

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему «Художньо-стилістичне проектування костюмного образу персонажа для коротких соціальних відеороликів»

Виконала: студент 4 курсу, групи 4Д2
спеціальності

022 «Дизайн»

(шифр і назва спеціальності)

Давидович Г.А.

(прізвище та ініціали)

Керівник Артеменко М.П.

(прізвище та ініціали)

Рецензент Базиліук Е.В.

(прізвище та ініціали)

Хмельницький - 2026 року

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет інформаційних технологій та дизайну

Кафедра дизайну

Освітній рівень бакалавр

Спеціальність _____ 022_«Дизайн» _____
(шифр і назва)

Освітньо-професійна програма _____
(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри дизайну

_____ Г.Н. Полетаєва _____

“ _____ ” _____ 2026 року

З А В Д А Н Н Я НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

_____ Давидович Ганна Андріївна _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Художньо-стилістичне проектування костюмного образу персонажа для коротких соціальних відеороликів»

керівник роботи к.т.н., доцент Артеменко Марія Павлівна,

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “23” січня 2026 року № 105-с

2. Строк подання студентом роботи 15.06.2026

3. Вихідні дані до роботи _____ теоретичні джерела з теорії дизайну костюма, семіотики моди, кінематографії та драматургії; формат відеоролику 9:16; матеріали для виготовлення костюма (костюмна тканина сірого кольору, червоні краватки); швейне обладнання; програмне забезпечення для відеозйомки і монтажу.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) _____ Розділ 1: Теоретичні засади художньо-стилістичного проектування костюмного образу. Розділ 2: Короткий відеоролик як художньо-комунікативне середовище. Розділ 3: Художньо-проектна розробка костюмного образу персонажа. Розділ 4: Охорона праці. Загальні висновки. Список використаних джерел. Додатки.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) _____ Графічні матеріали: 3 планшети розмірами 90x70 см

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Основний розділ	Артеменко М.П., к.т.н., доцент	09.02.2026	08.06.2026
Нормаконт-роль	Сандік Олена Петрівна	07.05.2026	18.05.2026
Охорона праці	Кузнєцов Сергій Іванович	29.05.2026	05.06.2026

7. Дата видачі завдання 02 лютого 2026**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Отримання завдання, вибір та обґрунтування теми, добір і опрацювання літературних джерел, складання плану роботи	10.02.2026	Виконано
2	Опрацювання теоретичних засад художньо-стилістичного проектування костюмного образу	24.02.2026	Виконано
3	Дослідження короткого соціального відеоролика як художньо-комунікативного середовища	07.03.2026	Виконано
4	Розробка концепції відеоролика, синопсису та сценарного плану	20.03.2026	Виконано
5	Художнє проектування костюма, виконання ескізної серії, добір одягу та реквізиту	15.04.2026	Виконано
6	Конструктивно-технологічне вирішення, виготовлення елементів костюма та підготовка до відеозйомки	15.05.2026	Виконано
7	Опрацювання питань охорони праці	30.05.2026	Виконано
8	Технічне оформлення роботи, нормоконт-роль, усунення зауважень керівника	15.06.2026	Виконано

Студент _____ Давидович Г.А.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Артеменко М.П.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Давидович Г.А. Художньо-стилістичне проєктування костюмного образу персонажа для коротких соціальних відеороликів. – Рукопис.

Робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 022 Дизайн. Херсонський національний технічний університет. Хмельницький, 2026.

У роботі досліджено систему художньо-виразних засобів костюма у коротких соціальних відеороликах вертикального формату 9:16 для мобільних платформ. Проаналізовано еволюцію сценічного й екранного костюма, семіотичну природу одягу та сучасні стилістичні напрями у проєктуванні для медіапроєктів.

Метою роботи є розробка цілісного костюмного образу персонажа для соціального відеоролику на тему ментального здоров'я, що транслює складне смислове повідомлення виключно засобами мови одягу.

Для досягнення мети проаналізовано феномен короткого відеоконтенту як художньо-комунікативного середовища, досліджено роль персонажа у побудові наративу, визначено візуально-технологічні умови існування костюма в екранному просторі. Розроблено концепцію, синопсис та сценарний план відеоролику «Пробудження», спроектовано й виготовлено авторський кульмінаційний костюм та проведено його презентацію в умовах відеозйомки.

Практична значущість роботи полягає у розробці методологічного підходу до проєктування відеокостюма для вертикального короткого формату, що може бути застосований дизайнерами одягу і режисерами соціальної реклами. Результатом є авторський костюм: сірий приталений піджак і прямі брюки з текстурної тканини (рогожка) з червоними вставками-краватками, акцентними манжетами й декоративними гудзиками.

Ключові слова: дизайн костюма, соціальна реклама, відеоролик, вертикальний формат, семіотика моди, slow fashion, нормкор, quiet luxury, ментальне здоров'я, персонаж.

ABSTRACT

Davydovich H.A. Artistic and stylistic design of a character's costume image for short social videos. – Manuscript.

Work for the degree of bachelor in the specialty 022 Design. Kherson National Technical University. Khmelnytskyi, 2026.

The work investigates the system of artistic and expressive means of costume in short social videos of vertical format 9:16 for mobile platforms. The evolution of stage and screen costume, the semiotic nature of clothing and modern stylistic trends in design for media projects are analyzed.

The purpose of the work is to develop a holistic costume image of a character for a social video on the topic of mental health, which broadcasts a complex semantic message exclusively through the means of the language of clothing.

To achieve the goal, the phenomenon of short video content as an artistic and communicative environment was analyzed, the role of the character in building the narrative was investigated, the visual and technological conditions for the existence of a costume in the screen space were determined. The concept, synopsis and script plan of the video clip “Awakening” were developed, the author’s climax costume was designed and manufactured, and its presentation was held in video shooting conditions.

The practical significance of the work lies in the development of a methodological approach to designing a video costume for a vertical short format, which can be used by clothing designers and directors of social advertising. The result is an author’s costume: a gray fitted jacket and straight trousers made of textured fabric (mat) with red tie inserts, accent cuffs and decorative buttons.

Keywords: costume design, social advertising, video, vertical format, fashion semiotics, slow fashion, normcore, quiet luxury, mental health, character.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ХУДОЖНЬО-СТИЛІСТИЧНОГО ПРОЄКТУВАННЯ КОСТЮМНОГО ОБРАЗУ.....	10
1.1. Еволюція костюма як художнього висловлювання: від театру до цифрового медіа.....	10
1.2. Семіотика костюма: знак, символ, образ у формуванні персонажа..	12
1.3. Сучасні стилістичні напрями у проєктуванні костюма для медіапродукту	13
Висновки	15
РОЗДІЛ 2. КОРОТКИЙ СОЦІАЛЬНИЙ ВІДЕОРОЛИК ЯК ХУДОЖНЬО- КОМУНІКАТИВНЕ СЕРЕДОВИЩ.....	16
2.1. Феномен короткого відеоконтенту: природа, аудиторія, драматургія	16
2.2. Роль персонажа у побудові наративу соціального ролика	17
2.3. Візуально-технологічні умови існування костюма в екранному простор ..	18
2.4. Аналіз прикладів успішного костюмування персонажів у соціальних відеороликах	20
Висновки	21
РОЗДІЛ 3. ХУДОЖНЬО-ПРОЄКТНА РОЗРОБКА КОСТЮМНОГО ОБРАЗУ ПЕРСОНАЖ	22
3.1. Розробка концепції соціального відеоролика: ідея, основне повідомлення, цільова аудиторія.....	22
3.2. Синопис та сценарний план відеоролика. Драматургічна структура і роль костюма в розкритті сюжету	23
3.3. Художнє проєктування костюма: стилістичне рішення та ескізна серія	26
3.4. Підбір одягу, аксесуарів та реквізиту. Адаптації їх до вимог концепції та сюж	30
3.5. Конструктивно-технологічне вирішення, вибір матеріалів та виготовлення окремих елементів костюма головного персонажу	31
3.6. Презентація костюмного образу в умовах відеозйомки	35

	7
Висновки	36
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	40
Додаток А	43
Додаток Б	48
Додаток В	53
Додаток Е	68
Додаток Є	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	70

ВСТУП

Кваліфікаційна робота бакалавра присвячена художньо-стилістичному проектуванню костюмного образу персонажа для коротких соціальних відеороликів. Актуальність теми зумовлена зростанням ролі соціальної відеороликів у формуванні суспільних цінностей та переходом цього жанру на мобільні платформи короткого формату. TikTok, Instagram Reels і YouTube Shorts змінили умови сприйняття відеоповідомлення: у вертикальному кадрі тривалістю 15–60 секунд, що переглядається без звуку, костюм персонажа стає основним, а нерідко головним інструментом передачі повідомлення про головного героя. Водночас питання художньо-стилістичного проектування костюмного образу саме для цього формату залишається практично не дослідженим у вітчизняній дизайн-освіті [1, 2, 14].

Об'єктом дослідження є система художньо-виразних засобів костюма у соціальних відеороликах, **предметом дослідження** є костюмований образ персонажа як інструмент передачі сенсів в соціальному відеоролику.

Мета роботи: розробити цілісний костюмний образ персонажа для соціального відеоролику, що органічно здатний транслювати складне смислове повідомлення виключно засобами мови одягу: силуетом, кольором, матеріалом і конструктивними деталями.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі **завдання**:

- проаналізувати еволюцію костюма як художнього висловлювання від театру до цифрових медіа;
- дослідити семіотику костюма у формуванні образу персонажа;
- охарактеризувати специфіку короткого соціального відеоролика як художньо-комунікативного середовища;
- розробити концепцію, синопсис та сценарний план відеоролика;
- обґрунтувати художньо-стилістичне рішення кульмінаційного костюма головного героя відеоролику;

- знайти та описати вдале конструктивно-технологічне вирішення та виготовити костюм;
- провести презентацію костюмного образу в умовах відеозйомки.

Методологічна основа роботи спирається на семіотичний метод аналізу знакових систем одягу, структурний аналіз драматургічної функції костюма та порівняльний аналіз аналогів у соціальній рекламі.

Структура роботи обумовлена метою і завданням дослідження. Праця складається зі вступу, чотирьох розділів, вісімнадцяти підрозділів, висновків і додатків (27 сторінок), списку використаних джерел (37 позицій на 4 сторінках). Обсяг роботи сягає 72 сторінок. Загальна кількість ілюстративного матеріалу, що включена до основного обсягу роботи включає 2 таблиці.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ХУДОЖНЬО-СТИЛІСТИЧНОГО ПРОЄКТУВАННЯ КОСТЮМНОГО ОБРАЗУ

У цьому розділі розглядаються теоретичні засади художньо-стилістичного проєктування костюмного образу. Досліджується еволюція костюма від античного театру до сучасних цифрових медіа, аналізується семіотична природа одягу як системи знаків і символів, а також характеризуються актуальні стилістичні напрями у проєктуванні костюма для медіапроектів.

1.1. Еволюція костюма як художнього висловлювання: від театру до цифрового медіа

Костюм як форма художнього висловлювання має тривалу і складну історію, що охоплює тисячоліття театральної практики, кінематографічний досвід та сучасну цифрову медіакультуру. Розуміння цієї еволюції є необхідною умовою для обґрунтованого художньо-стилістичного проєктування [1, 2].

Витоки сценічного костюма сягають Стародавньої Греції. Давньогрецька сцена потребувала образів, які можна розпізнати здалеку, через велику кількість глядачів деталі мали бути чіткими, наче символи на плитах [17, 18, 19]. Маски разом із просторими хітонами виділяли кожен тип особистості. Колір полотна говорив за героя, наприклад, похмурий - про скорботу, а яскравий - про радість. У такий спосіб колір та форма починала працювати як сигнал. Саме в античному театрі сформувався принцип, що визначав увесь подальший розвиток театального костюму: одяг є не слугою правди, а її переказом через форму.

У Середньовіччі театр позичив символічну роль одягу й доповнив її

християнськими значеннями. Костюми героїв негайно вказували на їхню приналежність до священного тексту [18, 19]. Колір полотна розповідав про характер персонажа: біле - невинність, червоне - кров і терпіння, чорне - темрява за межами раю. Форми, матеріали, фарби все працювало як система сигналів, зрозуміла всередині культури.

В елизаветинських п'єсах Шекспіра акцент перемістився від соціального маркування через одяг до відображення конфлікту всередині героя [1, 2]. Чорне вбрання Гамлета серед пишного оточення є не лише символом суму, але й проявом дистанції від решти. Саме такий контраст робить образ гучнішим за будь-яке слово.

З появою кінематографу на межі XIX–XX століть костюм опинився в принципово іншому просторі. Поява камери перетворила сприйняття: те, що на сцені було символом, тепер ставало предметом уважного аналізу через об'єктив [2]. Вбрання Чапліна - капелюх-котелок, короткий піджак, широченні штани й тростиночка - запам'яталось назавжди. У 1930–1950-х роках у Голлівуді дизайнер костюмів сформувався як окрема мистецька професія. Лідери напряму, такі як Едіт Хед та Адріан, малювали силуети героїв і водночас задавали стиль для масової аудиторії [1, 4].

З розповсюдженням телебачення у 1950–1960-х роках форматні обмеження малого екрану сформували нові підходи до створення образів. Костюми стали спокійнішими порівняно з кінематографом, проте складнішими за театральні. Саме тоді почав формуватися стиль медіаповідомлення, де кожна деталь одягу має значення [1, 4].

На межі XX–XXI століть технологічний стрибок зробив створення образів доступним кожному. Платформи YouTube (запущений 2005 року), Instagram та TikTok дозволили одному творцю бути водночас оператором, героєм зйомки й дизайнером одягу [16, 20]. Костюми для таких форматів стали менш відполірованими, зате ближчими до реальності. Помилки й простота часто сприймаються глядачем як ознака автентичності, а особистий стиль тепер

має більшу вагу, ніж бездоганність.

Мала тривалість цифрових відеороликів в соціальних мережах посилює значення одягу: за лічені десятки секунд образ повинен оголосити характер героя. Таке завдання нагадує стародавню сцену: там костюм теж працював як миттєве позначення ролі. Отже, розвиток одягу як форми мистецтва триває через постійну взаємодію з технічними обмеженнями та соціальними нормами аудиторії [14, 16].

1.2. Семіотика костюма: знак, символ, образ у формуванні персонажа

Замість розгляду костюма просто як речі, важливо подивитись на нього як на набір прихованих повідомлень. Семіотика як галузь, що вивчає знаки й способи кодування сенсів, дозволяє пояснити, чому окремий елемент гардеробу передає уявлення про соціальну роль, стиль життя чи особисті переконання. Будь-який предмет одягу виявляється формою невербальної комунікації, де кожна деталь має свій шифр [5, 8, 21].

На початку XX сторіччя основи семіотики сформували дві традиції, швейцарська (Фердинанд де Соссюр) та американська (Чарльз Пірс). Знак, за де Соссюром, живе там, де об'єднуються форма й значення. Коли мова доходить до одягу, кожна риса (тон полотна, контури силуету чи прикраса) стає сигналом для сприйняття [8, 21]. Цей сигнал несе образ людини: хто вона, як себе відчуває, звідки родом, якою мораллю керується.

Ролан Барт у своїй роботі «Система моди» (1967) довів, що мода живе за правилами мови, бо це система знаків. Одяг тут не лише існує, він передає значення. Три шари формують його суть: матеріальна речність, зображення на площині, текстовий опис [8]. У костюмі для відеоролику всі троє постають разом, переплітаючись без чітких граней.

Серед знаків у костюмі виділяють кілька типів. Іконічний знак має подібність до реального об'єкта, наприклад, домашній халат нагадує про

затишок оселі. Індекс виявляє стан людини: зморщений матеріал говорить про стомлення, акуратна постава натякає на стриманість. Символ, довільний знак, значення якого домовлено суспільством: біле пов'язують із бездоганністю, чорне, із сумом чи стильовою вагомістю [5, 8, 21].

Формуючи костюмний образ, важливо враховувати конотації, приховані значення, що надаються речам культурами. Біла футболка позначає просто одяг у буквальному сенсі. Однак через спосіб подачі чи оточення цей одяг стає символом простоти, незахищеності або невимушеності. Значення виникає не з матеріалу, а з ситуації, де річ опинилася [5, 8]. Саме так костюм починає говорити без слів, формуючи те, як глядач сприймає героя.

У відео про душевне здоров'я й прийняття себе образ одягу набуває особливого значення. Фактура матеріалу натякає на чуттєве сприйняття тіла, обмежена палітра свідчить про затишок всередині [5, 8]. Жодних зайвих деталей, жодного намагання видавати себе за когось іншого, одяг просто існує разом із персонажем, без театральності, без масок. Отже, костюм через призму семіотики перетворюється на мову без слів, де кожен елемент, наче літера в повідомленні.

1.3. Сучасні стилістичні напрями у проєктуванні костюма для медіапроєкту

У межах сучасної моди існує безліч стильових напрямів, кожен формується під тиском окремих естетик, субкультурних кодів або життєвих установок. Коли костюмер працює над медійним проєктом, йому доводиться орієнтуватися в цьому різноманітті з розумінням того, як кожна деталь говорить за себе [3, 6, 7].

Мінімалізм у моді має коріння в концептуальному мистецтві шістдесятих та роботах Міса ван дер Роу, де важливим став принцип «менше, це більше». Одяг у цьому стилі відзначається спокійними монохромними тонами,

простотою й прямоотою ліній, без оздоблення й вдаваності. У медіапросторі такий образ має особливу силу: він не перебиває слово, а обличчя лишається наголосом [3, 7].

«Нормкор» виник у 2011-13-14-х роках як відповідь на надто складну моду. Замаскований під звичайний стиль, він наголошує на тому, що не хоче бути поміченим: люди носять широкі джинси, базові светри й кросівки без видимих емблем. Сама схожість на решту стала формою самовираження. Логотипи пішли на задній план, залишились пропорції та тканини. Коли усе просто, ксе вирішують деталі: якість крою, чисті лінії (додаток Б). «Нормкор» це рух про впевненість в собі і не потрібність кричати усім, що ти у тренді. Як стиль цей напрям з'явився, як реакція на перевантаженість модою, він відчувався як здоровий відпочинок від стилів кінця 2000-х і початку 2010-х: обтислих джинсів і черепових принтів Alexander McQueen. Коли героя фільму одягають просто, це допомагає глядачу почуватися поруч із персонажем [31].

Повільна мода (slow fashion) відповідає на виклики сучасного консюмеризму поверненням до речей, створених надовго. Перевага надається натуральним матеріалам і натуральній кольоровій гамі, тонам, схожим на колір глини чи листя восени. Такий вибір у соціальних медіа перестає бути просто стилем і стає способом говорити про уповільнений, свідомий спосіб життя [6, 15]. Спочатку рух майже не мав впливу, але у 2013 році в Бангладеш обвалилася текстильна фабрика, де загинули тисячі робітників, які попередньо скаржились на жахливі умови праці. Саме ця трагедія знову розпалила дискусію про негативні соціальні й екологічні наслідки fast fashion [32].

Деконструктивізм пов'язаний з іменами Рей Кавакубо, Йодзі Ямамото, Мартіна Марджели. Форма розпадається: сирі шви, дисбаланс, прошарки матеріалів, каркаси назовні. Такий одяг говорить сам за себе, коли герой немов би ще формується, коли складні почуття демонструються через структуру [3, 6]. Так званий «Котеджкор» і «естетика затишку» набули популярності під час пандемії. Вбрання з квіточками, старовинні фартухи, плетені сумки (додаток

А), кожна деталь нагадує про повільні ранкові ритуали. Тут немає гонитви за новим, натомість притаманний затишок, який формується поволі [6, 15].

«Quiet luxury» («тиха розкіш»), тренд, що здобув оберт у 2022–2023 роках. Одяг створений із коштовних тканин, але без яскравих логотипів. Кольори приглушені, фасони сидять ідеально (додаток Б). Ця естетика нагадує внутрішню злагодженість, стан, коли людина нарешті перестає щось доводити. Це концептуально близьке до теми відеоролику [3, 6, 7]. Коріння quiet luxury – у реакції на надмірну моду 80-х і 90-х. З ростом глобального багатства зростав і апетит до показної розкоші. Фінансова криза 2008 року змінила ситуацію: заможні люди почали надавати перевагу речам, що мають цінність поза статусним символом. Після пандемії споживачі почали ставити якість вище кількості, цінуючи речі, які витримують перевірку часом і за стилем, і за міцністю [33].

Не всі стилі однаково ефективні у вертикальному відеоформаті. Мінімалізм не перенавантажує картинку, і в кадрі без зайвих деталей глядач краще фокусується на головному. Дрібний текстурний малюнок у відеозображенні може створювати небажаний ефект муар, тому однотонні матеріали або матеріали з великим виразним малюнком є оптимальними для костюма для відеоролику [3, 6].

Висновки

На основі теоретичного розгляду можна прийти до таких узагальнень. По-перше, костюм як мистецький прийом зародився в театрі стародавньої Греції і пройшов шлях від сцени до цифрового медіа, накопичуючи значення через нові форми подачі [1, 17, 18, 19]. По-друге, семіотичний аналіз дозволяє побачити одяг як систему знаків, де колір, форма, матеріал і конструктивні деталі передають те, що важко сказати словами. По-третє, для медіапроєкту, який розробляється в цій роботі, найбільш вдалим може бути поєднання мінімалізму, повільної моди та образу затишку, що відображає тему свідомого пробудження

та внутрішньої злагоди [3, 6, 8].

РОЗДІЛ 2

КОРОТКИЙ СОЦІАЛЬНИЙ ВІДЕОРОЛИК ЯК ХУДОЖНЬО-КОМУНІКАТИВНЕ СЕРЕДОВИЩЕ

Другий розділ присвячений дослідженню короткого соціального відеоролика як специфічного художньо-комунікативного середовища. Аналізуються природа і драматургія короткого відеоконтенту, роль персонажа у побудові наративу, а також візуально-технологічні умови існування костюма в екранному просторі вертикального формату. Окремо розглядаються приклади успішного костюмування персонажів у соціальних відеороликах.

2.1. Феномен короткого відеоконтенту: природа, аудиторія, драматургія

Короткий відеоформат є однією з найбільш стрімко зростаючих форм цифрової комунікації першої чверті XXI століття. Платформи TikTok, Instagram Reels та YouTube Shorts сформували новий тип медіаспоживання, де тривалість одиниці контенту коливається від 15 до 90 секунд, а конкуренція за увагу глядача відбувається у межах перших двох-трьох секунд відтворення [14, 16, 20].

Природа короткого відеоконтенту визначається кількома ключовими характеристиками. По-перше, вертикальний формат кадру (співвідношення сторін 9:16) є стандартом мобільного перегляду і принципово відрізняється від горизонтального кінематографічного простору. Вертикальний кадр акцентує постать людини, підкреслює її висоту і силует, що надає костюму персонажа особливого значення як візуальному домінанту [14]. По-друге, відсутність гарантованого звуку висуває зображальну складову на перший план: повідомлення має зчитуватися виключно через візуальні засоби.

За даними досліджень споживання цифрових медіа, середня тривалість

безперервної уваги при перегляді короткого відео становить близько 8 секунд [14]. Це означає, що перші кадри будь-якого соціального ролика несуть непропорційно велике смислове навантаження.

Роберт Маккі у своїй фундаментальній праці «Story: Substance, Structure, Style, and the Principles of Screenwriting» (1997) наголошує, що будь-яка форма оповіді (незалежно від її тривалості) потребує граничної концентрації кожного елемента, а стиснення часових рамок не спрощує зміст, а навпаки ускладнює вимоги до кожного виразного засобу [12]. У форматі 30–60 секунд кожен кадр, кожен костюмний акцент, кожен жест несуть функцію, яку у повнометражному кіно можуть виконувати цілі сцени.

Жан-Марі Дрю у праці «Disruption» (1996) обґрунтовує принцип, згідно з яким найефективніша комунікація будується не на підтвердженні існуючих очікувань аудиторії, а на пропозиції нового образу, здатного змінити точку зору [13]. Застосований до соціальної реклами, цей принцип означає: замість того, щоб вказувати аудиторії, що думати, ефективний ролик пропонує образ, з яким глядач сам себе ідентифікує.

2.2. Роль персонажа у побудові наративу соціального ролика

Персонаж у соціальному відеоролику виконує функцію, принципово відмінну від його ролі у художньому кіно або комерційній рекламі. Якщо в комерційній рекламі персонаж є носієм споживацького ідеалу, то в соціальних відео персонаж виступає насамперед дзеркалом: глядач має не захоплюватися ним, а впізнавати себе [12, 13].

Ця функція дзеркала визначає специфіку побудови образу. Персонаж соціального ролика має бути достатньо конкретним, щоб бути правдивим, і водночас достатньо відкритим, щоб допускати проєкцію. Надмірна біографічна конкретність звужує коло глядачів, які можуть ідентифікуватися з персонажем, тоді як відкритість образу максимізує можливість проєкції [12].

У короткому соціальному відеоролику на тему ментального здоров'я персонаж частіше постає як носій стану: його трансформація відбувається не через видовищні дії, а через ледь помітні зміни у поставі, жесті, погляді або костюмі [12, 13]. Таким чином, костюм персонажа є не декором, а мовою, тобто системою знаків, що транслює те, що не може бути виражене словами або дією.

2.3. Візуально-технологічні умови існування костюма в екранному просторі

Екранний простір відеоролика є принципово іншим середовищем для існування костюма. Костюм на екрані підпорядкований законам кінематографічного зображення: він існує у взаємодії з кадром, світлом, кольором фону і рухом камери. Саме тому проектування костюма для соціального відеоролика вимагає розуміння не лише художньо-стилістичних, а й технологічних умов екранного відтворення образу [2, 6].

Вертикальний формат 9:16 диктує специфічні умови сприйняття костюма, принципово відмінні від горизонтального кінематографічного простору. По-перше, вертикальний кадр зміщує акцент на верхню частину постаті: плечі, шия, комір, зона декольте і аксесуари потрапляють у центр глядацької уваги, тоді як нижня частина образу, включно з взуттям, нерідко залишається поза кадром або сприймається лише периферійно [14]. За даними досліджень, 94% користувачів тримають смартфон вертикально, що робить таку компоновку кадру структурною нормою. По-друге, ця особливість надає художнику по костюмах технологічну можливість знімати «верхню» і «нижню» частини образу в різний час і за різних умов без втрати цілісності. По-третє, компресований простір вертикального кадру підсилює контраст між кольорами костюма і фону, роблячи будь-який колірний акцент більш інтенсивним [14]. Суттєвий вплив на сприйняття костюма справляє рух камери і монтаж. Панорама переміщує погляд глядача вздовж постаті, послідовно відкриваючи деталі костюма і формуючи ди-

намічний образ. Наближення камери виокремлює конкретний фрагмент, перетворюючи його на смисловий акцент, тоді як відведення відновлює цілісний силует. Принципово важливим є те, що монтаж у короткому відео «розриває» костюм на окремі фрагменти: у межах 15–60 секунд глядач може побачити лише плечі, потім руку з аксесуаром, потім знову обличчя, і ніколи повний образ від голови до ніг. Це означає, що кожен фрагмент костюма має бути «читабельним» автономно, тобто нести власне смислове і стилістичне навантаження навіть поза контекстом цілого. При проектуванні відеокостюму необхідно мислити не лише образом у цілому, а й окремими «кадрами»: комір, манжет, пояс, взуття — кожен із цих елементів є самостійною одиницею візуального тексту.

Освітлення є одним із найпотужніших інструментів формування екранного образу і безпосередньо впливає на сприйняття костюма. Наукові дослідження підтверджують пряму залежність між характером освітлення і тим, як глядач сприймає зовнішність персонажа: різні колірні температури і напрямки світла суттєво змінюють враження від того самого костюма на екрані [34, 35]. Базова схема кінематографічного освітлення включає три джерела. Ключове світло (key light) розміщується під кутом 45° до осі камери і формує основний малюнок тіней та об'ємність форми. Заповнювальне світло (fill light) пом'якшує тіні від ключового і регулює контраст. Контрове світло (back light) розташовується за спиною персонажа і створює обвідний промінь по контуру, відокремлюючи постать від фону [36]. Розташування і характер освітлення визначають драматургічний тон сцени і, відповідно, сприйняття персонажа. Високий контраст між ключовим і заповнювальним світлом (співвідношення 4:1 або 8:1) занурює тіньову частину обличчя у темряву і породжує відчуття напруги або внутрішнього конфлікту — це принцип low-key освітлення, характерний для психологічних сцен. Навпаки, збалансоване м'яке освітлення (співвідношення 1,5:1–2:1) формує відкритий і щирий образ, що відповідає жанру соціальної реклами з позитивним меседжем [41]. Для костюма це означає наступне: у low-key схемі темні ділянки тканини «зникають» і залишається лише рельєф, тоді як у high-key

схемі видно всі деталі, фактуру і конструктивні лінії.

Тепле освітлення (2700–3200 K) надає теплих відтінків нейтральним тканинам і підсилює відчуття затишку і близькості, тоді як холодне (5500–6500 K) підкреслює строгість і мінімалізм [34]. Насичені кольори у відео набувають більшої інтенсивності через особливості кодування та відтворення зображення на екранах різних пристроїв. Дизайнер костюма має враховувати цю «екранну поправку» і відповідно регулювати насиченість і яскравість тонів [6]. Дрібний текстурний малюнок у відеозображенні «злипається» і створює ефект муар, тому однотонні матеріали або матеріали з великим виразним малюнком є оптимальними для відеокостюма.

Таким чином, екранне існування костюма у короткому соціальному відеоролику визначається системою взаємопов'язаних технологічних і художніх чинників. Вертикальний формат кадру, рух камери, монтажна фрагментарність образу та характер освітлення утворюють специфічне середовище, у якому костюм функціонує принципово інакше, ніж у традиційному кінематографі чи театрі. Художньо-ефективний відеокостюм має бути спроектований як система «читабельних фрагментів», де кожен елемент від силуету до аксесуара несе власне смислове навантаження і є виразним у будь-якому масштабі кадру. Освітлення при цьому виступає не лише технічним засобом, а й повноправним художнім інструментом, здатним радикально змінити сприйняття того самого костюма залежно від обраної драматургії сцени [34].

2.4. Аналіз прикладів успішного костюмування персонажів у соціальних відеороликах

Аналіз успішних прикладів костюмування у соціальних відео дозволяє виявити закономірності, що визначають ефективність костюма як комунікативного засобу. У межах даного дослідження були проаналізовані три ключові приклади [9, 10, 11].

Перший приклад, естетика *slow living* у соціальних мережах, що

романтизує щоденні ранкові ритуали як форму усвідомленого проживання дня (додаток Ж). Slow living контент демонструє послідовне використання стриманої, монохромної або натуральної кольорової гами [15]. Принцип «комфорт і природність як форма самоповаги» є основним меседжем, що транслюється через одяг у даній естетиці.

Другий приклад, відеоролик Always «Like a Girl» (2014), один з найбільш цитованих зразків сучасної соціальної реклами [9]. Концептуальне рішення полягало у свідомо нейтральному, невиразному одязі учасниць, щоб глядач зосередився виключно на людях та їхніх реакціях. Костюм тут використовується як засіб нейтралізації. «Like a Girl» іде від проблеми до рішення, демонструючи спочатку обмеження і лише потім пропонуючи їх подолання.

Третій приклад, кампанія Dove «#ChooseBeautiful» (2015), у якій жінки отримували реальний вибір: увійти до будівлі крізь двері з написом «красива» або «звичайна» [10]. Учасниці одягнені у повсякденний одяг, що підкреслює документальний, ненастановний характер повідомлення. Ключова спорідненість цього прикладу з темою дослідження, центральна роль акту вибору як форми самовизначення.

Аналіз цих трьох прикладів дозволяє сформулювати базовий принцип ефективного костюмування в соціальній рекламі: костюм має не ілюструвати проблему, а пропонувати образ бажаного стану. Буквальне ілюстрування проблеми через костюм є контрпродуктивним рішенням, оскільки фіксує глядача у стані проблеми [9, 10, 13].

Висновки

Короткий вертикальний відеоформат є специфічним середовищем, де кожен візуальний елемент несе підвищене комунікативне навантаження, а костюм персонажа є першим і найбільш стійким носієм смислу [14, 16, 20]. Персонаж соціального ролика виконує функцію дзеркала для глядача, тому його образ має поєднувати конкретність і відкритість. Провідний принцип

ефективного костюмування в соціальному рекламі: костюм має пропонувати образ бажаного стану, а не ілюструвати проблему [9, 10, 12, 13].

РОЗДІЛ 3

ХУДОЖНЬО-ПРОЕКТНА РОЗРОБКА КОСТЮМНОГО ОБРАЗУ ПЕРСОНАЖА

Третій розділ містить авторську художньо-проектну розробку костюмного образу персонажа для соціального відеоролика «Пробудження». Послідовно вирішуються практичні завдання: формування концепції та драматургічної структури ролика, художнє проектування і конструктивно-технологічне вирішення кульмінаційного костюма, підбір образів для всіх сцен та презентація готового костюма в умовах відеозйомки.

3.1. Розробка концепції соціального відеоролика: ідея, основне повідомлення, цільова аудиторія

Концепція соціального відеоролика «Пробудження» народилася з переосмислення традиційного підходу до теми ментального здоров'я в рекламних та просвітницьких матеріалах. Більшість існуючих соціальних роликів використовують стратегію «від проблеми до рішення», що має принциповий недолік: вона фіксує глядача на проблемному стані і може посилювати відчуття власної «ненормальності» [12, 13].

Ідея відеоролику будується на протилежному принципі. Ролик не показує проблему і не пропонує рішення. Ролик пропонує образ: образ жінки, яка вже живе у стані самоприйняття. Ранок героїні є послідовністю усвідомлених ритуалів: не боротьбою із собою, а зустріччю з собою. Цей підхід відповідає сучасним уявленням про ефективну комунікацію у сфері ментального здоров'я: замість патологізації негативних станів він пропонує нормалізацію позитивних практик [5, 12, 13].

Основне повідомлення ролика: «Кожна жінка має право обирати себе, свій стан, свій спосіб прояву у світі». Це право реалізується у малих, але свідомих діях: у виборі помади, у звуці застібки косметички, у поцілунку, залишеному на дзеркалі. Центральний образ ролика (фінальний костюм і жест) є матеріальним виразом саме цього права [5, 8].

Цільова аудиторія ролика визначається як широка, без жорстких демографічних обмежень. Образ головної героїні свідомо позбавлений конкретних біографічних маркерів, що забезпечує максимальну можливість проєкції. Вибір формату (короткий вертикальний відеоролик для мобільних платформ) обумовлений тим, що саме в цьому форматі соціальна реклама має найбільший шанс потрапити до органічного потоку споживання контенту цільової аудиторії [12, 14, 16].

3.2. Синопис та сценарний план відеоролика. Драматургічна структура і роль костюма в розкритті сюжету

Синопис (від грецьк. *synopsis* – огляд) – за визначенням Вікіпедії, короткий опис дії у кінострічці чи кіносценарії з додаванням образних елементів[37]. У ширшому академічному значенні синопис є стислим та змістовним викладом авторського задуму, що включає основні сюжетні лінії, ключових персонажів, поворотні моменти і загальну тональність твору. Він є першим кроком сценарного планування і дозволяє в компактній формі сформулювати драматургічне ядро проєкту: хто є персонажем, через які події він проходить і яку трансформацію переживає [12]. У практиці соціальної відеореклами синопис особливо важливий, оскільки в умовах короткого формату кожна сцена має нести чітке смислове навантаження, а драматургічна дуга має бути вибудована гранично економно. Синопис авторського соціального відеоролику наведено нижче.

«Ранок. Жінка прокидається, неспішно проходить крізь звичні ритуали

нового дня: будильник, ліжко, кухня, ванна кімната. Коли вона відкриває косметичку і дістає помади, через неї проходять три спогади: несмілива дівчина з прозорим блиском, спокійна жінка з коричневою помадою в кафе. Вона вибирає червону. Впевненим рухом промальовує губи, залишає поцілунок на дзеркалі і виходить у сірому костюмі з червоними вставками-краватками, акцентними манжетами і червоними гудзиками. Без слів. Без пояснень. Тільки образ.

Драматургічна структура ролика є компресованою тричастинною формою [12]. Перша частина (зав'язка) – ранкові ритуали в нейтральному домашньому одязі: піжама, капці. Ця частина встановлює тональність – спокійну, усвідомлену. Друга частина (розвиток і кульмінація) – сцена з косметичкою і три спогади, що відповідають трьом станам: несміливість, самодостатність, рішучість. Третя частина (розв'язка) – фінальний жест і вихід у фінальному костюмі як підтвердження: вибір зроблено.

Костюм у кадрі є не декорацією, а мовою образу: кожна сцена має власне костюмне рішення, що несе психологічне навантаження і просуває драматургічну дугу [5, 8]. Піжама першої частини символізує інтимність, перехідний стан між сном і дією. Фінальний сірий костюм із червоними акцентами втілює трансформацію, завершення дуги, матеріалізацію вибору. Через три костюмних образи ролик розповідає коротку, але цілісну біографію жінки, що знаходить свій голос».

Детальний сценарний план із костюмними рішеннями і психологічним наповненням кожної сцени наведено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Покадровий сценарний план соціального відеоролику
з описом костюмних рішень

ДІЯ	НАПОВНЕННЯ КАДРУ	ОСОБЛИВОСТІ КОСТЮМА	ПСИХОЛОГІЧНЕ НАПОВНЕННЯ
-----	---------------------	------------------------	----------------------------

ДІЯ	НАПОВНЕННЯ КАДРУ	ОСОБЛИВОСТІ КОСТЮМА	ПСИХОЛОГІЧНЕ НАПОВНЕННЯ
Спрацьовує будильник на телефоні	Крупним планом в центрі, час на телефоні	—	Будильник, сигнал до пробудження не лише фізичного, а й ментального. Цифри символізують структуру і контроль над часом.
Жінка пробуджується / прокидається	У кадрі жінка зі спини, яка сидить на ліжку	Класична піжама (брюки та сорочка на гудзиках) стриманих кольорів	Спина до камери (інтимність без експонування. Сидяча поза) перехідний стан між сном і дією.
Жінка встає з ліжка	У кадрі видно ліжко та однотонну білу білизну	—	Біла білизна, табула раса, порожнє полотно нового дня. Плавний перехід підкреслює усвідомлений характер ранку.
Ноги торкаються килиму, вдягаються капці	Доглянуті ноги, капці рівно поряд, однотонний килим	Однотонні пухнасті капці, про чутливість і любов до комфорту	Заземлення. Контакт із поверхнею, перший тактильний зв'язок із реальністю дня.
Жінка іде до кухні	Вид знизу: шоркаючи капцями, жінка іде коридором	Піжама і капці з попередніх кадрів	Рух як медитація. Коридор, проміжний простір між приватністю та функціональністю.
Кавовий ритуал	Крупним планом доглянута рука ставить чашку на кавомашину, натискає кнопку	Однотонний акуратний манікюр без дизайну, відсутність прикрас	Турбота про себе через ритуал. Біла чашка, естетика простоти.
Церемонія єднання з собою	Жінка у ванній: чистить зуби, розчісує волосся	Доглянуте рівне волосся рудого кольору, стриманість і бажання заявити про себе	М'яке розсіяне світло, атмосфера безпеки без критики. Елементарні дії стають актами турботи.
Макіяж	З тумбочки дістається однотонна косметичка, розстібається (звук + камера за бігунком)	—	Відкриття скриньки з можливостями. Звук розстібання створює інтимність. Момент перед вибором.
Вибір 1: нюдова помада	Жінка дістає нюдову помаду	—	—
Спогади 1	Молода дівчина перед	Легке біле плаття в	Ностальгія за юністю.

ДІЯ	НАПОВНЕННЯ КАДРУ	ОСОБЛИВОСТІ КОСТЮМА	ПСИХОЛОГІЧНЕ НАПОВНЕННЯ
	дзеркалом фарбує губи майже прозорим блиском	чорний горошок, чистота, природність, бажання злитись із середовищем	Помада без кольору, неспівмірність заявляти про себе. Стан «я тільки вчусь бути жінкою».
Вибір 2: коричнева помада	Жінка відкладає нюдову, дістає коричневу помаду	—	—
Спогади 2	Спокійна дівчина в кафе нуте у блокнот. Крупним планом, відбиток помади на чашці	Офіційний костюм у сірих тонах, прагнення виглядати серйозно, внутрішня гармонія	Образ самодостатньої жінки. Відбиток помади, слід присутності в світі. Стан «мені цікаво зі мною».
Вибір 3: червона помада	Впевненим рухом промальовує губи. Ставить поцілунок на дзеркалі, розвертається й іде	Сірий офіційний костюм з червоними краватками по боках штанів і рукавів, акцентні манжети, червоні гудзики	Фінальна трансформація (вибір сили. Червона помада) рішучість і заява про себе. Поцілунок на дзеркалі, акт самоствердження.

3.3. Художнє проектування костюма: стилістичне рішення та ескізна серія

Для реалізації сценарного плану відеоролику «Пробудження» необхідно розробити чотири костюмних образи відповідно до таблиці 3.1. Образ 1 – піжама (сцени пробудження і ранкових ритуалів): м'який домашній одяг, що передає стан між сном і реальністю. Образ 2 – перший спогад (несмілива дівчина): легке плаття в горошок з прозорим блиском як атрибутом невпевненості. Образ 3 – другий спогад (самодостатня жінка): стриманий офіційний костюм нейтрального кольору з коричневою помадою як деталлю. Образ 4 – кульмінаційний костюм (рішуча жінка, що знайшла свій голос): сірий приталений піджак і прямі брюки з червоними вставками-краватками, акцентними манжетами і червоними гудзиками. Пошукові ескізи всіх чотирьох образів із варіантами опрацювання наведено у додатку Г на рисунках Г.1 - Г.4.

Для більш якісної подачі художнього рішення було використано генеративний штучний інтелект (далі - ШІ) як допоміжний інструмент для

пошуку художньої подачі, стилізації персонажа та візуалізації костюмів. Робота з III відбувалася поетапно: спочатку були завантажені пошукові ескізи, після чого за допомогою текстових промтів формувалися ескізи героїні для різних сцен. Основною вимогою було збереження єдиного стилю подачі: модна графіка, акварельна техніка, тонкий контурний рисунок, легкі сіро-бежеві акварельні плями на фоні, стилізоване обличчя та театралізована поза персонажа.

Нижче, в таблиці 3.2. наведені тексти промтів для ChatGPT, які дозволили отримати якісну художню подачу ескізів.

Таблиця 3.2.

Промпти для трансформації пошукових ескізів у завершені
fashion-візуалізації

№ п/п	Текст промта	Результат візуалізації
1.	Створи завершену fashion-ілюстрацію образу героїні на повний зріст на основі пошукового ескізу домашнього образу-піжами. Потрібно зберегти основну ідею ескізу: затишний ранковий look, м'який домашній настрій, вільний силует піжами та атмосферу першої сцени. Образ має виглядати як стильна дизайнерська візуалізація персонажа, а не як простий технічний начерк. Зобрази молоду жінку у вільній піжамі світлого відтінку — білого, молочного або дуже світлого лавандово-сірого. Верх — сорочка оверсайз із відкладним коміром, довгими рукавами, застібкою на ґудзики та накладною кишенею на грудях. Низ — вільні прямі штани з м'якою посадкою, зі злегка підгорнутими манжетами внизу. Тканина має виглядати легкою, м'якою, натуральною, комфортною для домашнього одягу. Героїня повинна мати виразну, елегантну, але розслаблену поставу. В одній руці вона тримає чашку гарячого напою, від якої піднімається пара, інша рука може бути недбало покладена в кишеню штанів. На ногах — пухнасті домашні капці. Додай руде кучеряве волосся, зібране частково догори, із м'якою пов'язкою або текстильною стрічкою на голові. Обличчя має бути витонченим, з легким макіяжем і спокійним, трохи мрійливим виразом. Можна делікатно передати побутову атмосферу ранку, закладену в пошуковому ескізі, але без перевантаження композиції другорядними предметами. Якщо додавати деталі, вони мають лише підкреслювати домашній настрій образу. Основна увага повинна бути зосереджена саме на героїні та костюмі.	Рис. Г.6.

	Стиль виконання - художня fashion-ілюстрація: тонка лінія, легке штрихування, акварельні або маркерні заливки, м'яка передача фактури тканини. Фон - світлий, нейтральний, з делікатними сірими акварельними плямами. Зображення має виглядати як професійна дизайнерська візуалізація, ескізна, але завершена. Не фотореалізм, а саме модна ілюстрація.	
Продовження таблиці 3.2.		
2.	Створи завершену fashion-ілюстрацію героїні на повний зріст на основі пошукового ескізу образу «плаття в горошок» для другої сцени. Потрібно зберегти ідею легкого, романтичного та ніжного образу, що передає атмосферу ностальгії за юністю. Зобрази молоду жінку в короткій світлій сукні молочного або кремового кольору в дрібний темний горошок. Сукня має бути легкою й повітряною: з м'яким вирізом горловини, рядом гудзиків по центру, рюшами або воланами від плечей, злегка підкресленою талією та короткою спідницею з присбореним воланом унизу. Героїня має виглядати витончено й жіночно, у легкій невимушеній позі. В одній руці можна додати маленьку чорну декоративну сумочку. На ногах - світлі босоніжки або сандалі. Волосся руде, хвилясте або кучеряве, з романтичним акцентом, наприклад стрічкою чи бантом. Вираз обличчя - теплий, мрійливий, ніжний. Стиль виконання - художня fashion-ілюстрація: тонка лінія, легке штрихування, акварельні або маркерні заливки, м'яка передача фактури тканини. Фон - світлий, нейтральний, з делікатними сірими акварельними плямами. Зображення має виглядати як професійна дизайнерська візуалізація, ескізна, але завершена. Не фотореалізм, а саме модна ілюстрація.	Рис. Г.7.
3.	Створи завершену fashion-ілюстрацію героїні на повний зріст на основі пошукового ескізу образу сірий офіційний костюм. Потрібно зберегти загальну ідею стриманого, елегантного й сучасного образу, що передає характер самодостатньої жінки Зобрази молоду жінку в світло-сірому костюмі: вільний або злегка оверсайз жакет, світла сорочка чи блуза, темна вузька краватка, широкі прямі штани з м'якою посадкою. Образ має бути стильним, невимушеним і сучасним, із поєднанням класики та casual-естетики. Можна додати чорну сумку на плече та світлі кросівки або спортивне взуття як сучасний акцент. Героїня має виглядати впевненою, спокійною й витонченою. Поза - природна, розслаблена: одна рука в кишені, інша вільно опущена або підтримує сумку. Волосся злегка кучеряве або хвилясте, з недбалою елегантною укладкою. Вираз обличчя - спокійний, задумливий, стриманий.	Рис. Г.8.

	Стиль виконання - художня fashion-ілюстрація: тонка лінія, легке штрихування, акварельні або маркерні заливки, м'яка передача фактури тканини. Фон - світлий, нейтральний, з делікатними сірими акварельними плямами. Зображення має виглядати як професійна дизайнерська візуалізація, ескізна, але завершена. Не фотореалізм, а саме модна ілюстрація..	
Продовження таблиці 3.2.		
4.	Створи цілісну fashion-ілюстрацію образу героїні на повний зріст на основі двох пошукових ескізів костюма: жакета та брюк. Потрібно об'єднати ці елементи в завершений сценічний образ для кульмінаційної сцени. Зберегти основні конструктивні й декоративні риси: сірий приталений жакет із видовженим силуетом, лацканами, червоним оздобленням уздовж лацканів і борту, червоними манжетами, двома червоними гудзиками та кишенями з клапанами. Брюки мають бути сірі, широкі, вільного крою, з червоними вертикальними вставками / кантами вздовж бокових швів. Додати до образу темну смугасту блузу або сорочку, що підкреслює графічність костюма. Героїня має виглядати впевнено, елегантно й драматично: висока модельна постава, одна рука біля обличчя, інша — у кишені або на лінії стегна. Додати руде об'ємне кучеряве волосся, виразний макіяж із червоною помадою, червоні туфлі як акцент, що підтримує червоні деталі костюма. Загальний настрій образу — кульмінаційний, яскравий, сценічний, але без надмірної декоративності. Стиль виконання - художня fashion-ілюстрація: тонка лінія, легке штрихування, акварельні або маркерні заливки, м'яка передача фактури тканини. Фон - світлий, нейтральний, з делікатними сірими акварельними плямами. Зображення має виглядати як професійна дизайнерська візуалізація, ескізна, але завершена. Не фотореалізм, а саме модна ілюстрація.	Рис. Г.9.

Стилістичним напрямом кульмінаційного костюма обрано мінімалізм із елементами конструктивізму. По-перше, тема ментального здоров'я вимагає стриманості мови і відсутності надлишкового декору. По-друге, вертикальний формат кадру 9:16 природно підкреслює вертикальні лінії і силует. По-третє, образ персонажа (жінки, яка знає собі ціну,) вимагає точності і впевненості висловлювання [3, 6, 7].

Колористична гама костюма будується на контрасті двох кольорів: сірого і червоного. Сірий є домінантним кольором основної тканини, він уособлює

стриманість, нейтральність і впевненість без надмірної демонстративності [5, 8]. На відміну від білого, сірий є кольором «між»: між офіційним і особистим, між зовнішнім і внутрішнім. Червоний виступає різким акцентним кольором вставок, манжетів і гудзиків, рішучим, провокаційним, енергійним. Контраст сірого і червоного говорить про внутрішню силу, що проривається назовні через деталь.

Силует костюма: класичний, офіційний приталений піджак і прямі брюки. Базова класична форма забезпечує зчитуваність костюма як «ділового», соціально маркованого образу виходу у публічний простір, і водночас є найбільш нейтральною з точки зору приналежності до конкретної моди [3, 7].

Конструктивною домінантою костюма є лінія бічного шву. Саме вона стає місцем художнього висловлювання: шов розкривається, щоб прийняти в себе краватку як елемент «чоловічого» дрес-коду і перетворити її на органічну частину себе [3, 11]. Цей конструктивний прийом є метафорою, що відповідає центральному меседжу ролика: прийняти, переосмислити і зробити своїм. Ескізна серія включає три варіанти опрацювання образу: базовий силует із позначенням конструктивних ліній вставок; деталізований ескіз із уточненням форми вставок і характеру розміщення гудзиків; ескіз у кольорі з відпрацюванням хроматичного контрасту.

Таким чином, художньо-стилістичне рішення кульмінаційного костюма є цілісною системою, де кожен елемент підпорядкований єдиному концептуальному задуму. Стилiстичний напрям мiнiмалiзму з елементами конструктивiзму, колористична гама на контрастi сiрого i червоного, класичний приталений силует i конструктивна домiнанта бiчного шву з вставкою-краваткою утворюють взаємопов'язану знакову систему, що матерiалiзує центральне повiдомлення ролику. Костюм не iлюструє меседж, а є ним: через матерiал, колiр, форму i конструктивний прийом вiн передає iдею права жiнки привласнювати, переосмислювати i робити своїм те, що традицiйно вважалося чужим. Саме ця смислова точнiсть вiдрiзняє проєктований костюм вiд

стилістичного вибору і наближає його до висловлювання

3.4. Підбір одягу, аксесуарів та реквізиту. Адаптація до вимог концепції та сюжету

Підбір одягу для всіх костюмних образів ролика «Пробудження» здійснювався відповідно до єдиної образної логіки: від інтимного приватного до відкритого публічного, від нейтрального до символічно навантаженого [3, 5].

Для першої сцени (пробудження) підібрано класичну піжаму (брюки і сорочка на гудзиках) у стриманій кольоровій гамі (кремовий, пудровий, сіро-блакитний). Матеріал піжами (натуральна бавовна або льон) забезпечує природний вигляд і характерну «живу» фактуру у відеозображенні [6]. Принциповою умовою є відсутність будь-яких декоративних або яскравих деталей.

Для сцен ранкового ритуалу підібрано домашній одяг (м'який халат або довга домашня сукня) у тій самій стриманій гамі. До образу додано пухнасті однотонні капці як носій символічного значення: м'якість і комфорт як форма турботи про себе. Для сцен-спогадів: перший спогад, легке біле плаття в чорний горошок, простий фасон; другий спогад, офіційний костюм у сірих тонах прямого, функціонального крою без акцентів [3, 6].

Єдиним акцентним аксесуаром є помада, яка відіграє ключову роль у сюжетній структурі ролика і в системі кольорових символів (нюдова (коричнева) червона) [5, 8]. Реквізит підбирався за принципом мінімалізму і функціональності: будильник, кавомашина, чашка, косметичка, нейтральні, без помітних брендових маркерів. Нейтральний колір чашки і однотонна білизна ліжка є частиною загальної кольорової системи ролика.

3.5. Конструктивно-технологічне вирішення, вибір матеріалів та

виготовлення окремих елементів костюма головного персонажа

Конструктивно-технологічне рішення кульмінаційного костюма є результатом взаємодії двох завдань: художнього (реалізація символічного образу) і технологічного (виготовлення виробу, що відповідає умовам відеозйомки). Технічні рисунки всіх складових костюма (вид спереду і ззаду) наведено у додатку Е.

Нижче в таблиці 3.3. наведено технічний опис складових костюма.

Таблиця 3.3.

Технічний опис складових кульмінаційного образу

Виріб	Технічний опис
Жакет Рис.Е.1.	Жакет жіночий напівприлеглого силуету, довжиною до лінії стегон, виконаний з костюмної тканини сірого кольору з фактурною поверхнею. Виріб має класичну конструкцію з вшивними довгими рукавами, відкладним коміром та лацканами. На пілочках жакету передбачені рельєфні шви, що формують прилягання виробу по фігурі. Застібка центральна, на два гудзики червоного кольору. На лінії талії розміщені прорізні кишені з клапанами. Нижній край жакета має заокруглену форму по бортах. Комір відкладний, з лацканами класичної форми. Уздовж зовнішнього краю лацканів розташована декоративна оздоблювальна вставка з червоної атласної тканини. Вставка проходить симетрично по обох лацканах від верхньої частини до лінії застібки, підкреслюючи конструктивну лінію борта. Рукави довгі, вшивні, двошовні. По низу рукавів передбачено декоративні манжети з червоної атласної тканини. Спинка жакета з центральним швом, з рельєфними швами від пройми до низу виробу для формування силуету.
Брюки	Брюки жіночі прямого силуету, повної довжини, виконані з тієї

Рис.Е.2.	самої сірої костюмної тканини, що й жакет. Виріб має вільне прилягання у верхній частині та прямі широкі штанини до низу. Верхній зріз брюк оброблений пришивним поясом. У передній частині поясу передбачений декоративний шнурок для регулювання ширини за лінією талії. Посадка брюк середня або злегка підвищена. Передні половинки брюк мають складки або заціпи від лінії поясу, що забезпечують додатковий об'єм у ділянці стегон. По центру кожної штанини проходить заправована стрілка. Уздовж бокових швів обох штанин розташовані декоративні червоні вставки з атласної тканини. Вставки проходять від верхньої частини брюк до низу штанин. У нижній частині червоні вставки продовжуються за край низу брюк і формують декоративне виступаюче завершення у вигляді загостреного елемента. Задні половинки брюк мають прямий силует. У верхній частині спинки передбачені прорізнi кишени з листочкою або імітація прорізних кишень.
----------	---

Продовження таблиці 3.3.

Блуза	Блуза жіноча прямого силуету, виконана з легкої сорочкової тканини білого кольору з вертикальною смугою чорного кольору. Перед блузи складається з двох пілочок із центральною застібкою на гудзики. Застібка розташована по центру переду на пришивній планці. Гудзики дрібні, світлого кольору, розміщені рівномірно по всій довжині застібки. Комір сорочкового типу, відкладний, з відрізною стійкою. Кінці коміра загострені. Рукави довгі, вшивні, одношовні з манжетами по низу. Манжети застібаються на гудзики. Спинка блузи суцільна з кокеткою у верхній частині. Силует спинки
-------	---

	прямий, з незначною свободою облягання.
--	---

Матеріали. Основна тканина для піджака і брюк – костюмна тканина сірого кольору з характерною фактурною поверхнею (рогожка або костюмний меланж). Ця фактура надає костюму тактильної щільності і живого вигляду у відеозображенні. Вимоги до тканини обумовлені умовами відеозйомки: матова поверхня без блиску, достатня щільність для збереження форми, рівний середньо-сірий тон. Матеріал для вставок у брюки і манжет піджака – класичні чоловічі краватки червоного кольору. Єдина тканина для вставок і манжет створює колористичну і смислову єдність: червоний акцент проходить крізь весь костюм знизу вгору, від кльошу брюк до манжети рукава. Вибір саме краваток є принциповим: краватка як готовий виріб несе культурний код «чоловічого» ділового образу. Вшивання краватки як конструктивного елемента жіночого костюма є художнім актом переосмислення цього коду.

Технологічна послідовність: побудова лекал за індивідуальними мірками; розкрій основної тканини; підготовка вставок і манжет з краваткової тканини; вшивання вставок по бічних швах брюк; виготовлення і обробка манжет піджака; пошиття основних конструктивних швів; обробка краю рукавів і низу брюк; фінальна примірка та корекція посадки.

Матеріали. Основна тканина для піджака і брюк: костюмна тканина сірого кольору з характерною фактурною поверхнею (рогожка або костюмний меланж). Ця фактура надає костюму тактильної щільності і «живого» вигляду у відеозображенні. Вимоги до тканини обумовлені умовами відеозйомки: матова поверхня без блиску, достатня щільність для збереження форми, рівний середньо-сірий тон.

Матеріал для вставок, класичні чоловічі краватки червоного кольору. Вибір саме краваток є принциповим: краватка як готовий виріб несе культурний код «чоловічого» ділового образу [11]. Вшивання краватки як

конструктивного елемента жіночого костюма є художнім актом переосмислення цього коду. Кількість краваток: орієнтовно по 3–4 на кожен бічний шов брюк і по 1–2 на кожен рукав піджака. Конструктивне вирішення брюк. Брюки кроїться за класичною прямою викрійкою. Краватки розкладаються по довжині шва і збираються у нижній частині, щоб утворити кльош. Краватка вшивається між двома полотнищами основної тканини так, щоб вузька частина ховалась у шві у верхній частині штанини, а широка вільно «розкривалась» у нижній. Конструктивне вирішення піджака. Піджак кроїться за приталеною класичною викрійкою. Бічний шов рукава розпорюється від пройми до манжети. По лінії розпору вшивається краватка рівно, утворюючи вертикальну смугу по зовнішньому шву рукава. Манжета рукава виготовляється з атласної тканини червоного кольору. На піджаку пришиваються червоні декоративні гудзики [3].

Технологічна послідовність: побудова лекал за індивідуальними мірками; розкрій основної тканини; підготовка вставок; вшивання вставок по бічних швах брюк і рукавів піджака; пошиття основних конструктивних швів; обробка краю рукавів і низу брюк; пришивання декоративних гудзиків; фінальна примірка та корекція посадки [2, 3].

3.6. Презентація костюмного образу в умовах відеозйомки

Презентація костюмного образу в умовах відеозйомки є завершальним етапом проектного процесу. Костюм як об'єкт дизайну набуває свого остаточного смислу лише в контексті конкретного кадру, освітлення і руху [2, 6].

Для відеозйомки ролика були визначені такі умови. Формат (вертикальний, 9:16. Основна локація для ранкових сцен) інтер'єр із нейтральними стінами (білий або сіро-білий тон), що забезпечує виразний контраст для всіх костюмних образів [14].

Режисерський план ролика передбачає три рівні «прочитання» костюма: ростовий план дозволяє оцінити силует і загальний колірний контраст; поясний план виявляє лінію швів і характер вставок на рукавах; крупний план фіксує деталі, гудзики, текстуру тканини і краваток, точку переходу між сірим і червоним [2, 6].

Рух персонажа у фінальній сцені є частиною презентації костюма. Коли героїня розвертається від дзеркала і виходить з кадру, кльош брюк розкривається у русі, демонструючи червоні вставки у повній красі [12, 13]. Виконавиця провела кілька пробних виходів у костюмі перед камерою для перевірки посадки у русі і узгодження пластики з образом персонажа.

Висновки

У межах художньо-проектної розробки вирішено такі завдання. Розроблено концепцію соціального відеоролика «Пробудження», де ключовим принципом є пропонування образу жінки, що вже обрала себе [12, 13]. Побудовано драматургічну структуру ролика з детальним сценарним планом (табл. 3.1). Обґрунтовано художньо-стилістичне рішення кульмінаційного костюма: мінімалізм із елементами конструктивізму, контраст сірого і червоного, вставки з краваток як переосмислення гендерних кодів [3, 5, 8, 11]. Розроблено конструктивно-технологічне рішення костюма. Проведено презентаційний етап у реальних умовах відеозйомки, що підтвердив відповідність готового костюма концептуальним завданням ролика.

РОЗДІЛ 4

ОХОРОНА ПРАЦІ

У четвертому розділі визначено вимоги охорони праці, що діють під час виконання дипломного проекту. Розглядаються норми безпеки при роботі зі швейним обладнанням та ручними інструментами, правила організації комп'ютерного робочого місця, вимоги пожежної безпеки, а також нормативи освітлення й мікроклімату навчального приміщення.

4.1. Загальні вимоги безпеки при виконанні дипломного проекту

Виконання дипломного проекту зі спеціальності 022 «Дизайн» передбачає роботу в навчальній майстерні або проєктній аудиторії, що включає роботу з швейним обладнанням, ручними інструментами, а також тривалу роботу за комп'ютером. Відповідно до Закону України «Про охорону праці» (№ 2694-ХІІ від 14.10.1992 р.) та Кодексу законів про працю України, кожен учасник навчального процесу зобов'язаний дотримуватися норм безпеки на робочому місці. Перед початком роботи студент зобов'язаний пройти інструктаж з охорони праці, ознайомитися з правилами роботи на швейному обладнанні та з вимогами до організації робочого місця.

4.2. Вимоги безпеки при роботі зі швейним обладнанням та ручними інструментами

Під час пошиття костюмного виробу використовується швейна машина, праска, а також ручні інструменти: голки, шпильки, ножиці, сантиметрова стрічка. При роботі з цим обладнанням необхідно дотримуватися таких вимог: перед початком роботи на швейній машині слід перевірити справність

обладнання, надійність кріплення голки та наявність захисного щитка; під час роботи не допускається тримати пальці рук поблизу голки машини; голки і шпильки слід зберігати у спеціальній подушечці або коробці; ножиці передаються іншій особі тільки кільцями вперед; праска після закінчення роботи обов'язково вимикається від мережі. Відповідно до ДСТУ 7234:2011 «Дизайн. Ергономічні вимоги», робоче місце для ручної і машинної роботи з тканиною має бути організоване таким чином, щоб унеможливити надмірне статичне навантаження на хребет і плечовий пояс.

4.3. Вимоги безпеки при роботі з комп'ютерною технікою

Значна частина роботи над дипломним проектом виконується за комп'ютером. Відповідно до ДСанПіН 3.3.2.007-98 «Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами», тривалість безперервної роботи за екраном не повинна перевищувати 50 хвилин, після чого необхідна перерва не менше 10 хвилин. Монітор має бути розташований на відстані 60–70 см від очей, верхній край екрана, на рівні очей або дещо нижче. Освітлення робочого місця має бути рівномірним, без відблисків на екрані. Для профілактики захворювань опорно-рухового апарату робоче крісло має забезпечувати підтримку попереку.

4.4. Вимоги пожежної безпеки

Навчальна майстерня відноситься до приміщень з підвищеною пожежною небезпекою через наявність текстильних матеріалів. Відповідно до Правил пожежної безпеки в Україні, у приміщенні майстерні забороняється: залишати без нагляду ввімкнену праску або інші нагрівальні прилади; захащувати проходи та евакуаційні виходи; використовувати відкритий вогонь. Приміщення має бути обладнане первинними засобами пожежогасіння

(вогнегасник порошковий або вуглекислотний), а студенти, ознайомлені з планом евакуації.

4.5. Освітлення та мікроклімат робочого приміщення

Відповідно до ДБН В.2.5-28:2018 «Природне і штучне освітлення», для приміщень, де виконуються роботи, що потребують точного зору (пошиття, ескізування), нормований рівень освітленості становить не менше 300–500 лк на робочій поверхні. Рекомендується використання комбінованого освітлення: загального стельового і місцевого. Температура повітря у робочому приміщенні в теплий період року має становити 22–25°C, у холодний (19–22°C; відносна вологість) 40–60%. Приміщення має провітрюватися не рідше двох разів на день.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У результаті виконання дипломного проекту вирішено комплекс теоретичних і практичних завдань. У теоретичній частині проаналізовано феномен короткого соціального відеоролика як специфічного художньо-комунікативного середовища. Встановлено, що вертикальний формат 9:16, характерний для мобільних платформ TikTok, Instagram Reels та YouTube Shorts, формує принципово нові умови існування костюма в екранному просторі: підвищену роль силуету, необхідність великих виразних деталей і чіткого кольорового контрасту [14, 16, 20]. Визначено роль персонажа у побудові наративу соціального ролика: персонаж виконує функцію дзеркала для глядача, а костюм є першим і найстійкішим носієм смислу в умовах обмеженої уваги аудиторії [12]. Проведено аналіз успішних прикладів костюмування у соціальній рекламі, естетики *slow living*, кампаній Always «Like a Girl» (2014) і Dove «#ChooseBeautiful» (2015), і сформульовано провідний принцип: костюм у соціальному відеоролику на тему ментального здоров'я має не ілюструвати проблему, а пропонувати образ бажаного стану [9, 10, 13].

У практичній частині розроблено авторський соціальний відеоролик «Пробудження» на тему ментального здоров'я жінки. Концепція ролика побудована на відмові від дидактичного підходу: замість показу проблеми і пропонування рішення, ролик пропонує образ жінки, яка вже живе у стані самоприйняття [12, 13]. Розроблено повну драматургічну структуру ролика з детальним сценарним планом (додаток В, табл. 3.1) та костюмним рішенням для кожної сцени.

Ключовим результатом проекту є авторський костюмний образ, сірий приталений піджак і прямі брюки з текстурної тканини (рогожка), доповнені

червоними вставками-краватками по бічних швах брюк і рукавів піджака, акцентними манжетами з атласної тканини та червоними декоративними гудзиками [3, 6]. Стилiстичний напрям, мiнiмалiзм iз елементами конструктивiзму. Принциповим концептуальним рiшенням є використання краватки як конструктивного елемента крою: цей прийом є художнiм висловлюванням про право жiнки на тi самi соцiальнi ролi, що традицiйно кодуються як «чоловiчi» [5, 8, 11]. Виготовлений костюм пройшов презентацiйний етап в умовах вiдеозйомки, що пiдтвердив вiдповiднiсть усiх художнiх i технологiчних рiшень концептуальним завданням ролика: силует чiтко читається у вертикальному кадрi, фактура рогожки i атласний блиск червоних акцентiв утворюють виразний матерiальний контраст, а конструктивнi деталi зчитуються на всiх рiвнях плану [2, 6].

Результати дипломного проекту пiдтверджують, що костюм є повноцiнним засобом смислоутворення у соцiальному вiдеоролику i може самостiйно транслювати складне смислове повiдомлення без допомоги тексту або голосового супроводу. Розроблений пiдхiд може бути використаний у подальшiй практицi дизайнерiв одягу, що працюють у сферi соцiальної реклами та вiзуальних медiа [1, 2, 3].

ДОДАТКИ

Додаток А

Стилістичний напрям «Cottagescore» (котеджкор)



Рис. А.1. Cottagescore: колаж мудборду



Рис. А.2. Cottagecore: образ у природі



Рис. А.3. Cottagecore: образи на фермі



Рис. А.4. Cottagecore: образы на фермі / у полі



Рис. А.5. Cottagecore: домашні образи

Додаток Б

Стилістичний напрям «Нормкор» (Normcore)



Рис. Б.1. Normcore: чорний образ із кольоровою шапкою



Рис. Б.2. Normcore: сірий светшот і широкі джинси



Рис. Б.3. Normcore: чорний образ із жовтою кепкою



シャツを主役にするコーデで全体的に緩めのサイジングだが
シャツ、ローファー、6パネルのキヤップで少し引き締まる
ポイントがシャツは大きめで袖をロールアップできるくらいで
着丈は長すぎないのが上級感でる

Рис. Б.4. Normcore: блакитна сорочка оверсайз



Рис. Б.5. Normcore: червоний светшот і чорні прямі штани

Додаток В

Стилістичний напрям «Тиха розкіш» (Quiet Luxury)



Рис. В.1. Quiet luxury: колаж образів



Рис. В.2. Quiet luxury: монохромні образи



Рис. В.3. Quiet luxury: колаж аутфітів



Рис. В.4. Quiet luxury: нейтральні образи

Додаток Г

Ескізна серія костюмних образів відеоролику



Рис. Г.1. Образ 1 – піжама



Рис. Г.2. Образ 2 – платья в горошок (перший спогад)



Рис. Г.3. Образ 3 – сірий офіційний костюм (другий спогад)



Рис. Г.4. Образ 4 – кульмінаційний костюм (пошуковий ескіз, піджак)



Рис. Г.5. Образ 4 – кульмінаційний костюм (пошуковий ескіз, брюки)



Рис. Г.6. Візуалізація ідеї образу героїні для першої сцени за допомогою ChatGPT



Рис. Г.7. Візуалізація ідеї образу героїні для другої сцени за допомогою ChatGPT



Рис. Г.8. Візуалізація ідеї образу героїні для третьої сцени за допомогою ChatGPT



Рис. Г.9. Візуалізація ідеї образу героїні для кульмінаційної сцени за допомогою ChatGPT

Додаток Д

Підібраний одяг, аксесуари та реквізит за образами



Рис. Д.1. Одяг та аксесуари для образу 2



Рис. Д.2. Одяг та аксесуари для образу 3



Рис. Д.2. Одяг та аксесуари для образу 4



Додаток Е
Технічні рисунки кульмінаційного костюма

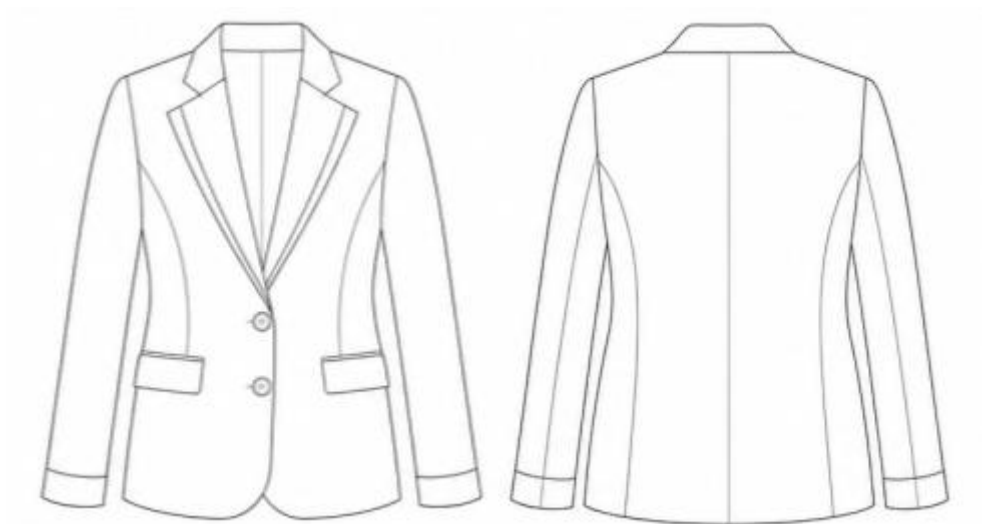


Рис. Е.1. Технічний рисунок жакета для кульмінаційного образу

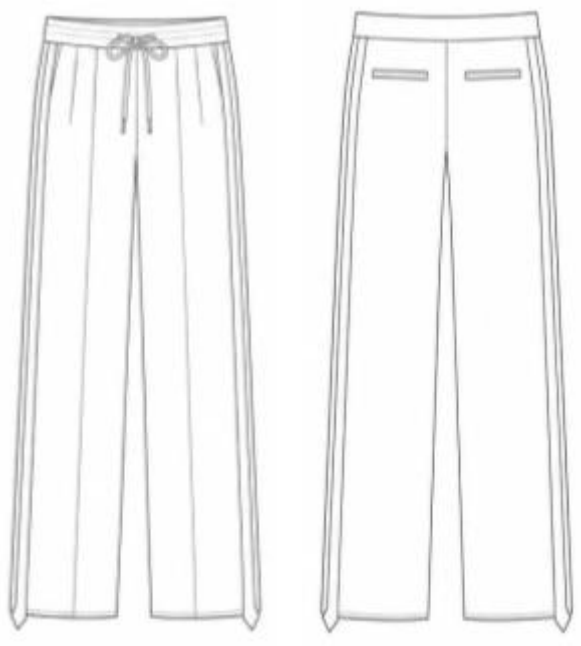


Рис. Е.2. Технічний рисунок брюк для кульмінаційного образу

Додаток Є

Кадри з відеозйомки — костюмні образи в умовах вертикального кадру
9:16



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Welters L., Lillethun A. Fashion History: A Global View. – London: Bloomsbury Visual Arts, 2018. – 248 p. – ISBN 978-1-350-00412-7.
2. Nadoolman Landis D. Costume Design. – Oxford: Focal Press, 2003. – 176 p. – ISBN 978-0-240-80590-0.
3. Захаржевська В. О. Основи дизайну костюма. – К.: КНУТД, 2010. – 248 с.
4. Steele V. Encyclopedia of Clothing and Fashion. – Detroit: Charles Scribner's Sons, 2005. – Vol. 1–3. – ISBN 978-0-684-31394-8.
5. Barnard M. Fashion as Communication. – 2nd ed. – London: Routledge, 2002. – 224 p. – ISBN 978-0-415-26163-9.
6. Dawber M. The Complete Guide to Fashion Illustration. – London: Batsford, 2013. – 192 p.
7. Faerm S. Fashion Design Course: Principles, Practice and Techniques. – London: Thames & Hudson, 2010. – 144 p. – ISBN 978-0-500-28861-0.
8. Barthes R. The Fashion System. – Berkeley: University of California Press, 1990. – 351 p. – ISBN 978-0-520-07177-3.
9. Always Like a Girl Campaign, 2014 URL: <https://www.youtube.com/watch?v=XjJQBjWYDTs> (дата звернення: 01.03.2026).
10. Dove ChooseBeautiful Campaign, 2015 URL: <https://www.dove.com/us/en/stories/campaigns/choose-beautiful.html> (дата звернення: 01.03.2026).
11. 3 чим носити краватку жінці – 75 фото ідей URL: <https://www.pinterest.com> (дата звернення: 28.02.2026).
12. McKee R. Story: Substance, Structure, Style, and the Principles of Screenwriting. – New York: ReganBooks / HarperCollins, 1997. – 466 p. – ISBN 978-0-060-39168-3.
13. Dru J.-M. Disruption: Overturning Conventions and Shaking Up the

Marketplace. – New York: John Wiley & Sons, 1996. – 256 p. – ISBN 978-0-471-16565-1.

14. Haliti-Sylaj T., Sadiku A. Impact of Short Reels on Attention Span and Academic Performance of Undergraduate Students // Eurasian Journal of Applied Linguistics. – 2024. – Vol. 10(3). – P. 60–68.

15. Cottagecore – як жити і одягатися в ідилічному стилі?// Блог Answear.ua. – URL: <https://answear.ua/blog> (дата звернення: 01.03.2026).

16. TikTok Statistics URL: <https://www.bizreport.com/business/tiktok-statistics> (дата звернення: 01.03.2026).

17. Давньогрецький театр // Вікіпедія. – URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Давньогрецький_театр (дата звернення: 01.03.2026).

18. Античний театр (мистецтво)// ВУЕ. – URL:: [https://vue.gov.ua/Античний_театр_\(мистецтво\)](https://vue.gov.ua/Античний_театр_(мистецтво)) (дата звернення: 01.03.2026).

19. Давньогрецький костюм // Освіта.ua. – URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/culture/11909/> (дата звернення: 01.03.2026).

20. TikTok Statistics // Sprout Social. – URL: <https://sproutsocial.com/insights/tiktok-stats/> (дата звернення: 01.03.2026).

21. Semiotics of fashion // Wikipedia. – URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Semiotics_of_fashion (дата звернення: 01.03.2026).

22. Лагода О. М. Соціальна реклама в сучасному комунікативному просторі України. – К.: Університет “Україна”, 2014. – 184 с.

23. Ніколаєва Т. В. Тектоніка формоутворення костюма. – К.: Арістей, 2005. – 256 с.

24. Koivunen A., Paasonen S. Affective Encounters: Rethinking Embodiment in Feminist Media Studies. – Turku: University of Turku, 2001. – 218 p.

25. Jenss H. Fashion Studies: Research Methods, Sites and Practices. – London: Bloomsbury Academic, 2016. – 240 p. – ISBN 978-1-4725-7346-9.

26. Закон України “Про рекламу” № 270/96-ВР від 03.07.1996 р. (зі змінами) . – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>

(дата звернення: 01.03.2026).

27. Lurie A. The Language of Clothes. – New York: Henry Holt and Company, 2000. – 288 p. – ISBN 978-0-8050-6440-4.

28. Holbrook M. B., Hirschman E. C. The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun // Journal of Consumer Research. – 1982. – Vol. 9(2). – P. 132–140.

29. Соколюк Л. Д. Мистецтво та дизайн: питання взаємодії. – Харків: ХДАДМ, 2009. – 200 с.

30. Кириленко О. М. Кольорознавство і колористика в дизайні костюма. – К.: КНУТД, 2012. – 168 с.

31. Dressed : a century of Hollywood costume design : Landis, Deborah Nadoolman : Free Download, Borrow, and Streaming : Internet Archive

32. What Is Slow Fashion & Why You Should Join The Movement? - The Eco Hub

33. Valerie Steele - Wikipedia

34. <https://archive.org/details/lightingforcinem0000land>

35. <https://link.springer.com/article/10.1007/s12144-020-00900-3>

36. Brown B. — Cinematography: Theory and Practice (Focal Press, 2016)

37. Синопис // Вікіпедія — вільна енциклопедія URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Синопис> (дата звернення: 12.06.2026).