УДК 004.4’27:659.1

АНАЛІЗ ЕТАПІВ САУНД-ДИЗАЙНУ ДЛЯ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ

Мясоєдов Б. Г.
email: bohdan.miasoiedov@nure.ua
Науковий керівник – проф. Колендовська М.М.
Харківський національний університет радіоелектроніки, каф. МІРЕС
м. Харків, Україна

Sound design plays an important role in the production of modern advertising videos. The process of creating an audio environment includes combining music, voice-over narration, and sound effects into a coherent audiovisual composition. This work analyzes the process of creating audio support for a Valentine’s Day advertising campaign for the Rozetka brand. Particular attention is given to the integration of music based on the Ukrainian folk song “Nich yaka misyachna”, voice-over recording, and environmental sound effects. Digital tools such as FL Studio and video editing software were used to synchronize audio elements with visual content. The applied workflow demonstrates how sound design enhances emotional perception and strengthens audience engagement in advertising media.

У сучасному виробництві рекламного відеоконтенту важливу роль відіграє звукове оформлення, яке формує емоційне сприйняття відеоряду та підсилює комунікацію бренду з аудиторією. Саунд дизайн у рекламних роликах поєднує музичну композицію, дикторську озвучку та звукові ефекти (SFX), створюючи цілісну аудіовізуальну структуру.

У даній роботі розглядається процес створення аудіосупроводу для рекламної кампанії бренду Rozetka до Дня святого Валентина (Valentine’s Day campaign 2026). Кампанія включала декілька відеороликів різного формату: один основний ролик, три продуктові ролики, три вендерні ролики та короткі версії для цифрових платформ. Тривалість відео становила приблизно 50 секунд для основного ролику, 15 секунд для продуктових відео та близько 6 секунд для коротких рекламних версій.

Основою аудіосупроводу стала музична композиція, створена на основі української народної пісні «Ніч яка місячна». Запис інструментальної частини композиції, зокрема партій фортепіано та духових інструментів, був виконаний музикантами окремо, після чого матеріал передавався для подальшої обробки та інтеграції у відеоконтент.

Першим етапом роботи було зведення музичної композиції та підготовка вокальної партії. Основним завданням було досягнення збалансованого звучання інструментів та вокалу, яке відповідало б атмосфері романтичної рекламної кампанії. Для обробки аудіосигналу використовувалися цифрові інструменти обробки звуку, зокрема еквалізація (FabFilter Pro-Q 3), компресія (FabFilter Pro-C2), реверберація та затримка сигналу.

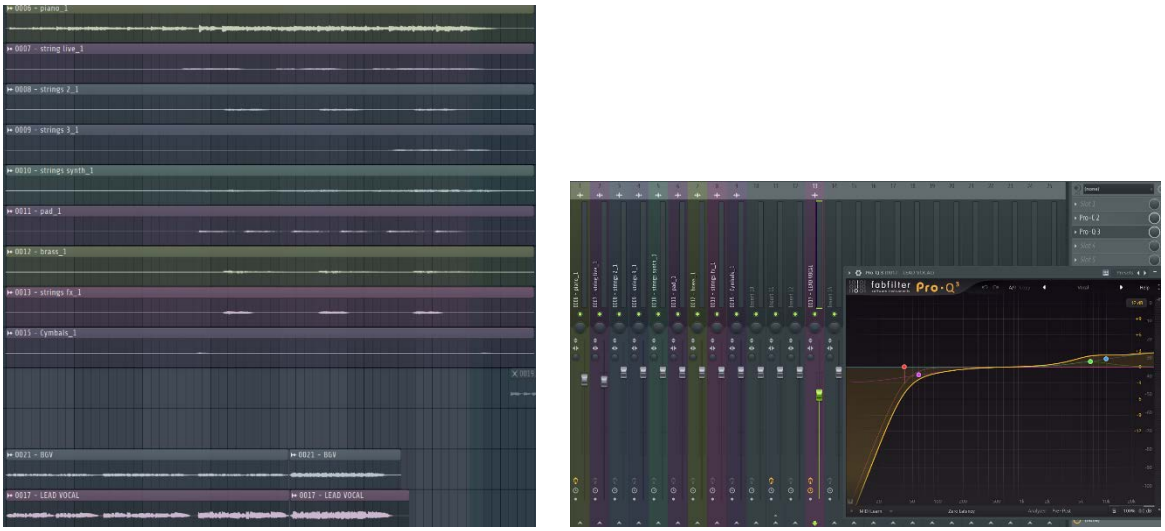


Рис. 1 – Таймлайн проєкту в середовищі FL Studio

Другим етапом була інтеграція дикторської озвучки (Voice Over). У процесі роботи здійснювалася координація між диктором та продюсером відеопродакшну. Завданням саунд дизайнера було забезпечити гармонійне поєднання дикторського тексту з музичною композицією, а також правильне розташування голосу у звуковому просторі.

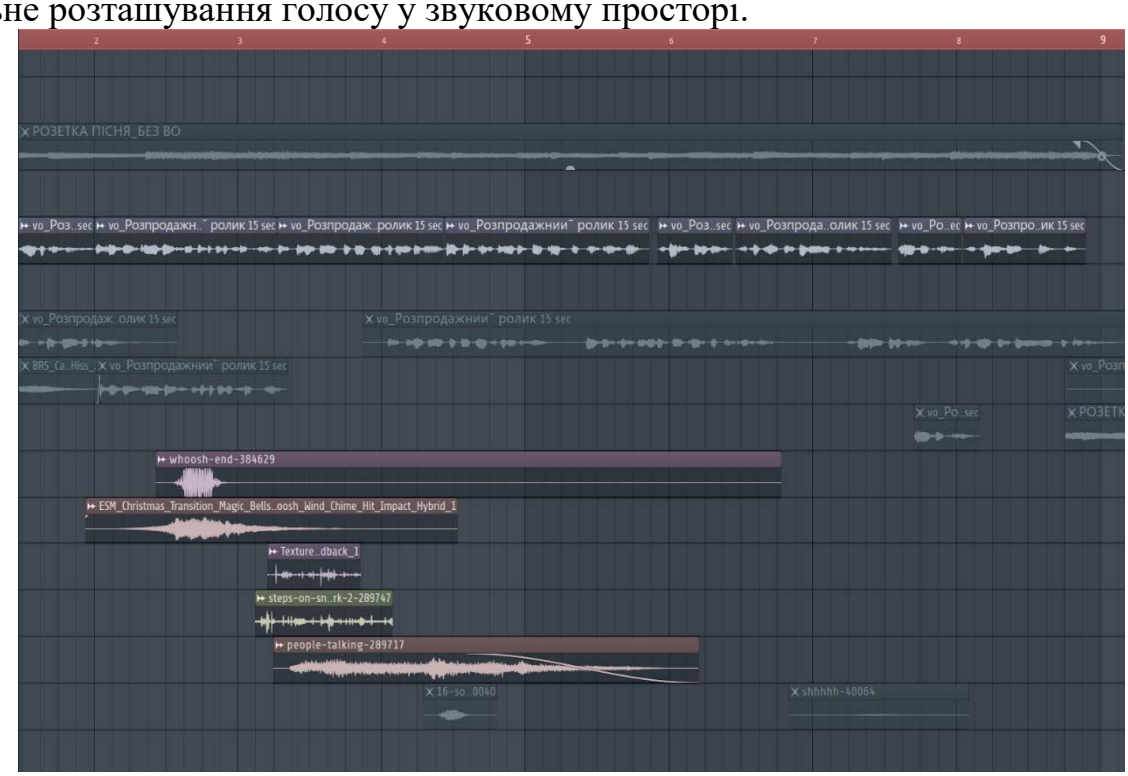


Рис. 2 – Приклад доріжок дикторської озвучки у проєкті

Наступним важливим етапом став процес створення звукових ефектів (Sound Effects). Для підсилення реалістичності відеоряду були створені та підібрані різні типи звуків, зокрема: звуки кроків по снігу, руху людей, обіймів, тертя тканини курток, сміху, вдихів, увімкнення світла, запалювання свічок та інші атмосферні елементи. Частина звуків була записана

самостійно, а частина отримана з професійних звукових бібліотек, таких як Splice.

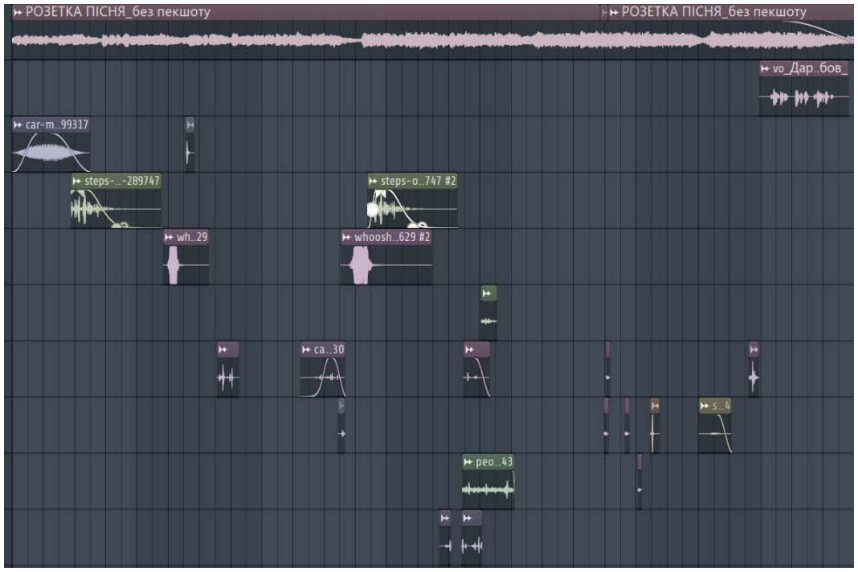


Рис. 3 – Доріжки звукових ефектів у проєкті

Усі аудіоматеріали об'єднувалися у цифровому середовищі FL Studio, де кожен відеоролик завантажувався у проєкт окремою доріжкою. Такий підхід дозволяв синхронізувати звукові події безпосередньо з відеорядом та швидко вносити правки під час роботи. Для перевірки результату аудіосупровід накладався на відео за допомогою програмного забезпечення для монтажу, після чого матеріал надсилався команді продакшну для погодження.

Застосування комплексного підходу до звукового оформлення дозволило створити цілісну аудіовізуальну атмосферу рекламної кампанії. Поєднання музики, дикторської озвучки та звукових ефектів забезпечило більш емоційне сприйняття відео та підсилення комунікації бренду з глядачем.

Таким чином, саунд дизайн є важливим елементом сучасного рекламного виробництва. Використання цифрових аудіоінструментів, а також поєднання творчих і технічних методів роботи дозволяє ефективно формувати звукове середовище, яке підсилює візуальний контент та впливає на емоційне сприйняття аудиторії.

Список використаних джерел

1. Collins, K. (2013). Playing with Sound: A Theory of Interacting with Sound and Music in Video Games. MIT Press.
2. Sonnenschein, D. (2001). Sound Design: The Expressive Power of Music, Voice and Sound Effects in Cinema. Michael Wiese Productions.
3. Holman, T. (2010). Sound for Film and Television. Focal Press.