

СТВОРЕННЯ АНІМАЦІЙНОГО ВІДЕОКЛІПУ ДЛЯ МУЗИЧНОЇ КОМПОЗИЦІЇ

Єфименко Д.Р., Іванов І.І., Онищенко Є.В., Кравцов М.І., Душка М.В.

e-mail: daryna.iefymenko@nure.ua

Науковий керівник – ст.вик., Бобнів Р.О.

Харківський національний університет радіоелектроніки, каф. МІРЕС
м. Харків, Україна

This paper examines the process of creating an animated music video for the song "Vid'ma" by the Kharkiv band OKAZIA. The study analyzes the role of animated audiovisual content in promoting independent music, defines the main stages of production – from concept development and storyboarding to frame-by-frame illustration, asset separation, and final compositing in Adobe After Effects. The chosen technical approach (12 fps, motion blur, Turbulence Displace, easing curves) is justified as coherent with the stylistic identity of the composition. The practical value of the work lies in developing a replicable workflow for creating animated music videos for Ukrainian independent artists.

За даними звіту про відеоконтент 2025 р., онлайн-відео становить більш ніж 82 % загального інтернет-трафіку [5]. Музичні відеокліпи на YouTube демонструють щорічне зростання переглядів на 25 % [6]. Серед усіх кліпів, випущених у 2025 р., 19,2 % належать до жанру alternative/indie – третій показник після поп та гіп-хоп [4]. Для незалежних виконавців анімація є особливо привабливим форматом: вона не потребує значного виробничого бюджету, натомість надає повну свободу у виборі візуальної мови та розкритті тематики, недосяжної у реальному зйомі. Анімаційні кліпи утримують аудиторію на 60 % ефективніше порівняно з неанімаційними відео, а наративна анімація збільшує показники поширення у соціальних мережах до 48 % [7]. Незалежні художники вже контролюють близько 38 % світового стримінгового доходу, і цей показник стабільно зростає з 2024 р. [3].

Мета роботи – розробка та реалізація повноциклового анімаційного відеокліпу для пісні «Відьма» гурту OKAZIA, що охоплює етапи від концепції та розкадровки до фінального композитингу, а також формування відтворюваного виробничого алгоритму для українських незалежних виконавців.

Виробничий процес складається з п'яти послідовних етапів. На першому етапі формується мудборд із візуальними референсами та визначається наративна стратегія, що відповідає образу й тексту пісні. Другий етап – детальна розкадровка: посценарний план усіх сцен, синхронізований зі структурою пісні.

Рис. 1 демонструє розкадровку кліпу: сцени 1,7 охоплюють ключові сюжетні моменти – політ відьми, лісові сцени, магичну кулю, кульмінацій-

ний спалах енергії і фінальний програш. Текст пісні розміщено безпосередньо у кадрах розкадровки для синхронізації зображення з ліриком.

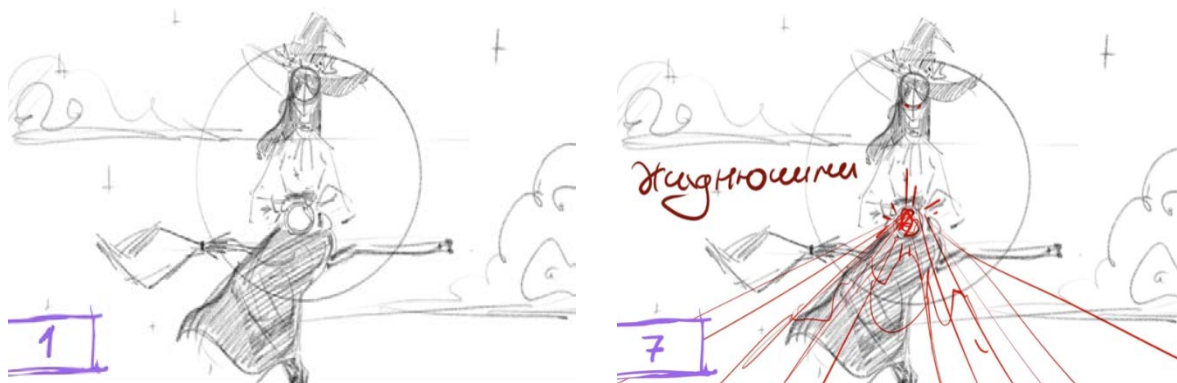


Рисунок 1 – Розкадровка анімаційного кліпу «Відьма» (кадри 1,7)

На третьому етапі в програмному забезпеченні Procreate будуть створюватися фінальні ілюстрації, всі елементи яких розподіляться на окремі шари для подальшої анімації.

Рисунок 2 ілюструє дизайн головного персонажа – відьми з характерними деталями: висока шляпа, сережки, худорляве обличчя. Головною ідеєю дизайну було передати втомлене, красиве, але непривітне обличчя.

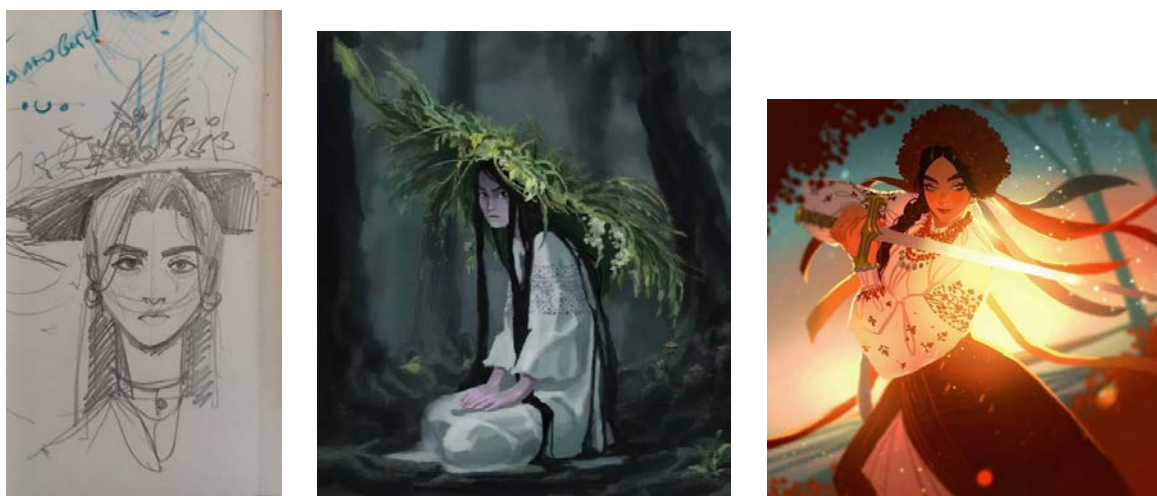


Рисунок 2 — Ескіз персонажа (ліворуч)
та візуальні референси стилю (праворуч)

Четвертий етап передбачає створення покадрової анімації декоративних елементів у ToonSquid або Krita – програмних засобах з інтуїтивним інтерфейсом і достатнім набором інструментів для 2D-анімації. Фінальний, п'ятий етап – композитинг в Adobe After Effects.

Таким чином, анімаційний відеокліп є ефективним інструментом просування незалежних виконавців, що дає змогу розширити наратив у межах, недосяжних для реального відеозйому. Розроблений виробничий цикл –

від муд-борду до фінального компо-зитингу – може бути застосований іншими українськими командами для вирішення аналогічних завдань візуалізації. Це відповідає загальній тенденції до демократизації відеовиробництва, де цифрові інструменти дозволяють незалежним виконавцям створювати конкурентоспроможний аудіовізуальний контент [2].

Список використаних джерел:

1. Oh Y.K., Choeh J.Y. Social media engagements of music videos on YouTube's official artist channels // International Journal of Market Research. – 2022. – Vol. 64(2). – P. 269–286.
2. Songtrust Blog. YouTube Strategy for Independent Artists in 2025 [Electronic resource]. – Access mode: <https://blog.songtrust.com/youtube-strategy-for-independent-artists-in-2025> – Accessed: (дата звернення 05.03.2026).
3. Soundverse.ai. Indie Music Market Growth: A Comprehensive 2026 Analysis [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.soundverse.ai/blog/article/indie-music-sector-growth-market-analysis-2355> – Accessed: (дата звернення 07.03.2026).
4. MVND.co. The 2025 Music Video Wrap Report [Electronic resource]. – Access mode: <https://mvnd.co/p/the-2025-music-video-wrap-report> – Accessed: (дата звернення 07.03.2026).
5. AMW Group. Music Video Promotion Strategies for Artists [Electronic resource]. – Access mode: <https://amworldgroup.com/blog/video-promotion-music> – Accessed: (дата звернення 05.03.2026).
6. Absolute Label Services. YouTube: Visual Storytelling & Audience Engagement [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.absolutelabelservices.com/news/youtube-visual-storytelling> – Accessed: (дата звернення 06.03.2026).
7. Light Motion Media Studios. Animated Music Videos [Electronic resource]. – Access mode: <https://lightmotionmedia.com/services/animated-music-videos> – Accessed: (дата звернення 06.03.2026).