МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ
ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРИ І КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ
КАФЕДРА СЦЕНІЧНОГО МИСТЕЦТВА І КУЛЬТУРИ

ПРОДЮСЕРСЬКИЙ ПРОЄКТ

(“Проєкт продюсерської концепції відеокліпа “Тільки”)

Виконала:
студентка 4 курсу, групи БАМП 1-22
спеціальності – 026 Сценічне мистецтво
ОП «Акторська майстерність та продюсування»
Джим Паола Елізабет

Керівник продюсерського проєкту –
доцент кафедри, кандидат філософських наук Матяш Сергій Вікторович

Київ 2026

ЗМІСТ

1. ВСТУП.....3
1.1 Опис ідеї проєкту.....4
1.2 Актуальність проєкту та опис цільової аудиторії…….5

2. ЦІЛЬ І ЗАВДАННЯ ПРОЄКТУ
2.1 Мета реалізації продюсерського проєкту.....8
2.2 Основні завдання реалізації продюсерського проєкту.....9

3. АНАЛІЗ РИНКУ ТА КОНКУРЕНТІВ
3.1 Аналіз аудиторії.....11
3.2 Аналіз конкурентного середовища.....12
3.3 Прогноз потенційного успіху.....14

4. ПРОДЮСЕРСЬКА ІДЕЯ
4.1 Опис творчої концепції.....15
4.2 Особливості мого проєкту.....16

5. ПЛАН РЕАЛІЗАЦІЇ
5.1 Підготовчий етап.....18
5.2 Виробничий етап.....19
5.3 Завершальний етап.....20
5.4 Графік виконання.....22

6. РОЗПОДІЛЕННЯ БЮДЖЕТУ
6.1 Оцінка фінансових потреб.....23
6.2 Джерела фінансування.....24

7. МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ
7.1 Опис PR – компанії..........26
7.2 Інструменти просування.....26

8. ЮРИДИЧНІ АСПЕКТИ
8.1 Авторські права.....28
8.2 Ліцензії та дозволи.....28
9. ОЧІКУВАННІ РЕЗУЛЬТАТИ ТА РИЗИКИ
9.1 Очікуванні зміни, успіхи.....30
9.2 Оцінка можливих ризиків та план їх мінімізації.....31
10. ВИСНОВКИ.....32
11. ДЖЕРЕЛА.....33
12. ДОДАТКИ.....34

1. ВСТУП

Сучасний музичний кліп давно перестав бути лише візуальним супроводом до пісні. Сьогодні це окрема форма аудіовізуального мистецтва, в якій поєднуються музика, драматургія, кіно, перформанс, символіка та особисте висловлювання автора. Особливо помітно це в незалежних індіпроєктах, де головним стає не комерційний формат, а атмосфера, емоція та внутрішній стан людини.

В українському культурному просторі все частіше з'являються музичні відео, які тяжіють до короткометражного кіно. Вони працюють через образи, ритм, асоціації та візуальні метафори. Такі проєкти формують нову мову сучасного українського аудіовізуального мистецтва. Саме тому тема продюсування музичних арт-хаусних відео мене зацікавила. Вона поєднує творчий пошук із реальними умовами незалежного виробництва, де команда часто створює масштабний емоційний продукт навіть із мінімальним бюджетом.

Основою цієї дипломної роботи став проєкт музичного короткометражного фільму «Тільки» виконавця Oi FUSK. Це історія про внутрішню трансформацію людини після втрати. Через поетичні образи, чорно-білу естетику, символ світла та поступовий перехід до кольору кліп показує шлях героїні крізь спустошення до нового відчуття життя. У центрі роботи — не сюжет у класичному розумінні, а внутрішній стан, емоційна пам'ять і відчуття руху вперед навіть тоді, коли здається, що все втрачено.

Особливість цього проєкту полягає ще й у тому, що я поєднувала одразу кілька ролей: продюсерки, головної акторки та співавторки ідеї. Це дало можливість побачити процес створення кліпу зсередини — не лише як творчу роботу, а і як постійний пошук рішень між художнім задумом, технічними можливостями, командною взаємодією та обмеженим бюджетом.

1.1 Опис ідеї проєкту

Ідея музичного короткометражного фільму «Тільки» народилася з відчуття внутрішньої втоми, втрати та постійного пошуку світла всередині себе. Хотілося створити не просто музичний кліп, а окремий емоційний простір, у якому людина могла б впізнати власні переживання. Саме тому проєкт із самого початку будувався не навколо класичного сюжету, а навколо стану.

Поштовхом до створення цієї роботи стала сама пісня Oi FUSK. У ній є відчуття руху крізь порожнечу, дивна тиша після внутрішнього руйнування і водночас — дуже тонка надія. Текст композиції звучить поетично та образно, тому хотілося продовжити цю атмосферу через візуальну мову. Рядки про росу, поле, астероїд, рух по колу та новий початок поступово сформували в голові окремий світ, у якому існує героїня.

Центральним образом кліпу стало ядро світла, яке героїня несе через увесь фільм. Воно символізує залишок внутрішнього життя, пам’яті, тепла та віри, які людина намагається зберегти навіть після сильних втрат. На своєму шляху героїня зустрічає інших людей, проходить через дивні простори, обмінюється артефактами та поступово трансформується. Усі ці сцени більше схожі на сон або спогади, ніж на реальність. Саме така форма дозволила передати емоцію не буквально, а через асоціації та атмосферу. Одним із найважливіших художніх рішень став перехід від чорно-білого зображення до кольору. Майже весь кліп існує у монохромній реальності. Вона підкреслює стан спустошення, самотності та внутрішнього холоду. У кульмінаційний момент ядро розлітається, і світ починає наповнюватися кольором. Цей перехід символізує внутрішнє пробудження героїні. Не ідеальне щастя, а повернення здатності відчувати життя.

Через цей проєкт мені хотілося показати, що навіть після болю людина все одно продовжує рухатися вперед. Іноді в нас залишається лише маленька частина світла всередині, але саме вона не дає остаточно зникнути. Кліп

«Тільки» говорить про крихкість людини, про втому, пам’ять, внутрішні зміни та надію, яка з’являється вже після повного виснаження. Цей проєкт також став дуже особистим для мене, адже робота над ним перетворилася на спосіб прожити власні емоції через мистецтво та візуальну форму.

1.2 Актуальність проєкту та опис цільової аудиторії

Я відчуваю, що сьогодні людина живе у стані постійної тривоги, інформаційного шуму та емоційного виснаження. Повномасштабна війна сильно змінила внутрішній стан українців. Багато людей втратили відчуття безпеки, стабільності, дому або навіть самих себе. Хтось фізично залишився наодинці, а хтось відчуває ізоляцію всередині, навіть перебуваючи серед інших. Через постійний стрес люди все більше ховаються в інтернеті. Соціальні мережі стали місцем втечі від реальності, де легко загубитися в нескінченному потоці контенту. Через це втрачається контакт із власними емоціями, тілом, моментом «тут і зараз». Людина перестає проживати життя повноцінно. Вона ніби існує механічно, перебуваючи у постійному внутрішньому очікуванні чогось кращого або спокійнішого часу. Саме тому мені захотілося створити проєкт, який говорить не через прямі слова, а через відчуття. «Тільки» — це спроба показати внутрішній стан людини, яка втомилася, втратила опору, але все одно продовжує нести в собі маленьке світло. Героїня кліпу рухається вперед крізь порожній простір, дивні зустрічі та власні переживання. У цьому русі багато самотності, але водночас є надія на внутрішню трансформацію.

Актуальність цього проєкту для мене полягає ще й у тому, що він став способом висловити мої особисті емоції через мистецтво. У певний момент накопичилося відчуття внутрішньої втоми від реальності, новин, постійного страху та нестабільності. З’явилася потреба створити щось чесне, тихе та атмосферне. Не розважальний продукт, який швидко забувається, а роботу, що залишає після себе емоційний слід.

Я хотіла показати, що навіть у найтемніших станах людина все одно здатна віднайти світло всередині себе. Саме тому ключовим художнім рішенням став перехід від чорно-білого зображення до кольору. Цей момент символізує повернення до життя після внутрішнього спустошення. Не через гучний пафос чи щасливий фінал, а через тихе прийняття себе та світу навколо. Сьогодні особливо потрібні проєкти, які не тиснуть на людину інформацією, а дозволяють їй відчути. Музичний фільм «Тільки» створювався саме з таким бажанням — дати глядачеві простір для емоцій, асоціацій та внутрішнього діалогу із самим собою.

Цільовою аудиторією музичного короткометражного фільму «Тільки» є люди, які перебувають у пошуку внутрішніх сенсів та емоційного контакту з мистецтвом. Насамперед це молодь і дорослі віком приблизно від 20 до 40 років, які цікавляться незалежною музикою, авторським кіно, сучасною візуальною культурою та нестандартними творчими формами. Цей проєкт точно не розрахований на масове швидке споживання. Його аудиторія — люди, які здатні відчувати атмосферу, помічати деталі та проживати емоцію разом із героєм. Часто це творчі особистості, митці, музиканти, фотографи, актори, режисери або просто люди з чутливим внутрішнім світом. Їм близькі теми самотності, втрати, внутрішньої трансформації та пошуку себе.

Особливо актуальним цей проєкт може бути для людей, які після початку повномасштабної війни відчули емоційне виснаження або внутрішню відстороненість від світу. Багато хто навчився приховувати свої справжні переживання, постійно перебуваючи у режимі виживання. Через це з’являється відчуття порожнечі та віддалення навіть від власного життя.

Саме таким людям може відгукнутися атмосфера моєї роботи.

Цей музичний фільм не дає готових відповідей і не намагається повчати. Його задача — створити простір, у якому людина може побути зі своїми емоціями. Через повільний ритм, символічні образи, чорно-білу естетику та музику глядач поступово занурюється у внутрішній стан героїні. У когось це

може викликати спогади, у когось — відчуття спокою, а в когось — бажання знову відчути себе живим.

Мені хотілося створити не просто красиву картинку, а роботу, яка залишиться з людиною після перегляду. Так, вона не змінить життя кардинально, але дасть відчуття, що людина не одна у своїх переживаннях.

Іноді навіть цього достатньо, щоб з’явилося бажання рухатися далі.

Також проєкт орієнтований на фестивальну аудиторію та людей, які цікавляться сучасним арт-хаусним кіно. Через поєднання музичного відео та короткометражного фільму «Тільки» виходить за межі класичного кліпового формату. Саме тому він може бути цікавим не лише шанувальникам музики, а і людям, які шукають у візуальному мистецтві емоційний та сенсовий досвід.

2. ЦІЛЬ І ЗАВДАННЯ ПРОЄКТУ

2.1 Мета реалізації продюсерського проєкту

Головна метою мого проєкту «Тільки» було - створення музичного короткометражного фільму, який сприймається як окремий художній твір, а не лише як візуальний супровід до пісні. Ми мали побудувати історію через образи, ритм, простір і символіку, де музика та кадр існують в одному диханні. В основі проєкту лежить шлях людини, яка проходить крізь внутрішню порожнечу, розгубленість та поступове повернення до себе. Через рух героїні, взаємодію з простором та символ ядра світла я прагнула показати стан, знайомий багатьом людям сьогодні — коли всередині ніби все завмирає, але маленька частина тебе все одно продовжує шукати життя далі.

Під час роботи над кліпом мене зацікавило, як аудіовізуальна форма може працювати без прямолінійного сюжету та пояснень. У «Тільки» важливими стають не події, а сам процес сприйняття. Світло, чорно-біла фактура кадру, паузи, музика, зміна кольору та присутність героїні формують відчуття наче глядач дивиться сни, спогади або внутрішні подорожі.

А головною моєю метою було звернутися саме до арт-хаусної форми. Українське незалежне кіно та експериментальні музичні відео зараз активно розвиваються, але цей напрямок усе ще залишається нішевим для широкої аудиторії. Через проєкт «Тільки» хочеться стати частиною цього процесу та підтримати розвиток сучасного українського арт-хаусного мистецтва. Особливо цінним є те, що подібні роботи народжуються не через великі бюджети чи комерційні правила, а через сильну ідею та потребу говорити чесно. Багато людей звикли до швидкого контенту, де все пояснюється буквально і не залишає простору для власного сприйняття. «Тільки» навпаки пропонує повільніше занурення у візуальний світ, де важливо не просто дивитися, а відчувати й помічати деталі. Я хочу, щоб через цей кліп глядач відкрив для себе красу арт-хаусного напрямку, його чутливість, символічність та здатність говорити про складні речі без прямого тексту. Також я впевнена в тому, що навіть у межах low-budget виробництва можливо створити цілісний і

візуально сильний продукт. Саме обмеження часто змушують шукати нестандартні творчі рішення, уважніше працювати з образом та наповнювати кожен елемент змістом. Недарма мій викладач завжди говорив: *«Бідність породжує креатив».* Саме ця фраза дуже точно описує мій підхід до створення цього проєкту.

2.2 Основні завдання реалізації продюсерського проєкту

Реалізація музичного короткометражного фільму «Тільки» вимагала від мене не лише створення вдалої візуальної частини кліпу, а й побудови чіткої системи роботи всередині моєї команди. Одним із головних завдань було збереження єдиної атмосфери проєкту на всіх етапах виробництва — від зародження першої ідеї до фінального монтажу. Оскільки кліп будується переважно через образи та символи потрібно було, щоб кожен елемент працював на спільне відчуття цієї історії.

Першим завданням стала розробка концепції всього проєкту. Ми почали формувати візуальний світ кліпу, визначили його символіку, драматургічну структуру та головні образи. Далі ми прийшли до головної ідеї та унікальності нашої роботи - ядра світла, переходу від чорно-білого зображення до кольору та створенню відчуття внутрішньої подорожі героїні. *Наступним етапом став підбір творчої команди*, здатної працювати в артхаусній естетиці. І я знайшла людей, які не просто класно виконують технічну роботу, а й відчувають атмосферу проєкту та розуміють його стиль. Через low-budget формат велика частина роботи будувалася на довірі, підтримці та спільній ідеї - творити прекрасне.

Нашою командою ми мали досягнути якісного результату в умовах обмеженого бюджету. Необхідно було продумати, як мінімальними ресурсами досягти виразної картинки, правильно організувати оренду техніки, освітлення, реквізиту та логістику між локаціями. Я організувала знімальний процес таким чином, щоб команда могла працювати максимально злагоджено та швидко.

Величезну частину ресурсу ми витратили на пошуки та підготовку локацій. Адже всі локації у кліпі мали не лише візуальну функцію, а й емоційний вплив на сприйняття історії. Саме тому для зйомок були обрані місця з виразною атмосферою: Зелений театр, підвал клубу «Брухт», Труханів острів, Поділ та моя квартира для камерних сцен. Кожна ця локація допомагла розкрити різні стани героїні та підсилити загальну стилістику мого проєкту.

Далі нашим завданням було *побудова ритму кліпу через монтаж та колористику.* Візуальна зміна від монохрому до кольору вимагала дуже точного переходу, щоб кульмінація не виглядала штучною, а відчувалася природним внутрішнім зрушенням усередині історії.

Наступним етапом ми продумали подальше просування музичного фільму.

Кліп створювався не лише для онлайн-публікації, а й як фестивальний артхаусний проєкт. Саме тому я одразу враховувала можливості подачі на гранти, участі у фестивалях короткометражного кіно та просування через мистецькі й музичні спільноти.

Отож, усі ці завдання вимагали постійного пошуку рішень, гнучкості та здатності адаптуватися до умов незалежного виробництва.

3. АНАЛІЗ РИНКУ ТА КОНКУРЕНТІВ

3.1. Аналіз аудиторії

Музичний короткометражний фільм «Тільки» орієнтований насамперед на аудиторію, яка шукає у мистецтві не швидку розвагу, а внутрішній відгук та хоче відчути особливий візуальний досвід. Через свою арт-хаусну форму проєкт не розрахований на масового глядача, який сприймає контент у форматі коротких динамічних відео.

Основною віковою категорією проєкту є люди від 20 до 35 років. Саме ця аудиторія сьогодні найбільше цікавиться незалежною музикою, сучасним мистецтвом, авторським кіно та нестандартними візуальними форматами. Багато представників цього покоління, включаючи й мене, переживають стан емоційної втоми, внутрішньої тривожності та перевантаження інформацією. Через це вони все частіше звертаються до мистецьких проєктів, які дозволяють відчути спокій, зупинку або впізнати власний +стан через чужу історію.

Особливо близьким проєкт може стати для студентів творчих спеціальностей, молодих митців, музикантів, фотографів, режисерів та людей, які працюють у сфері креативних індустрій. Вони зазвичай відкриті до експериментальних форм та більш уважно сприймають візуальну мову.

Ще однією важливою категорією є *люди віком приблизно 35–40 років*, які цікавляться фестивальним кіно та сучасною українською культурою. Для них проєкт може бути цікавим як приклад розвитку незалежного українського арт-хаусного продукту. Гадаю, що особливо в умовах війни, у людей зріс інтерес до чесних авторських висловлювань, які створюються не за комерційними шаблонами, а через особисту потребу говорити про складні внутрішні стани.

Для молодшої *аудиторії віком 16 – 20 років* важливим фактором зацікавлення є візуальна стилістика проєкту. Кінематографічна картинка створює сильний візуальний контраст, який добре працює в сучасному цифровому просторі. Найбільша частина просування орієнтується на Instagram, TikTok та короткі тизери, які можуть зацікавити людину ще до повного перегляду кліпу.

Але головним способом утримати увагу аудиторії має стати не лише красива картинка, а відчуття впізнаваності. Тобто щоб людині, яка переглядатиме цей відеокліп, щось відгукнулося, щоб кожен знайшов у ньому те, що йому близьке або те, що він потребує побачити саме зараз

Також важливо, що кліп поєднує музику та короткометражне кіно. Це дозволяє зацікавити одразу кілька аудиторій: слухачів інді-музики, шанувальників музичних відео, фестивального кіно та сучасного мистецтва. Саме така гібридна форма робить проєкт більш унікальним і дає можливість виходити за межі стандартного кліпового формату.

Зацікавити аудиторію планується не агресивною рекламою, а через створення особливої атмосфери навколо проєкту. Важливу роль відіграватимуть тизери, behind-the-scenes матеріали, візуальні фрагменти зйомок, музичні уривки та комунікація через арт-спільноти. Для такого проєкту дуже важливо, щоб глядач не просто натрапив на кліп випадково, а відчув, що цей світ йому близький.

3.2 Аналіз конкурентного середовища

Сьогодні музичний кліп дедалі частіше виходить за межі звичайного комерційного формату. Особливо це помітно в арт-хаусному та indie сегменті, де відео стає окремим художнім висловлюванням. Сучасні режисери та музиканти все частіше працюють через символіку, нестандартний монтаж, повільний ритм, складні образи та візуальну атмосферу. Саме в такому середовищі існує проєкт «Тільки». Серед конкурентних міжнародних прикладів я хочу згадати кліп «when the party’s over» виконавиці Billie Eilish, там через мінімалістичний простір, стриману кольорову палітру та символічні образи передається складний внутрішній емоційний стан героїні. Також робота «cellophane» артистки FKA twigs, там поєднуєднується пластичність тіла, символіка та психологічна драматургія. А близьким за художньою мовою, я думаю, можна вважати відеороботу «All Is Full of Love» виконавиці Björk, де музичний кліп фактично перетворюється на самостійний арт-об’єкт. В українському контексті хочу згадати відеороботи гурту DakhaBrakha, кліпи

виконавиці Stasik та деякі роботи гурту Vivienne Mort. Їх об’єднує увага до атмосфери та відвертого авторського висловлювання. Але навіть ці проєкти часто мають більш виражену музичну або концертну мотивацію, тоді як «Тільки» - це форма короткометражного авторського кіно, де музика є одним із елементів драматургії. Багато сучасних українських кліпів мають якісну візуальну форму, але часто орієнтуються або на комерційний формат, або на швидке сприйняття в соціальних мережах. Проєкт «Тільки» навпаки працює через повільніше занурення та уважне споглядання. Він не намагається постійно утримувати увагу динамікою чи великою кількістю подій у кадрі. Основний акцент робиться на відчутті присутності всередині цього світу.

Класною відмінністю є те, що «Тільки» поєднує форму музичного кліпу та короткометражного фільму. Багато сучасних відео залишаються лише в межах музичної ілюстрації, тоді як у моєму проєкті вибудовується окрема драматургічна структура зі своїм розвитком, кульмінацією та візуальною трансформацією. Ще однією особливістю проєкту є його чесність та відсутність штучної глянцевості. У багатьох сучасних кліпах візуальна краса стає важливішою. У «Тільки» естетика напряму пов’язана зі змістом. Простір, світло, фактура кадру, рух героїні та навіть паузи між подіями працюють на створення єдиного стану. Саме тому проєкт ближчий до фестивального, а саме авторського кіно, ніж до традиційного музичного контенту.

Окремо я хочу сказати про емоційний контакт із глядачем. Значна частина сучасного контенту дуже швидко споживається та так само швидко забувається. Кліп «Тільки» створюється з іншою метою. Він не дає прямого пояснення всьому, що відбувається на екрані, і залишає простір для особистого сприйняття. Саме це може зробити його ближчим для аудиторії, яка втомилася від перенасичення інформацією та шукає в мистецтві щось більш живе й чутливе. Отож. головна конкурентна перевага мого проєкту полягає у поєднанні незалежного виробництва, цілісної візуальної концепції, арт-хаусної естетики та глибокої внутрішньої тематики. Я не прагнула аби моя робота була

схожа на масові музичні кліпи. Навпаки, його сила саме у камерності, символічності та здатності створити для глядача окремий маленький світ.

3.3 Прогноз потенційного успіху

Під час роботи над «Тільки» я часто думала про те, що зараз людям дуже не вистачає тиші всередині. Усе навколо працює на швидкість: відео, новини, соціальні мережі, постійний потік інформації. Через це багато речей перестають по-справжньому відчуватися. Мені хотілося створити роботу, яка не кричить, не намагається втримати увагу будь-якою ціною, а навпаки — трохи сповільнює людину.

Я не очікую, що цей кліп стане масовим у класичному розумінні. Це не той формат, який дивляться фоном або вмикають випадково між десятками інших відео. Але мені здається, що саме зараз у таких проєктів починає з’являтися свій глядач. Люди поступово втомлюються від однакового контенту та шукають щось більш чесне, дивне, незручне, іноді навіть незрозуміле з першого перегляду.

У «Тільки» немає бажання все пояснити. Навпаки, там багато простору для власних асоціацій. Комусь цей кліп може нагадати сон, комусь — стан після втрати, а хтось просто запам’ятає окремі кадри чи відчуття після перегляду. І мені подобається, що кожна людина може побачити в ньому щось своє. Думаю, проєкт має потенціал добре працювати саме у фестивальному середовищі та серед людей, які цікавляться незалежною музикою й авторським кіно. Такі роботи рідко стають «вірусними», але вони можуть довше жити всередині аудиторії. Особливо зараз, коли українське арт-хаусне середовище поступово розширюється і з’являється більше людей, готових підтримувати нестандартні творчі проєкти.

Для мене успіх цього кліпу — це не тільки перегляди чи статистика. Значно цінніше буде, якщо після перегляду хтось відчує не порожнечу, а навпаки — бажання знову дивитися на світ уважніше. Якщо людина захоче відкрити для себе арт-хаусне кіно, незалежну музику або просто дозволить собі трохи більше відчувати — значить цей проєкт уже був створений не дарма.

4. ПРОДЮСЕРСЬКА ІДЕЯ

4.1 Опис творчої концепції

Творча концепція кліпу «Тільки» будувалася навколо відчуття крихкості людини та її постійного руху крізь внутрішні зміни. Мені не хотілося створювати історію з чітким поясненням подій або класичною драматургією. Навпаки, було важливо залишити простір для інтуїтивного сприйняття, коли глядач не просто спостерігає за героїнею, а ніби проходить цей шлях разом із нею.

У центрі кліпу знаходиться дівчина, якраз таки я виконую цю роль. Дівчина рухається крізь дивний, майже відсторонений світ. Простір навколо не виглядає реалістичним у звичному сенсі. Він більше нагадує поєднання спогадів, снів і станів, які постійно змінюються. Саме тому візуальна мова проєкту побудована на символах, деталях і настрої, а не на прямому сюжетному поясненні.

Одним із головних образів стало ядро світла, яке героїня тримає в руках протягом усього фільму. Для мене це не просто предмет чи фантазійний елемент. Воно схоже на щось дуже особисте й тендітне, що людина намагається зберегти всередині себе попри втому, страх або спустошення. Через цей образ хотілося показати, що навіть у найтемніших станах у людині залишається щось живе. Дуже цікавим також було створення цього ядра. Бюджет у проєкту невеликий, тому довелося фантазувати. Щоб створити ядро, ми використали кавун, почистили його та додали підсвітку.

Вийшов неймовірний візуальний ефект.

Візуально кліп будується на контрастах. Чорно-біла естетика створює відчуття застиглого часу та певної віддаленості від реальності. У такому просторі світ ніби втрачає тепло і стає тихішим. Саме тому фінальна поява кольору має виглядати не як красивий ефект, а як момент внутрішнього прориву. Колір у цьому проєкті стає символом повернення чутливості до життя. Якраз фінальний момент перетворення дівчини на яскраву кольорову птаху символізує “продовження життя”.

Велике значення у творчій концепції має також ритм. Багато сцен існують через паузи, погляди, повільний рух камери та зміну простору і світла. Мені хотілося, щоб кліп дихав разом із музикою, а не просто ілюстрував її. Через це монтаж будується не на різкій динаміці, а на поступовому зануренні у стан героїні.

На формування стилістики проєкту вплинули арт-хаусне кіно, музичні відео сучасних indie артистів та поетична візуальна мова. Особливо близьким для мене є підхід, у якому образ може говорити сильніше за текст, а атмосфера — залишати більше враження, ніж буквальна історія.

Також мені було важливо уникнути відчуття «глянцевого» кліпу. У «Тільки» немає ідеального світу чи навмисної естетизації болю. Навпаки, у кадрі присутня певна грубість, тиша, темрява та невизначеність. Всі декорації, костюми та реквізит були створені власноруч. Саме через це проєкт виглядає більш живим і чесним.

У результаті творча концепція кліпу сформувалася як можливість втілити всі наші внутрішні переживання через - спільний креативний процес, відданість всієї команди нашій ідеї і величезна кількість любові.

4.2 Особливості мого проєкту

Однією з найважливіших особливостей проєкту «Тільки» стала сама атмосфера його створення. Уся команда працювала не заради великого бюджету чи комерційного результату, а заради ідеї та спільного бажання створити щось справжнє. Кожна людина, яка долучалася до проєкту, приносила в нього частину себе. Саме тому процес роботи над кліпом майже ніколи не відчувався як звичайна робота. Усі жили цим проєктом, постійно генерували нові образи, думки та рішення.

Для мене було дуже цінно бачити, як навколо однієї ідеї поступово формується справжній творчий простір. Через те, що команда складалася з дуже творчих і відкритих людей, у кожного була можливість реалізувати власне бачення всередині спільної концепції. Хтось додавав деталі до образів

персонажів, хтось пропонував візуальні рішення для сцен, а хтось допомагав створювати потрібний настрій просто своєю присутністю на майданчику. У результаті кліп став ніби поєднанням багатьох внутрішніх світів, які зустрілися в одному проєкті.

Окрему увагу ми приділяли персонажам. Кожен образ створювався дуже детально і не був випадковим. Герої у кліпі виконують не лише сюжетну функцію, а радше стають своєрідними провідниками для головної героїні. Вони ніби супроводжують її між різними станами, просторами та внутрішніми змінами. Через це велике значення мали костюми, пластика, поведінка персонажів та навіть найменші деталі їхньої присутності в кадрі.

Особливу роль у проєкті відіграли й локації. Під час зйомок часто виникало відчуття, ніби сам простір починає працювати разом із нами. Зелений театр, Труханів острів, старі вулиці Подолу чи підвал клубу «Брухт» мали дуже сильну атмосферу та створювали дивне відчуття присутності чогось магічного й трохи нереального. Це допомагало не лише візуально, а й емоційно занурюватися у світ кліпу.

Однією з найбільш особливих сцен стала робота з танцювальним колективом. Для проєкту була створена пластична сцена народження магічних квітів, які мають важливе символічне значення у розвитку історії. Через рух вдалося передати процес появи чогось живого та крихкого взагалі без слів. Ця сцена стала дуже емоційною частиною кліпу й додала проєкту ще більше відчуття сну або ритуалу.

Зараз, озираючись на процес створення «Тільки», я найбільше відчуваю вдячність. Не тільки за результат, а за людей поруч. За те, що в час, коли все навколо часто здається нестабільним і складним, все ще існують люди, готові повністю віддаватися мистецтву, працювати заради ідеї та створювати щось разом не через вигоду, а через справжню любов до творчості.

5. ПЛАН РЕАЛІЗАЦІЇ

5.1 Підготовчий етап

Підготовчий етап став основою всього проєкту «Тільки». Саме в цей період поступово формувався майбутній світ кліпу, його атмосфера, візуальна мова та внутрішня логіка. Робота почалася не зі сценарію в класичному розумінні, а з великої кількості образів, асоціацій, музичних відчуттів та розмов про те, який стан має залишитися в людини після перегляду.

Одним із перших етапів стала розробка творчої концепції. Ми багато працювали над символами, настроєм та структурою майбутнього кліпу. Поступово з’являлися ключові образи: ядро світла, чорно-білий простір, дивні персонажі-провідники, сцена з магічними квітами та фінальний перехід у колір. Важливо було не перевантажити проєкт великою кількістю пояснень, а навпаки — залишити відчуття загадковості та простір для власного сприйняття глядача. Паралельно формувалася творча команда. Для мене дуже важливо було зібрати людей, які відчують цей проєкт емоційно, а не просто технічно виконають свою роботу. Саме тому навколо кліпу поступово зібралися люди, яким близька арт-хаусна естетика, незалежне кіно та експериментальна візуальна форма. Через спільне бачення процес підготовки швидко перетворився на постійний творчий обмін ідеями.

Велика увага приділялася пошуку локацій. Нам було важливо знайти простори, які вже самі по собі мають сильний настрій і можуть існувати як окремі персонажі всередині історії. Під час підготовки ми багато їздили містом, шукали потрібне світло, текстури та відчуття. Саме так були обрані Зелений театр, Поділ, Труханів острів, підвал клубу «Брухт» та моя квартира для камерних сцен.

Окремо проходила робота над образами персонажів. Ми детально продумували костюми, фактури тканин, пластику рухів та навіть дрібні деталі зовнішнього вигляду. Хотілося, щоб герої виглядали не як звичайні люди з реального світу, а як істоти, які існують десь між маревом чи сновидінням.

Також на підготовчому етапі проводилися зустрічі з оператором та режисером щодо майбутньої візуальної стилістики. Ми обговорювали світло, композицію кадру, тип руху камери, контрастність чорно-білого зображення та майбутню роботу з кольором у фіналі. Через обмежений бюджет особливо важливо було заздалегідь продумати всі технічні моменти, щоб максимально ефективно використати час зйомок.

Частиною підготовки стала і робота з танцювальним колективом. Для сцени народження магічних квітів потрібно було створити пластичний номер, який виглядав би органічно всередині світу кліпу.

Оскільки проєкт створювався у форматі low-budget production, підготовчий етап також включав планування витрат, оренди техніки, графіку зйомок та логістики між локаціями. Багато рішень доводилося адаптовувати вже в процесі, але саме це навчило швидко реагувати на зміни та знаходити творчі рішення навіть у складних умовах.

5.2 Виробничий етап

Виробничий етап проєкту «Тільки» став моментом, коли всі ідеї, образи та підготовчі напрацювання почали оживати вже всередині кадру. Сам процес зйомок був дуже емоційним і водночас непередбачуваним, адже велика частина сцен народжувалася не за планом, а через атмосферу конкретного моменту, світло, простір та взаємодію між людьми на майданчику. Під час зйомок ми залишали багато свободи для імпровізації. Це було важливо, тому що проєкт будувався не на жорсткій сюжетній схемі, а на відчуттях, ритмі та внутрішньому стані сцен. Часто саме випадкові речі — рух тканини від вітру, тінь на стіні, природне світло чи пластика людини — створювали найбільш живі й сильні кадри.

Знімальний процес проходив на кількох локаціях у Києві, кожна з яких мала власну атмосферу та емоційний характер. Зелений театр допоміг створити відчуття покинутості й темряви. Поділ додав живої фактури. На Трухановому острові вдалося передати моменти взаємодії головної

персонажки з образом русалки. Особливе місце також займав підвал клубу «Брухт», де знімалися більш сюрреалістичні сцени.

Під час виробничого етапу дуже важливою стала взаємодія між усіма учасниками команди. Через те, що більшість людей працювали за ідею, на майданчику не було жорсткої дистанції між творчими та технічними процесами. Усі постійно пропонували нові рішення, допомагали один одному та були максимально включені в те, що відбувається. Саме ця спільна залученість створила дуже живу атмосферу під час роботи.

Окрему увагу ми приділяли роботі зі світлом та композицією кадру. Оскільки більша частина кліпу знімається у чорно-білій стилістиці, важливо було правильно працювати з контрастами, тінями та фактурою простору.

Виробничий етап також вимагав постійної адаптації до реальних умов. Через обмежений бюджет команда часто працювала дуже інтенсивно, швидко змінювала локації та шукала рішення вже безпосередньо на місці. Проте саме ця гнучкість зробила процес більш живим і дозволила багатьом сценам виглядати природно, без надмірної постановочності.

Попри втому та складність знімального процесу, вся команда залишалася дуже включеною емоційно. У певний момент почало здаватися, що кліп існує вже не лише як проєкт, а як окремий світ, у якому всі ми тимчасово жили. Саме це відчуття, на мою думку, і стало однією з найважливіших частин виробничого етапу.

5.3 Завершальний етап

Завершальний етап роботи над проєктом «Тільки» став моментом, коли всі окремі частини почали складатися в єдину цілісну історію. Саме під час монтажу, роботи зі звуком та кольором кліп остаточно сформував свій ритм, настрій і внутрішню логіку. На цьому етапі вже було зрозуміло, які сцени справді працюють емоційно, а які потрібно скоротити або переосмислити. Монтаж у цьому проєкті відігравав особливо важливу роль і зайняв достатньо багато часу. Через те, що кліп будується не на класичному сюжеті, а на історіях що дуже емоційно пов’язані, саме ритм монтажу формував сприйняття всієї

історії. Важливо було знайти правильний баланс між повільністю та динамікою, залишити простір для пауз і водночас не втратити внутрішній рух фільму. Деякі сцени спеціально залишалися довшими, щоб глядач встиг зануритися у простір кадру й відчути його атмосферу.

Окремим етапом стала робота над колористикою. Основна частина кліпу існує в чорно-білому світі, тому велика увага приділялася контрасту, глибині тіней та фактурі зображення. Хотілося, щоб чорно-біла картинка не виглядала просто стилістичним ефектом, а створювала окремий стан всередині історії. Саме тому колір у фіналі став таким важливим емоційним переходом. Для створення кольорової птахи у фіналі ми залучили штучний інтелект, отож одним з етапів у монтажі стало ще й освоєння його можливостей.

Також на завершальному етапі відбувалася робота зі звуком та фінальним поєднанням музики й візуального ряду. Було важливо, щоб кадри не просто існували під пісню, а ніби дихали разом із нею. Деякі монтажні рішення змінювалися вже під час фінального перегляду, тому кінцевих варіантів відеокліпу було декілька і вже потім ми всією командою радилися, який варіант вийшов найкращим.

Паралельно готувалися матеріали для подальшого просування проєкту: тизери, короткі фрагменти для соціальних мереж, behind-the-scenes матеріали та візуальні кадри для фестивальних заявок. Оскільки «Тільки» створюється не лише як музичний кліп, а і як фестивальний арт-хаусний short film, важливо було одразу продумати його подальше життя після релізу. На цьому етапі особливо сильно відчувалося, наскільки багато людей залишили частину себе всередині проєкту. Під час фінальних переглядів кліп уже сприймався не просто як набір сцен чи технічний результат роботи, а як окремий живий простір зі своєю атмосферою та пам’яттю.

Для мене завершальний етап став ще й моментом усвідомлення того, що навіть дуже крихка ідея може поступово перетворитися на повноцінний художній твір, якщо поруч є люди, які однаково сильно вірять у процес і готові вкладати в нього себе.

5.4 Графік виконання

1. **Підготовчий етап 13.08.2025 – 10.09.2025**

- розробка концепції кліпу
- створення сценарної структури
- пошук референсів та стилістики
- підбір творчої команди
- пошук та затвердження локацій
- підготовка костюмів і реквізиту
- репетиції з танцювальним колективом
- організація техніки та графіку зйомок

2. **Виробничий етап 11.09.2025 – 20.10.2025**

- зйомки на всіх локаціях
- робота з акторами, масовкою та танцівниками
- постановка пластичних сцен
- робота зі світлом та композицією кадру
- створення атмосферних і символічних кадрів
- резервні дні для дозйомок

3. **Постпродакшн 21.10.2025 – 15.11.2025**

- монтаж кліпу
- побудова ритму відео
- кольорокорекція
- робота з чорно-білою стилістикою
- створення переходу від ч/б до кольору
- саунд-дизайн та зведення звуку
- фінальний експорт проєкту

4. **Просування проєкту 16.11.2025 – 15.12.2025** створення тизерів та промоматеріалів підготовка контенту для Instagram і TikTok оформлення фестивальних заявок комунікація з арт-спільнотами підготовка офіційного релізу

5. Офіційний реліз 27.11.2025

6. РОЗПОДІЛЕННЯ БЮДЖЕТУ

6.1 Оцінка фінансових потреб

Загальний бюджет проєкту становить приблизно 12 000 гривень. Оскільки кліп створюється у форматі independent low-budget production, більшість коштів були спрямовані не на масштабність виробництва, а на можливість реалізувати головну візуальну та художню ідею. Дуже багато речей вдалося зробити завдяки підтримці команди, творчим знайомствам та спільному бажанню створити цей проєкт.

Оренда техніки та освітлення — 2800 грн

Найбільша частина бюджету була виділена саме на технічне забезпечення зйомок. Для мене було важливо, щоб навіть у low-budget форматі кліп мав кінематографічну картинку та якісне світло. У проєкті використовувалася професійна камера та освітлення, яке допомогло створити контрастну чорнобілу стилістику, гру тіней та потрібну атмосферу всередині кадру.

Транспорт, логістика та локації — 2000 грн

Оскільки зйомки проходили на кількох локаціях у Києві, частина бюджету пішла на пересування команди, доставку реквізиту та організацію самого процесу. Деякі локації потребували додаткової підготовки або домовленостей щодо зйомок. Для проєкту було дуже важливо знайти простори з особливим настроєм, тому локації стали повноцінною частиною візуальної концепції.

Костюми, грим та стилінг — 1000 грн

Образи персонажів у кліпі мають символічне значення, тому навіть за невеликого бюджету хотілося приділити увагу деталям. Частину речей команда створювала або адаптовувала самостійно, комбінуючи готові елементи, тканини та аксесуари. Головним завданням було не створити дорогий «глянцевий» вигляд, а передати характер персонажів та їхню належність до цього дивного, майже нереального світу.

Гонорари команди та акторам — 2000 грн

Більшість людей працювали над проєктом насамперед через любов до мистецтва та спільну віру в ідею кліпу. Гонорари мали радше символічний характер, адже всі чудово розуміли формат незалежного виробництва. Попри це, для мене було важливо хоча б частково подякувати людям за їхній час, сили та повну емоційну віддачу під час роботи.

Постпродакшн — 3000 грн

На цьому етапі відбувалася фінальна збірка проєкту: монтаж, кольорокорекція, робота зі звуком та фінальна обробка відео. Саме постпродакшн допоміг остаточно сформувати ритм кліпу та створити той стан, який відчувається під час перегляду. Особливо важливою стала робота з переходом від чорно-білого світу до кольору.

Непередбачувані витрати — 1200 грн

Під час будь-якого знімального процесу завжди виникають додаткові потреби: транспорт, дрібний реквізит, технічні витрати або термінові організаційні моменти. Саме тому частина бюджету була залишена як резерв, щоб команда могла швидко реагувати на зміни без зупинки процесу. Працюючи над «Тільки», я ще раз переконалася, що навіть невеликий бюджет не є головним показником цінності проєкту. Іноді набагато важливішими стають люди поруч, спільна енергія та готовність створювати щось красиве навіть у дуже обмежених умовах.

6.2 Джерела фінансування

Проєкт «Тільки» створюється у форматі незалежного low-budget production, тому основними джерелами фінансування стали власні кошти команди, підтримка друзів та людей, які повірили в ідею цього кліпу ще на етапі її зародження. Від самого початку було зрозуміло, що цей проєкт не створюється за комерційними правилами чи під великого інвестора. Навпаки — його основою стала спільна творча мотивація та бажання реалізувати щось щире й візуально незвичне. Тому значна частина витрат покривалася власними

ресурсами учасників команди. Хтось допомагав технікою, хтось — транспортом, костюмами, реквізитом або власним часом. Через це проєкт поступово став прикладом справжньої творчої взаємопідтримки, коли люди об’єднуються навколо однієї ідеї не через фінансову вигоду, а через бажання створити мистецький продукт разом.

Також важливу роль відіграла підтримка друзів та творчого оточення. Багато речей вдалося реалізувати саме завдяки знайомствам, довірі та готовності людей долучитися до процесу. У незалежному українському мистецькому середовищі це часто стає основою для народження подібних проєктів, особливо в умовах обмеженого бюджету.

Окрім основного виробництва, проєкт також розглядається як потенційний фестивальний short film та арт-хаусний музичний продукт, тому в майбутньому планується подача на грантові програми. Серед можливих варіантів фінансової підтримки розглядаються гранти від Українського культурного фонду, а також міжнародні програми підтримки незалежного кіно та молодих авторів.

7. МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ

7.1 Опис PR - компанії

PR-кампанія музичного короткометражного фільму «Тільки» будується навколо атмосфери самого проєкту та його візуальної унікальності. Для мене було важливо, щоб просування не виглядало як стандартна реклама музичного кліпу. Хотілося створити навколо проєкту окремий творчий простір, який поступово занурює глядача у світ «Тільки» ще до офіційного релізу.

Невід'ємна частина PR-кампанії є взаємодія з арт-спільнотами, незалежними музичними платформами та творчими просторами. Проєкт орієнтований не лише на музичну аудиторію, а й на людей, які цікавляться сучасним мистецтвом, короткометражним кіно та експериментальними аудіовізуальними формами. Саме тому планується комунікація з фестивалями, мистецькими медіа та незалежними культурними платформами.

Я хочу задіяти ще фестивальну стратегію. Кліп планується подавати на українські та міжнародні фестивалі короткометражного кіно, арт-хаусного відео та музичних short film проєктів. Це допоможе не лише знайти нову аудиторію, а й інтегрувати проєкт у сучасне незалежне мистецьке середовище. Також я планую провести відкритий показ з командою проєкту та Q&A-зустріччю. Я хочу, щоб «Тільки» існував не лише як онлайн-контент, а і як жива творча подія, яка об'єднує людей навколо музики, кіно та мистецтва.

7.2 Інструменти просування

Основною платформою для комунікації з аудиторією стали Instagram, TikTok та YouTube. Саме через короткі відеофрагменти, тизери, behind-thescenes матеріали та атмосферні кадри планується знайомити людей із проєктом. Важливо, щоб глядач бачив не лише готовий результат, а й сам процес створення кліпу, живу взаємодію команди та внутрішню атмосферу зйомок. Усі публікації мають підтримувати загальну естетику кліпу: чорнобіла стилістика, контрастне світло, символічні образи, фрагменти тексту пісні та деталі зйомок. Через це навіть рекламні матеріали стають продовженням

художнього світу проєкту. Ще один інструмент просування - короткі тизери. Вони не будуть прямо переказувати сюжет кліпу, а навпаки — створюватимуть інтригу та відчуття загадковості. Для такого проєкту дуже важливо не пояснювати все одразу, а залишати простір для цікавості та власного сприйняття глядача. Окрім digital-просування, ми використовували — афіші, флаєри та постери, які розміщувалися у творчих просторах, навчальних закладах, театральних і культурних локаціях.

8. ЮРИДИЧНІ АСПЕКТИ

8.1 Авторські права

Під час реалізації проєкту «Тільки» питання авторських прав не стало проблемним або конфліктним, оскільки виконавець Oi FUSK є безпосередньо дотичним до створення кліпу та бере участь у ньому не лише як музичний артист, а і як один із авторів творчої концепції, режисер, монтажер та учасник кадру. Саме тому використання музичної композиції, візуального матеріалу та художніх образів відбувалося у повній творчій співпраці між усіма учасниками проєкту. Більшість рішень приймалися колективно, а сам кліп із самого початку створювався як спільний авторський продукт, у якому музика та візуальна частина нерозривно пов’язані між собою. Також важливо, що команда працювала у незалежному форматі, без залучення сторонніх продакшн-компаній чи комерційних студій, тому всі права на фінальний продукт залишаються всередині творчої групи проєкту. Це дозволило вільно працювати над реалізацією ідеї без складних юридичних обмежень або додаткових погоджень.

Оскільки проєкт планується для фестивального просування та подальшої онлайн-публікації, питання авторського права все одно враховувалися під час організації виробництва. Усі учасники команди були ознайомлені з форматом використання матеріалів, а сама співпраця будувалася на взаємній довірі та спільному творчому баченні.

8.2 Ліцензії та дозволи

Оскільки проєкт «Тільки» створювався у форматі незалежного lowbudget production, більшість зйомок проходили у максимально вільному творчому процесі без складної бюрократичної системи погоджень. Основна частина локацій не потребувала офіційних дозволів або спеціальних ліцензій, адже зйомки проводилися невеликою командою без масштабного технічного втручання у міський простір.

Єдиною локацією, для якої знадобилися попередні домовленості, став Зелений театр. Оскільки це впізнаваний київський простір із власною історією та культурним контекстом, було важливо узгодити можливість проведення зйомок. Проте сам процес відбувався досить легко — домовленості мали усний характер, без складного оформлення документів чи офіційних контрактів, тому додаткових труднощів під час роботи не виникало.

9. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ ТА РИЗИКИ

9.1 Очікувані зміни, успіхи

Працюючи над проєктом «Тільки», я зрозуміла, що для мене його цінність значно більша, ніж просто створення музичного кліпу. Насамперед це досвід побудови власного авторського простору, у якому можна чесно говорити через образи, музику та візуальну мову без страху бути «незрозумілими» або занадто нестандартними. Я очікую, що цей проєкт допоможе мені ще глибше зануритися у сферу арт-хаусного кіно та незалежного аудіовізуального мистецтва. Цей досвід навчив мене швидко приймати рішення, працювати в команді, організовувати творчий процес і водночас не втрачати головну ідею проєкту.

Також я сподіваюся, що кліп стане можливістю привернути увагу до українського незалежного мистецтва та сучасного арт-хаусного відео. Зараз в Україні поступово формується нове покоління авторів, які не бояться працювати з експериментальною формою, символізмом та більш чутливою візуальною мовою. Мені дуже хочеться бути частиною цього процесу та розвиватися саме в такому напрямку.

Моєю мрією є те, щоб цей проєкт допоміг знайти людей, яким близьке подібне мистецтво. Не масову аудиторію, а саме «своїх» глядачів — тих, хто готовий уважно дивитися, відчувати та проживати такі роботи разом із авторами. Мені здається, що саме через подібні проєкти поступово формується справжня творча спільнота. Серед очікуваних результатів також є участь у фестивалях короткометражного кіно та незалежного музичного відео. Для проєкту такого формату фестивальне середовище є дуже важливим, адже саме там арт-хаусні роботи можуть знайти свого глядача та отримати професійний творчий відгук.

Але, мабуть, найголовніший успіх для мене вже відбувся під час самого процесу створення. Я побачила, як навколо однієї ідеї можуть об’єднатися люди, готові працювати не заради вигоди, а заради мистецтва. І це відчуття

спільного створення чогось живого стало одним із найцінніших результатів усього проєкту.

9.2 Оцінка можливих ризиків та план їх мінімізації

Перш за все, одним із головним ризиком були організаційні труднощі під час виробництва. Оскільки проєкт створюється в умовах обмежених ресурсів, будь-які збої в графіку зйомок, недоступність локацій або зайнятість учасників команди могли призвести до затримок або необхідності швидко змінювати творчі рішення, але таких ситуацій майже не стаалося, а якщо неочікувано виникали подібні труднощі, мояк команда могла дуже оперативно все врегулювати.

Ще одним ризиком є людський фактор і командна взаємодія. У творчих проєктах важливо, щоб усі учасники однаково розуміли ідею та були залучені до процесу. Тут мені напевно дуже повезло, адже я змогла зібрати неймовірних людей навколо себе.

У нас виникали ускладнення у постпродакшені, а саме у тривалому монтажі. Так, це зайняло більше часу ніж ми очікували, але в результат був того вартий. Не менш важливим є ризик обмеженого сприйняття аудиторією. Оскільки проєкт має арт-хаусний та експериментальний характер, він може не знайти широкого глядача або бути сприйнятий лише вузьким колом зацікавлених. Наразі так і є, ця робота ще не знайшла великої кількості поціновувачів, але ми над цим працюємо.

Але попри всі труднощі, це і є частиною процесу незалежного виробництва і водночас формують досвід, який допоміг мені краще розуміти реальні умови створення аудіовізуального мистецтва.

10. ВИСНОВКИ

Проєкт «Тільки» став для мене важливим етапом у творчому розвитку та практичним досвідом створення авторського аудіовізуального продукту. Під час роботи я змогла поєднати ідею, візуальну мову, організацію виробничого процесу та навіть мою акторську складову в цілісну мистецьку роботу. Я навчилася ефективніше працювати в команді, швидко приймати творчі та технічні рішення, а також адаптувати задум до реальних умов виробництва. Проєкт дав мені розуміння особливостей незалежного відеовиробництва та роботи з обмеженими ресурсами.

Окремо для мене дуже цінним стало те, що я неймовірно зблизилася з людьми, з якими працювала. Я щиро вдячна їм за їхній час, підтримку та пророблену роботу, без якої цей проєкт не був би можливим.

Найважливішим результатом стало усвідомлення власного авторського підходу та бажання продовжувати розвиток у сфері арт-хаусного та експериментального мистецтва. Цей кліп присвячується всім моїм друзям і людям, які віддані мистецтву!

11. ДЖЕРЕЛА

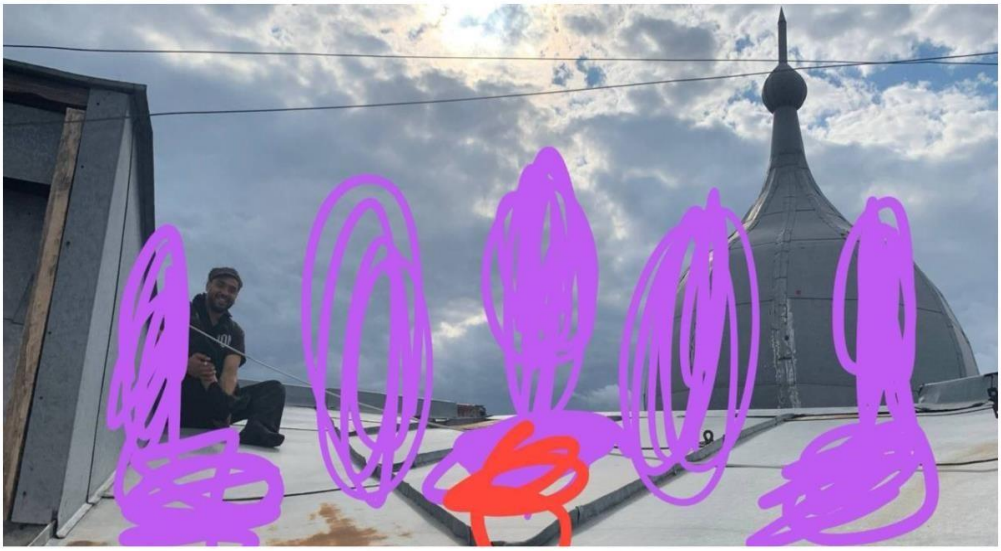
1. Український культурний фонд. — URL: https://ucf.in.ua/ (дата звернення: 19.05.2026).
2. Довженко-Центр. — URL: https://dovzhenkocentre.org/ (дата звернення: 19.05.2026).
3. House of Europe. — URL: https://houseofeurope.org.ua/ (дата звернення: 19.05.2026).
4. Bordwell D., Thompson K. Film Art: An Introduction. — Б. м.: Б. в., б. р. — Дата звернення: 19.05.2026.
5. Tarkovsky A. Sculpting in Time. — Б. м.: Б. в., б. р. — Дата звернення: 19.05.2026.
6. Beebe R., Middleton B. Experiencing Music Video. — Б. м.: Б. в., б. р. — Дата звернення: 19.05.2026.
7. Rabiger M. Producing and Directing the Short Film and Video. — Б. м.: Б. в., б. р. — Дата звернення: 19.05.2026.
8. Paul C. Creative Producing. — Б. м.: Б. в., б. р. — Дата звернення: 19.05.2026.
9. Deleuze G. The Cinema of Poetry. — Б. м.: Б. в., б. р. — Дата звернення: 19.05.2026.

Приклади експерементальних музичних кліпів, якими ми надихалися під час створення нашого проєкту:

1. Oneohtrix Point Never — *Sticky Drama* (реж. Jon Rafman).
2. St. Vincent — *New York* (реж. Alex Da Corte).
3. Radiohead — *Lotus Flower* (реж. Garth Jennings).
4. Björk — *All Is Full of Love* (реж. Chris Cunningham).
5. Aphex Twin — *Come to Daddy* (реж. Chris Cunningham).
6. FKA twigs — *Cellophane* (реж. Andrew Thomas Huang).
7. Sigur Rós — *Varúð* (реж. Ryan McGinley).
8. Kanye West — *Power* (реж. Marco Brambilla).
9. Sonic Youth — *Sunday* (реж. Harmony Korine).
10. Björk — *Bachelorette* (реж. Michel Gondry).

12. ДОДАТКИ

Референси місцевості. Замальовка ідей





Референси місцевості. Замальовка ідей





Прототипи персонажів



Графік виконання


Графік виконання
ТІЛЬКИ
музичний кліп | короткометражний фільм
кожен етап – це частинка нашого світу
СТАРТ РОБОТИ
13 СЕРПНЯ 2025
РЕЛІЗ
27 ЛИСТОПАДА 2025
СЕРПЕНЬ
ВЕРЕСЕНЬ
ЖОВТЕНЬ
ЛИСТОПАД
ПІДГОТОВЧИЙ ЕТАП
• розробка концепції та сценарної структури
• пошук локацій, референсів, візуального стилю
• формування команди та розподіл обов'язків
• підготовка до зйомок (кастинг, реквізит, костюми, техніка)
• репетиції з танцювальним колективом
13.08 – 10.09
ВИРОБНИЧИЙ ЕТАП
• знімальний період на всіх локаціях
• робота з акторами та танцювальним колективом
• створення світла, атмосфери, унікальних кадрів
• резервні зйомки та додаткові матеріали
11.09 – 20.10
ЗАВЕРШАЛЬНИЙ ЕТАП
• монтаж відео
• кольорокорекція, робота зі світлом та фактурою
• саунд-дизайн, зведення звуку
• фінальна версія та експорт
21.10 – 15.11
ПРОСУВАННЯ ТА ПОДАЛЬША ДІЯЛЬНІСТЬ
• створення тизерів та контенту для соцмереж
• підготовка фестивальних заявок
• комунікація, публікації, співпраці
• реліз кліпу
16.11 – 27.11
ми створюємо не просто кліп – ми створюємо свій всесвіт
ПІДГОТОВКА
13.08 – 10.09
ЗЙОМКИ
11.09 – 20.10
ПОСТПРОДАКШН
21.10 – 15.11
ПРОСУВАННЯ
16.11 – 27.11
РЕЛІЗ
27.11