кінооб'єктивів Canon Cine повністю виключало можливість використання автоматичного фокусування. Оскільки в ролику заплановано велику кількість динамічних переведень фокуса (rack focus) та макропланів з мінімальною глибиною різкості, де найменша похибка призводить до браку, до знімального процесу було залучено **дистанційну систему фокуспула (Wireless Follow Focus)**. Це дозволило оператору повністю сконцентруватися на композиції кадру та світлі, тоді як асистент (фокуспулер) за допомогою віддаленого привода філігранно контролював різкість за окремим монітором.

Окрему увагу під час підготовки було приділено психологічному комфорту головного героя, який не є професійним актором. Щоб полегшити майстру подачу об'ємного інформаційного блоку та уникнути монотонних затримок, було розгорнуто комплексне технічне забезпечення:

1. **Суфлер (Teleprompter).** Наявність суфлера перед об'єктивом дозволила Станіславу Дрокіну впевнено тримати структуру монологу, не відволікаючись на згадування складних формулювань ОПП, і при цьому зберігати постійний зоровий контакт із глядачем (камерою).

2. **Режисерський плейбек (Playback).** Окремий монітор-плейбек був виведений безпосередньо для майстра. Це дало йому можливість у реальному часі бачити композицію кадру, розуміти, як він виглядає в межах виставленого світла, та самостійно коригувати свою пластику, міміку та взаємодію з ювелірними виробами в кадрі.

Впровадження такого технічного арсеналу на етапі передумов дозволило мінімізувати ризики під час виробництва, оптимізувати час роботи на локації та забезпечити безкомпромісну кінематографічну якість фінального промо-продукту.

3.6 Текстова частина

Текстове наповнення промо-ролика свідомо обмежене виключно початковими та фінальними титрами. Відмова від використання додаткових текстових плашок чи гасел посеред відео обґрунтована такими причинами:

- **Збереження кінематографічної атмосфери.** Відеоролик витримано в жанрі іміджевого документального інтерв'ю. Поява стороннього тексту під час демонстрації філігранних макропланів руйнувала б цілісність кадру та відволікала б глядача від рухів майстра.
- **Інформаційна самодостатність.** Пряма мова ментора повністю закриває запит аудиторії. Спікер самостійно озвучує філософію ремесла та унікальність програми ХДАДМ, тому будь-які текстові титри всередині ролику були б зайвим дублюванням інформації.
- **Функціональність початкових і фінальних титрів.** Початкові титри виконують роль лаконічного введення, одразу зазначаючи назву ОПП та академії. Фінальні титри виступають логічною крапкою та заклик до дії (*Call to Action*), де розміщено офіційні контакти й посилання для абітурієнтів.

Такий мінімалізм дозволив уникнути візуального шуму, зберіг високу художню якість продукту та сфокусував усю увагу глядача на естетиці ювелірного виробництва.

ВИСНОВКИ

Створений промо-ролик для освітньо-професійної програми «Ювелірна майстерність» ХДАДМ є вдалим поєднанням чіткої художньо-технічної концепції, кінематографічної форми подачі, автентичного звукового рішення та мінімалістичного графічного оформлення, що в синергії забезпечують високу художню якість медіапродукту.

Концепція відеоролика повністю відмовляється від прямолінійного рекламного тиску на користь іміджевої документалістики. Екранний наратив базується на живому монолозі-інтерв'ю провідного ментора Станіслава Дрокіна, де філософія ремесла та універсальність навчання розкриваються через призму його унікального професійного досвіду. Головним символічним та практичним місцем дії виступає реальний простір діючої ювелірної майстерні у місті Харкові.

Художня форма подачі ролика побудована на чіткому двозональному кольоровому кодуванні. Для сцени інтерв'ю застосовано кінематографічну схему *Teal and Orange*, яка моделює теплу, камерну й довірчу атмосферу спілкування. Натомість блок виробничих процесів вирішений у холодній зеленуватій гамі, що наочно підкреслює індустріальну специфіку, жорсткість матеріалів та технологічну точність рухів майстра.

Практична реалізація проєктного рішення передбачала безкомпромісний кінематографічний підхід на етапі виробництва:

- Використання камери *Sony FX30* та зйомка у логарифмічному профілі *S-Log3* дозволили зберегти максимальний динамічний діапазон під час роботи з відблисками металу та відкритим вогнем.
- Застосування унікальної макрооптики *Laowa Lens Probe* та преміального сету мануальних об'єктивів *Canon Cine Lens* (з урахуванням кроп-фактора $1.5 \times$ камери) дозволило детально зафіксувати мікротекстуру інструментів і матеріалів та вибудувати виразні плани.

- Організація бездротової системи *фокуспула* забезпечила філігранний контроль різкості в макрорежимі, а використання *суфлера* та режисерського *плейбека* оптимізувало роботу спікера в кадрі.
- Світлова схема на базі трьох приладів *Aputure LS 300d II* із використанням класичних гелевих фільтрів дозволила зберегти максимальну світловіддачу та отримати чисті, глибокі кінематографічні відтінки.

Аудіосупровід та специфіка монтажу підсилюють динаміку сприйняття. Ритмічна зміна планів (*fast-cut*) у поєднанні з ефектом заниженої швидкості затвора (*low shutter*) створює природне змазування рухів (*motion blur*), прибираючи надмірну цифрову чіткість. Звукове рішення у вигляді чистого запису мови та збалансованого фонового саунд-дизайну емоційно насичує візуальний ряд. Текстова частина навмисно обмежена лаконічними початковими та фінальними титрами із закликem до дії (*Call to Action*), що виключає візуальний шум і фокусує всю увагу глядача на екранній дії.

В цілому, промо-ролик є цілісним, естетично збалансованим та професійним медіапродуктом. Він ефективно транслює цінності ОПП «Ювелірна майстерність», надихає потенційних абітурієнтів на навчання та є дієвим засобом просування і позиціонування Харківської державної академії дизайну і мистецтв як сучасного центру художньої освіти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

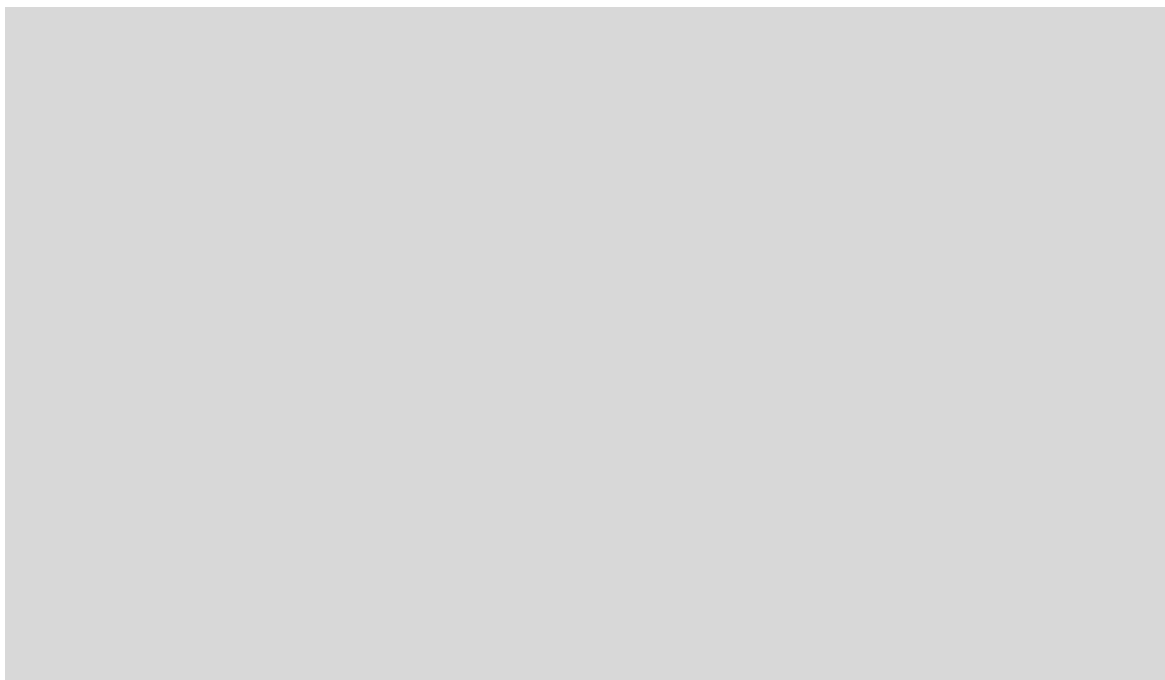
1. Педдікартвейт Д. <https://www.instagram.com/paddy.cartwright/?hl=en>
2. Карась М. О. Режисура монтажу та динаміка екранного наративу в сучасному промо-відео. — Львів : Світ, 2021. — 186 с.
3. Кузнецов В. Г. Специфіка зйомки інтерв'ю та документального кіно: робота з некомерційними акторами : метод. реком. — Харків : ХДАДМ, 2022. — 45 с.
4. Sony FX30 Handbook. User manual and technical specifications of the Super 35 Cinema Line camera [Посібники користувача ILME-FX30 | Sony UA](#)
5. Aputure Lighting Guide. Advanced lighting setups and application of gel filters <https://www.aputure.com/>
6. [Common Log Grading Mistakes & How to Avoid Them](#)

ДОДАТКИ

Додаток А Референси



[2 Camera Interview - Cinematography Breakdown](#)



Додаток Б: Беки зі зйомки



