

DOI: 10.31866/2617-2674.8.2.2025.347818

УДК 7-028.26:[791-22-028.23:791.623.1]:316.774:070

САМООПИС ДІЙНОСТІ В КОРОТКИХ ВІДЕО: ЗОБРАЖАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ

Зоя Алфьорова

доктор мистецтвознавства, професор;

e-mail: al055@ukr.net; ORCID: 0000-0003-4698-9785

Харківська державна академія дизайну і мистецтв,

Харків, Україна

Ключові слова:

аудіовізуальне
мистецтво;
відеомистецтво;
короткі відео;
медіатехнології;
зображальна культура;
самоопис

Анотація

Мета дослідження – осмислити зображальні особливості самоопису дійсності в коротких відео. Виявити соціокультурний і медійний контекст, у межах якого актуалізуються короткі відеотвори; дослідити роль самоідентифікації та суб'єктивності в самописі дійсності; проаналізувати наративні структури коротких відео та основні засоби художньої виразності. **Методологія дослідження** базується на комплексному підході, що охоплює аналіз літературних джерел з метою формування теоретичної бази та визначення ключових понять; історико-культурний аналіз, спрямований на вивчення соціокультурних і медійних передумов актуалізації виробництва коротких відео; формально-стилістичний метод аналізу коротких відео, який полягав у стилістичному та критичному аналізі обраних зразків коротких відео як найбільш виразних прикладів авторського самоопису; метод аналізу художніх засобів виразності для визначення палітри засобів самоопису в аудіовізуальному творі. **Наукова новизна дослідження.** Вперше узагальнено ключові аспекти, пов'язані з формуванням та еволюцією стратегій самоопису в коротких відео, а також проаналізовано основні зображальні особливості, які вирізняють самописні короткі відео серед інших аудіовізуальних художніх форм, що розповсюджуються в цифровому середовищі. На основі дослідження найбільш характерних прикладів визначено, що самописові короткі відео – це мультимодальний наратив, у якому візуальні, звукові, текстові та перформативні елементи поєднуються для створення суб'єктивного образу. Виявлено та систематизовано поширені художні засоби, які допомагають зробити відео не просто інформативним, а емоційно насиченим та естетично виразним. Особливу увагу приділено наративним стратегіям, які характерні саме для коротких відео. **Висновки.** Відповідно до поставленої мети у статті проаналізовано художні особливості самоопису дійсності в коротких відео. Визначено роль самоопису в репрезентації особи автора та доведено, що художні засоби вираження

є ядром короткого аудіовізуального нарративу, який формує унікальний спосіб розповіді про себе в умовах цифрової культури та алгоритмічної видимості.

Як цитувати:

Алфьорова, З., 2025. Самоопис дійсності в коротких відео: зображальні особливості. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*, 8 (2), с.263-276.

Формулювання проблеми

Зміна форм візуального сприйняття в цифрову епоху та еволюція зображальних засобів виразності в сучасному аудіовізуальному мистецтві актуалізували наукову проблему самоопису дійсності в коротких відео. Сучасна аудіовізуальна культура швидко зміщується у бік коротких відеоформатів (наприклад, TikTok, Reels, Shorts), які стають головними носіями аудіовізуальної інформації. Це потребує нового осмислення способів репрезентації дійсності та виявлення того, як аудіовізуальний образ стає самодостатнім актом висловлювання, а не лише ілюстрацією. Самоопис – це здатність аудіовізуальних медіа не лише зображати реальність, а й водночас рефлексувати її. У короткому відео цей процес набуває особливої значущості: через обмеженість часу кожен кадр та аудіовізуальний засіб містить підвищене змістовне та емоційне навантаження, стаючи своєрідним «дзеркалом» культури, творця і споживача. Водночас короткі відео активізують нові зображальні можливості. Для мистецтвознавства важливо осмислити коротке відео не просто як аудіовізуальний продукт, а як нову форму аудіовізуального мистецтва, де межі між мистецтвом, документом і повсякденністю розмиті. Дослідження цього явища відкриває нові перспективи те-

орії аудіовізуального нарративу, сприяє розвитку методології аналізу постмедійного мистецтва та допомагає науковцям адекватно інтерпретувати нові форми аудіовізуальної саморепрезентації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Наратологія як міждисциплінарна теорія оповідання вивчає структуру та механізми передавання історій у різних медіумах, включаючи літературу, кіно, театр та інші форми мистецтва, а в контексті аудіовізуального мистецтва акцентує на специфіці самоопису, тобто на процесі створення та сприйняття творів, де автор сам стає частиною оповіді. П. Рікер (Ricoeur, 1983) і Д. МакАдамс (McAdams, 1997) запропонували концепцію, за якою людина формує свою особистість через розповідь історій про себе.

У роботах П. Рікера «Час і розповідь» (1983) та «Про себе як інший іншому» (1990) ідея нарративу як форми саморозуміння набула важливого значення, оскільки людина не просто живе у світі, а осмислює своє життя через розповіді про нього. Такі розповіді постають як форми самоопису, що структурують досвід, надають йому цілісності та сенсу. Так, самоопис, за П. Рікером (Ricoeur, 1983; 1990), є способом суб'єкта вписати себе в соціокультур-

ну реальність, відрефлексувати і уявити своє становище в ній.

Д. МакАдамс (McAdams, 1997) звертав увагу на те, що якщо реальний досвід не збігається з тим, що транслюється онлайн, то така ситуація може призвести до внутрішнього конфлікту.

У книзі Р. Пейдж (Page, 2012) «Історії та соціальні мережі: ідентичності та взаємодія» досліджується, як особисті історії, які публікуються в соціальних мережах, впливають на формування ідентичності та взаємодію з аудиторією. Авторка аналізує різні онлайн-платформи, щоб зрозуміти, як нові форми оповідання переглядають традиційні канони наративної структури.

Х. Шахтнер (Schachtner, 2020) розглядає нові форми оповідання в контексті цифрових медіа, зосереджуючи увагу на тому, як молоді користувачі інтернет-платформ застосовують наративні практики для самовираження та формування ідентичності. Подібну проблематику порушує і С. Кусел, яка аналізує процеси перетворення користувачів соціальних медіа на творців контенту та досліджує механізми формування цифрових ідентичностей за допомогою мультимедійних інструментів (2014).

У книгах П. Бірінделлі (Birindelli, 2022) «Наративна ідентичність: особиста дорожня карта», Д. МакАдамса (McAdams, 1997) «Історії, якими ми живемо» та Х. Шахтнер (Schachtner, 2020) «Наративний суб'єкт: оповідь в епоху Інтернету» пропонується інтерпретативний підхід до теми наративної ідентичності, що поєднує соціологічні, психологічні та психоаналітичні концепти. В. Вара (Vara, 2025) звертає увагу на те, як технології та штучний інтелект впливають на сприйняття себе, творчість і пам'ять. М. Рюккен-

штейн (Ruckenstein, 2023) досліджує емоційні реакції людей на алгоритми, розглядаючи їх вплив на повсякденне життя та сприйняття технологій.

Попри цікавість науковців до проблеми самоопису в цифрових медіа, ця тема залишається недостатньо опрацьованою. Науковці практично не зважають на ті зображальні особливості, які виділяють самоописні короткі відео серед інших аудіовізуальних художніх форм, які розповсюджуються в цифровому середовищі.

Мета статті – осмислити зображальні особливості самоопису дійсності в коротких відео. Виявити соціокультурний і медійний контекст, у межах якого актуалізуються короткі відеотвори. Не менш важливим є окреслення ролі самоідентифікації та суб'єктивності в процесах самоопису дійсності в таких творах. Аналіз наративної структури коротких відео дає змогу зробити дослідження зображальних особливостей самоопису дійсності предметнішим, оскільки існує пряма кореляція між зображальними засобами виразності та типом оповідності.

Методологія дослідження базується на розумінні того, що в сучасних умовах самоопис особливо активно проявляється у медіапросторі, де індивіди за допомогою тексту, візуального образу, аудіо- та відеозасобів виразності створюють наративи, що репрезентують їхню ідентичність, досвід і світовідчуття. Медіаявища, такі як сторітелінг, відеоблоги, короткі відео та пости в соціальних мережах, використовуються для особистих і колективних самоописів. Дослідження аудіовізуальних самоописів співвідноситься з поглядами П. Рікера та його послідовників, з концепцією «рефлексивної модерності» У. Бека

(Beck, 1992) та Е. Гідденса (Giddens, 1984), у межах якої суб'єкт стає як учасником, так і активним автором власної соціальної біографії, а також із теорією наративної ідентичності. Класичні мистецтвознавчі методи аналізу аудіовізуальних творів (формально-стилістичний, аналіз художніх засобів виразності та інші) дали змогу виявити особливості художніх засобів виразності в коротких відео, які використовуються для самоопису.

Основний матеріал дослідження

Короткі відео, такі як ролики в TikTok, Instagram Reels чи YouTube Shorts, стали потужним медіальним форматом, який активно відображає, критикує та відтворює культурні норми, повсякденне життя та ідеологічні установки. Короткі відео часто закріплюють вже наявні установки та очікування суспільства: гендерні стереотипи; культурний конформізм; процеси комерціалізації в цифровому середовищі. Багато коротких відеороликів продовжують звичні уявлення про «чоловічу» і «жіночу» поведінку, зовнішність, ролі, закріплюючи усталені суспільні уявлення про гендер. Щодо культурного конформізму, то популярні тренди на відеохостингах (танці, мода, сленг тощо) задаються інфлюенсерами і повторюються масовою аудиторією, підтримуючи панівні стилі життя. Це, відповідно, сприяє комерціалізації відеохостингів, адже інтернет-платформа заохочує контент, який сприяє продажу товарів, послуг, лайфстайл-продуктів, і продовжує формувати споживчі цінності в суспільстві (Beck, 1992; Мусієнко, 2019). В межах зазначених соціокультурних контекстних тенденцій розвиваються і певні медіатренди, характерні для

сучасного цифрового середовища. Одним із найпопулярніших є тренд на інтерактивність – залучення глядача через лайки, коментарі, дуети, ремікси. Цей довгостроковий тренд обумовлює алгоритми самоописів дійсності в інтернеті практично з початку XXI ст. Популярність інтерактивності у медійному контексті не слабшає, тому що вона відповідає на ключові запити сучасної культури та психології аудиторії. Аудиторія відеохостингів більше не хоче бути пасивним споживачем – вона хоче впливати, брати участь, взаємодіяти з авторами, адже інтерактивність подає інформацію у формі гри, а гра, на відміну від лекції, викликає задоволення (гра активізує дофамінову систему мозку, а отже, утримує увагу і викликає бажання повернутися).

Важливими медійними трендами також є платформні обмеження та меметичність – те, як користувач вписує особисте в загальну культурну матрицю інтернет-контенту (Koosel, 2014). Користувачі цифрового медіасередовища та бренди пристосовуються до обмежених форматів, що стимулює стислість, яскравість і лаконічність тих художніх форм, які циркулюють в інтернеті. Це робить контент більш «перетравлюваним» для аудиторії з «короткою», нетривалою увагою. В цьому є позитив: художнє мислення переосмислює себе за умов лімітів – чим менше ресурсів (часу, простору), тим оригінальніші рішення потрібні. Оскільки меметичність – це здатність інформації швидко поширюватися і змінюватися, стаючи масовим культурним кодом (меми, тренди, челенджі, іронічні формати), то сучасний цифровий контент націлений як на інформування чи розваги, так і на «зараження» аудиторії, на колективну творчість, іро-

нію та саморефлексію. У постіронічну епоху меми стали способом говорити про серйозне через несерйозне, що робить складніші теми доступнішими.

Авторська самоідентифікація в коротких відео, особливо на соціальних платформах, як-от TikTok, Reels або Shorts, виражає себе не лише через зміст, а й через форму, стиль, вибір і подачу аудіовізуального матеріалу, використовуючи багатий арсенал візуальних, звукових та оповідальних інструментів (McAdams, Josselson and Liebllich, 2006). Оскільки кожен вибір теми самоопису – це повідомлення про себе, то важливим стає питання: що насправді турбує автора (самооцінка, політика, відносини, міграція, психічне здоров'я). Або питання: чого він уникає (це теж характеристика, адже іноді мовчання говорить голосніше). До прикладу, автор публікує коротке відео «День із життя глухого студента», і це є не тільки хроніка, але і вираз ідентичності, запрошення до емпатії та руйнування стереотипів. Самовираження в короткому відео – це багатшаровий процес, де форма та зміст переплетені. Навіть 15 секунд можуть стати актом спротиву, самоідентифікації чи художнього висловлювання. Автор такого відео може бути відвертим або іронічним, або навіть абстрактним. Головне – він сам вирішує, що і як сказати. І це робить короткі відео потужним інструментом авторського самовираження у цифрову епоху.

О. Мусієнко, яка ґрунтовно займалася проблемою відеохостингів (2019), справедливо стверджувала, що «одноосібний блогерський контент часто сприймається як більш автентичний і наближений до реального досвіду, що сприяє його популярності серед аудиторії» (2025, с.85).

Проблеми тілесності – тіла, зовнішності, тіла в суспільстві – часто посідають центральне місце у коротких відео, тому що тіло сьогодні стало ареною особистого, соціального та політичного висловлювання. Оскільки короткі відео – це аудіовізуальні медіа, то тіло автора в них часто показано на першому плані, адже його видно (обличчя, одяг, рухи, пози – все потрапляє до кадру). Тіло стає головним «носієм сенсу», через тілесність у кадрі виражається емоція, настрій, позиція автора. Багато хто з авторів коротких відео використовують тіло, щоб подолати норми (наприклад, боді-позитив) або показати інакшість (ЛГБТ + гендерні ідентичності) або зцілитися (відеорозповіді про травму, розлади харчування, тілесні комплекси тощо). Інколи автор такого відео намагається знайти власний голос щодо тілесності: «ось моє тіло – і воно теж говорить». Таким чином, коротке відео стає особистим актом визнання: «у мене акне», «я не вкладаюсь в ідеали», «я трансособистість у процесі гормональної терапії» тощо. Ось чому платформи та медійні формати типу TikTok і Reels активно просувають відео, де видно обличчя, є емоційні реакції, а тіло рухається, танцює, демонструє трансформації (до/після). У результаті автори коротких відео частіше показують тіло, а отже, звертаються до тілесних тем: самооцінки, зовнішності, сорому, гордості, віку тощо. Оскільки сучасна культура, особливо онлайн, сповнена тілесних норм (стандарт краси, «фітнес-тіла», «чиста шкіра», «дівчата без живота», «як я схудла на 20 кг» або «мої лайфхаки догляду за собою»), то часто реакцією на це масове висловлювання через тіло є викриття фальші в коротких відео або акти опору

(бодіпозитив, бодінейтральність, відмова від макіяжу) та чесні авторські зізнання («я не люблю своє тіло, але вчуся приймати»). Багато тем важко промовляти словами, особливо в публічному просторі. Тому тіло автора, відзняте в короткому відео, дає змогу «сказати» щось важливе буквально через шрам, позу, жест або метафорично через танець, грим або трансформацію. І це робить коротке відео особливо чутливим форматом для тілесних тем. Проблеми тілесності фігурують у коротких відео, тому що тіло стало мовою, через яку виражаються емоції, біль, гордість, протест, ідентичність та опір. І коротке відео як швидка, візуально насичена та доступна художня форма ідеально підходить для цих тілесних висловлювань.

К. Шахтнер (Schachtner, 2020, p.195) виділяє такі типи оповідей в цифровому середовищі: історії про взаємозв'язок, самоорганізацію, постачання та продаж, управління кордонами та трансформацію, а також про початок та відрив. Втім більшість авторів, які досліджують типи наративів, сходяться на думці, що в авторських мікроісторіях короткі відео часто передають «момент» або фрагмент досвіду, використовуючи обмежений час (15–60 секунд) з наявними сюжетними схемами (навіть у короткому форматі може формуватися початок, кульмінація, розв'язка). Часто в таких типах наративів автентичність опонує інсценізації, адже авторові важливо те, наскільки зображене сприймається як «справжнє» або «особисте».

Згідно з теорією наративної ідентичності, людина сприймає себе через призму особистої історії, яку вона сама складає. У соціальних мережах ця історія стає публічною і схильна до

зворотного зв'язку. В коротких відео автори виділяють певні аспекти свого життя, надаючи їм особливого значення та видимості. Це сприяє посиленню певних наративів і може впливати на самовідчуття та сприйняття з боку інших. Короткі відео часто презентують одночасно різні аспекти життя автора: професійного, особистого, творчого тощо, що є суголосним концепції діалогічного «я», яка передбачає, що особистість складається з безлічі внутрішніх позицій і голосів, що взаємодіють між собою. Цифрові технології дають змогу створювати докладні архіви особистих подій, що впливає сприйняття часу і пам'яті. Відеохостинги, такі як Instagram або X (раніше Twitter), надають користувачам можливість документувати своє життя у реальному часі, створюючи безперервний потік спогадів. Це може посилювати відчуття присутності та актуальності, але також призводить до труднощів в управлінні особистою історією та збереженні приватності. На думку А. Торуна (Torun, 2024, p.240), цифрові інструменти розширили не лише технічні можливості кінематографістів, а й наративні та естетичні межі. Отже, короткі відео, які створюються з метою самоопису, є динамічними автобіографічними наративами, схильними як до зовнішнього впливу, так і до саморефлексії. Проаналізуємо, якими ж зображальними засобами художньої виразності створюються такі наративи. Мікрооповіді – драматургічна основа коротких відео. Самоописові відео в соцмережах – це мікроісторії, що укладаються в 15–60 секунд, але здатні викликати емоційний відгук. Такі відео часто будуються на конфлікті, розв'язці чи зверненні до глядача як мінімалістичний драматур-

гчний акт. Автори часто розігрують кращу (іншу) версію себе, а акторська гра, гротеск, іронія стають частиною самопрезентації. Як справедливо колись помітив П. Бірінделлі (Birindelli, 2022, р.98), «автобіографія – це не меланхолійний відступ, а спосіб розпочати новий шлях з більшою усвідомленістю своїх обмежень і можливостей». Метанаративність, тобто коментування самого процесу зйомки та монтажу, надає відео додаткову глибину. У цьому разі перформативність та іронічна дистанція стають способом говорити правду про себе через «маску».

У коротких відео, присвячених самоопису, побудова кадру відіграє ключову роль у створенні особистої та різної візуальної оповідності. Ці відео часто спираються на візуальні рішення, які допомагають виділити головного героя (автора), його емоції, простір і контекст. Композиційно обличчя або фігура автора найчастіше розташовуються у центрі кадру. Це створює відчуття прямого контакту з аудиторією, посилює ефект «присутності». Використання динамічної камери або яскравих костюмів у русі підвищують емоційність прийняття відео. У відео «Air Dancer» два виконавці імітують рух повітряних танцюристів, використовуючи костюми відповідних кольорів. Кадри зняті з різних ракурсів, підкреслюючи синхронність рухів і яскравість костюмів. Такий підхід дає змогу глядачеві відчутти динаміку та енергетику того, що відбувається. Часто у відео, які розповідають про подорожі, автор використовує техніку поділу екрана, показуючи одночасно свої емоції та пейзаж. Це дає змогу створити ефект присутності та занурити глядача в атмосферу подорожі. Селфі-ракурс – найбільш поширений, осо-

бливо у TikTok та Instagram Reels. Камера зазвичай знаходиться на витягнутій руці або штативі на рівні обличчя, створюючи ілюзію розмови з глядачем. А обрізання по плечах або грудях (medium close-up) дає змогу зосередитися на міміці та голосі. Фон часто вибирається нейтральний, особистий (кімната, кухня, вулиця), але не перевантажений деталями. Залучені в кадр об'єкти можуть сигналізувати про хобі автора (гітара на стіні), його соціальний статус (стиль меблів, техніка) або про цінності та ідентичність (прапори, книги, фотографії). У таких відео автор часто вибирає напрямок та інтенсивність світла – природне світло з вікна, кільцева лампа тощо, щоб підкреслити риси обличчя та покращити візуальне сприйняття. До прикладу, в Instagram Reels популярні відео, в яких автори демонструють свої ранкові або вечірні ритуали. Кадри часто знімаються у ванній кімнаті, використовуючи кільцеву лампу для м'якого освітлення. Автор знаходиться у верхній частині кадру, а простір навколо нього мінімізований, що фокусує увагу на його діях та емоціях. Реквізитом слугують предмети, що посилюють послання – чашка кави, дзеркала або аксесуари та макіяж. Формат коротких відео передбачає вилучення усього зайвого: все, що не працює на втілення сенсу зйомки, забирається з кадру. Так, у подібних відео зазвичай відсутні безлад, випадкові люди та сторонні шуми. Мінімалізм у кадрі підкреслює фокус на суб'єкті та його повідомленні. Забираються відволікаючі деталі або вони розмиваються через глибину різкості. Вертикальний формат (9:16) кадру є панівним у більшості коротких відео. Він посилює почуття інтимності та «особистого простору», адже кадр

підлаштовується під людську постать. Так, у відео «If Love Had a Sound» автор використовує вертикальний формат кадру, де персонажі гармонійно вписуються у квітучий персиковий сад. Сцена збалансована: персонажі знаходяться на задньому плані, а квіти на передньому, створюючи атмосферу романтики та пристрасті. Такий підхід дає змогу висловити емоції через взаємодію з природою та простором.

Горизонтальний формат використовується рідше, зазвичай, коли акцент робиться не тільки на суб'єкті, але і на навколишньому контексті. У процесі самозйомки часто використовується нерухома камера, яка створює ефект стабільності та щирості. Якщо автор перебуває у русі (іде вулицею, займається справою), камера може бути на стабілізаторі або тримається в руці, тоді створюється ефект участі в особистому моменті. Автофокус на обличчі (особливо в сучасних смартфонах) утримує увагу глядача саме на міміці. Для підсилення емоційності самоопису часто в кадрі створюються візуальні контрасти й акценти: за світлом, кольором одягу та фону, фільтрами, щоб виділити суб'єкта. Якщо авторкою є жінка, яка прагне створити власний візуальний стиль у кадрі, вона використовує зовнішні елементи власного стилю: наприклад, використовується яскрава помада, незвичні окуляри або зачіска – ці елементи стилю використовуються як візуальні маркери індивідуальності. Отже, побудова кадру в коротких самоописових відео спрямована на посилення ефекту особистої комунікації, ідентифікації та візуального контролю за образом «Я». Все, що включено в поле зору – функціонально, все зайве – виключено задля посилення виразності та ясності послання.

Кольорова гама коротких відео теж є складником формування певного емоційно-змістовного образу автора при самоописі. Дійсно, кольорові палітри таких відео є маркерами емоцій та ідентичності автора (Torun, 2024). Так, теплі палітри (червоний, помаранчевий, жовтий) кольору створюють зазвичай атмосферу затишку, близькості, енергії, життєвості. Така кольорова палітра часто використовується для візуального «окреслення» контексту приватної історії: у відео про будинок, ранкові рутини, романтичні моменти життя автора. Саме так створюється відчуття тепла та емоційної відкритості.

Холодні кольорові палітри (блакитний, сірий, синій, зелений) характерні для атмосфери з різним емоційним модусом: від спокою до смутку, самотності та рефлексії. Така кольорова палітра часто застосовується у відео з розмовами про ментальне здоров'я, у вечірніх відео, а також у межах естетики «soft sad». Ефект від використання холодної кольорової палітри в коротких відео – це створення дистанції між автором і глядачем та формування відчуття глибокої внутрішньої роботи. Нейтральні кольори палітри (бежевий, білий, сірий) створюють атмосферу мінімалізму, витонченості та чистоти думки. Нейтральна кольорова гама використовується у відеоощоденниках, у відео в стилі «clean girl», а також в естетиці ранкового ритуалу. Нейтральні кольори підкреслюють контроль, порядок, зрілість, що характерні для окремих типів самоопису.

Обличчя на тлі темної кімнати, різкі тіні, підсвічування знизу чи збоку – ці методи використання світлотіні та чіткого контрасту у процесі зйомки часто використовується для драматизації самоопису автора. Це важливо у ви-

падку обрання автором проблеми визнання, переживання або вкрай важливих повідомлень, що потребують максимальної концентрації глядацької уваги. Контраст кольору, який створюється протиставленням фону та одягу (наприклад, яскрава сукня на сірому фоні) використовується для виділення суб'єкта та візуального акценту в кадрі. Важливу роль у конструюванні візуального образу відіграють фільтри та інші засоби корегування зображення в кадрі. Смысловое навантаження б'юті-фільтрів, ретуші тощо є полягає у прагненні створити «покращене Я» у відео, де суб'єкт говорить про самоцінність, стиль або самоприйняття. Втім, такі інструменти корекції зображення одночасно можуть використовуватися іронічно або як критика культурних норм краси. Вінтажні та «пилові» фільтри (grain, seria тощо) можуть створювати настрій ностальгії, відчуття «загубленого часу», який є важливим у коротких відео про минуле, дитинство, покинуті стосунки. Драматичні фільтри (сине/сіре тонування, висока контрастність) передають тривожність, депресію, втрату та використовуються у відео про ментальне здоров'я, соціальну ізоляцію. Яскраві та «мультяшні» фільтри здатні створити настрій грайливості, самоіронії та атмосферу інфантильності. Останній тип фільтрів використовується у відео з гумористичним підтекстом, сарказмом, «фантазійною» самопрезентацією.

Відомими стилістичними зображальними рішеннями у TikTok та Reels є «Cottagecore» – використання приглушених природних кольорів і м'якого світла; «Dark academia» – темні кольорові палітри, тьмяне світло, фільтри «під плівку»; «Clean girl» – використання бежево-білих тонів, денного світла,

нейтральних фільтрів; «Alt» – кислотні кольори, чорні акценти, хаотичний монтаж.

Використання фільтра «Contrast Makeup Trend» (чорно-білого фільтра для визначення контрастності з подальшим підбором відповідних макіяжних відтінків) допомагає авторам визначити рівень контрасту між їх шкірою, очима та волоссям, що впливає на вибір макіяжу. Наприклад, для висококонтрастних типів рекомендується використовувати насичені відтінки, такі як темні помади та яскраві тіні, що підкреслює індивідуальність та створює виразний образ. Використання фільтрів «Colour Palette Trend» (різноманітні палітри фільтрів, що відповідають настрою відео, наприклад, теплі тони для романтичного контенту, холодні для драматичного) дає змогу адаптувати візуальний стиль відео під його зміст. Теплі тони створюють атмосферу затишку та любові, тоді як холодні відтінки підсилюють драматизм і напругу, допомагаючи передати емоційний стан автора. Використання фільтрів «Color Temperature» (теплі і холодні відтінки залежно від настрою) дають змогу створити певний настрій: теплі відтінки асоціюються з комфортом та радістю, холодні – з самотністю чи інтроспекцією, що допомагає візуально передати внутрішній стан автора.

Монтаж залишається основним наративним інструментом коротких відео, оскільки стає способом «збирати» особистість із фрагментів, відбиваючи або її нестабільність, або розвиток. Так, стрибкоподібний монтаж (jump cut) використовується для передавання фрагментарності сприйняття, прискорення темпу та створення ефекту спонтанності. А склейки за змістом дають змогу з'єднувати фрагменти

відео в єдиний наратив, навіть якщо візуально вони різні. Монтаж із хронологічним зрушенням (flashback, time skip) допомагає конструювати минуле та майбутнє суб'єкта. Інколи самоопис стає діалогічним актом, в якому «я» існує лише як відповідь на реакцію іншого. Тоді вбудовані аудіовізуальні фрагменти (дуети, зшивки, ремікси) дають змогу залучати чужий наратив у свій, створюючи колективний самоопис. Аудиторія стає співавтором наративу: через коментарі, перекази, челенджі. Селективний монтаж є важелем для «чистки» коротких відео: автор залишає лише потрібні фрагменти промови чи дії, видаляючи паузи, застереження, прояви нерішучості, що дає змогу створити «зібраний» образ.

Швидкий ритм у коротких відео (1–2 секунди на кадр) застосовується у нарізках «день із життя», складанні образів і рутин, коли стоїть завдання створити відчуття насиченості, багатозадачності, динамічного способу життя. Психологічно швидкий ритм посилює ефект залучення уваги глядача, тримає увагу, особливо на тлі алгоритмів TikTok та Instagram. Середній ритм (3–5 секунд) застосовується у більш інтимних, оповідальних відео (наприклад, монологів) та дає час глядачеві «заглибитися» у погляди, емоції, інтонації автора відео. Таким ритмом створюється відчуття помірності, контролю, «заземленості» самоопису. Уповільнений ритм в короткому відео (тривалі кадри 5–10 секунд і більше) застосовується для передавання рефлексії, самотності, туги або медитації. Такий ритм дає змогу глядачеві зануритися в атмосферу, відчувати суб'єктивний час автора. Візуально такий ритм часто супроводжується зйомкою статичною камерою та плавною музикою.

Так звані «жорсткі склеювання» (hard cuts), які характеризуються різкою зміною кадру без переходу, використовуються для посилення ритму, наприклад, у відео «Get ready with me» або «Outfit change», та наголошують на спонтанності, динаміці, реалізмі коротких відео. Монтажний перехід «Jump cut», коли використовується один і той самий план, але з пропущеними моментами (наприклад, «голова, що говорить» з вирізаними паузами), створює ефект щирого, неформального спілкування. Такий монтажний перехід використовується для підкреслення ключових думок, прискорення мовлення, самопрезентації у форматі діалогу. А монтажний інструмент «Smash cut», коли відбувається несподіваний різкий перехід між двома контрастними кадрами, часто використовується в гумористичних чи драматичних цілях – «очікування vs дійсність» або «до і після». Переходи рухом (match cut, whip pan), переходи через затемнення або розмиття, маски та wipe-переходи – усі ці монтажні засоби також використовуються в самоописних коротких відео.

Фактично монтаж залишається інструментом формування суб'єктивного часу: стиснення екранного часу розраховане на ефект відчуття насиченого життя, продуктивності; уповільнення моменту створює ефект підкреслення важливості емоції, моменту, погляду, а циклічність часу – ефект рутини, зацикленості, тривожності та повсякденності. Монтаж і ритм у коротких самоописових відео – це не просто технічні засоби, а висловлювання про себе в часі. Через візуальний ритм автор транслює своє суб'єктивне відчуття часу та ідентичності.

Використання ефектів, фільтрів і тексту допомагає підкреслити емоції та

контекст, роблячи відео більш виразним і привабливим для глядача. Графічні елементи (текст або підписи, емодзі, анімація) є теж важливими зображальними складниками коротких відео. Це особливо актуально для TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts. Використання таких елементів значно впливає на художню якість коротких відео, особливо в контексті самоопису та візуального оповідання. Ці елементи стали не просто декоративними, а повноцінними виразними засобами, що формують унікальну візуальну мову digital-самопрезентації.

Використання тексту в таких відео істотно підвищує художню якість самоопису. До прикладу, у відео, де авторка розповідає про тривожність, текст супроводжує міміку та мовчазні кадри: «Я посміхаюся, але в голові хаос». Це посилює мистецьке сприйняття внутрішнього стану. Функції таких символів, як емодзі, проявляються у тому, що вони сигналізують про емоції глядача, візуалізують іронічну дистанцію та часто використовуються як візуальні «меми», постають як естетичні елементи, особливо у стилізаціях під kawaii, alt, soft girl та ін. Отже, емодзі спрощують читання емоційного підтексту, особливо у неоднозначних ситуаціях, додають візуальний ритм, наголошуючи на моментах паузи, переходу, акценту, перетворюють відео на суміш тексту та піктограми, що створює ефект сучасного візуального фольклору. Використання анімації в коротких відео формує алгоритми інтерактивності та залучення, оскільки рух викликає інтерес, утримує увагу глядача та акцентує переходи між емоційними станами, думками та темами, інколи імітуючи внутрішній потік свідомості. Як зазначав Л. Манович (Manovich, 2001, p.238), цифрові техно-

логії дають змогу поєднати анімацію з живою дією, легко фіксувати, аналізувати та рекомбінувати її, створюючи гібридне рухоме зображення. Анімація має здатність перетворювати розповідь на візуальне переживання, створюючи відчуття «живого» внутрішнього світу. Анімаційні вставки слугують засобом самостилізації, адже вибір анімації може бути частиною авторської візуальної мови. Такі вставки також підвищують естетичну щільність, відео при цьому виглядає не як аматорська зйомка, а як цифровий артоб'єкт.

Багато авторів прямо в камеру говорять або накладають свій голос за кадром. Існує кілька наративних стратегій використання авторського голосу в кадрі. Перша стратегія – сповідь. Вона реалізується через формат «голови, що говорить», прямого звернення до глядача («я просто хочу поділитися»), а також через прояви емоцій – сльози, сміх, паузи, які створюють ефект інтимності. Друга стратегія – авторська реакція (живим голосом) на чужі відео – дуети, «стичі», викриття, коментарі. Завдяки такій стратегії автор часто говорить про себе.

Автори часто повертаються до себе: «Це моя думка», «Мені було страшно це викладати», «Я боявся реакції». Ці фрази стають частиною перформансу та виражають уразливість автора; заявляють авторську позицію. Отже, короткі відео (TikTok, Reels, Shorts) є художніми формами сучасної медіаепохи. Їхні художні особливості відображають принципи візуальної культури інтернету: кліповість, меметичність, гіперперсоналізацію. Самоопис у цьому форматі стає формою цифрового автопортрета та створює ефект автентичності.

Висновки

Підсумовуючи викладене вище, можна зазначити, що самоописові короткі відео є мультимодальним нарративом, у межах якого візуальні, звукові, текстові та перформативні елементи поєднуються для створення суб'єктивного образу. Художні засоби вираження в цьому форматі виконують не декоративну, а смислотворчу функцію, становлячи ядро нарративу та формуючи унікальний спосіб розповіді про себе в умовах цифрової культури та алгоритмічної видимості. У коротких самоописових відео, таких як TikTok, Instagram Reels і YouTube Shorts, навіть спрощена драматургічна конструкція формує певні алгоритми побудови екранної композиції, змісту та зображальних особливостей кадру.

Кольорові палітри, контрасти та фільтри відіграють важливу роль у формуванні настрою та передавання особистої атмосфери. Ці візуальні засоби використовуються інтуїтивно чи свідомо для посилення емоційного змісту,

створення естетичної ідентичності та привернення уваги глядача. Внаслідок цього відео набуває не лише інформативного, а й емоційно насиченого та естетично виразного характеру.

Обрана автором темпоритміка самоопису та різні монтажні переходи між кадрами впливають на сприйняття глядачем авторської історії. Використання тексту, емодзі та анімацій у коротких відео збагачує візуальну мову самоопису, наближає глядача до внутрішнього світу автора, підвищує виразність і художню глибину, перетворюючи навіть 15-секундний ролик на мініоповідання, візуальний щоденник чи емоційний жест. Саме завдяки цим елементам самоописове коротке відео перестає бути приватною аудіовізуальною інформацією, а стає формою сучасної цифрової автобіографії з яскраво вираженими художніми особливостями.

Перспективи подальших досліджень убачаються в осмисленні інших форм авторського висловлення в сучасному медійному цифровому середовищі.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Мусієнко, О., 2019. Відеохостинг як найбільш адаптивний елемент аудіовізуальної культури на сучасному етапі. *Evropsky filozoficky a historicky diskurz*, [online] 5 (4), pp.58-62. Available at: <https://ephd.cz/wp-content/uploads/2019/ephd_2019_5_4/11.pdf> [Accessed 17 July 2025].
- Мусієнко, О., 2025. Візуальні та комунікативні стратегії у створенні іміджевих reels про Україну: порівняльний аналіз офіційного та аматорського контенту. *Культура України*, [e-journal] 88, с.82-89. <https://doi.org/10.31516/2410-5325.088.08>
- Beck, U., 1992. *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: SAGE Publication.
- Birindelli, P., 2022. *Narrative Identity: A Personal Roadmap*. Milano: FrancoAngeli.
- Giddens, A., 1984. *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. Berkeley: University of California Press.
- Koosel, S., 2014. *Digital Identity Narratives*. Duluth: Litwin Books.
- Manovich, L., 2001. *The Language of New Media*. Cambridge: MIT Press.
- McAdams, D. P., Josselson, R. and Lieblich, A. eds., 2006. *Identity and story: Creating self in narrative*. Washington: American Psychological Association.
- McAdams, D.P., 1997. *The stories we live by: Personal myths and the making of the self*. New York: Guilford Press.

- Page, R.E., 2012. *Stories and Social Media Identities and Interaction*. New York: Routledge.
- Ricoeur, P., 1983. *L'intrigue et le récit historique: Temps et récit. T. I*. Paris: Editions du Seuil.
- Ricoeur, P., 1990. *Soi-même comme un autre*. Paris: Éditions du Seuil.
- Ruckenstein, M., 2023. *The Feel of Algorithms*. California: University of California Press.
- Schachtner, C., 2020. *The Narrative Subject: Storytelling in the Age of the Internet*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Torun, A., 2024. Filmmaking and Video Art in the Digital Era. In: *Impact of Contemporary Technology on Art and Design* Hershey: IGI Global, pp.237-260.
- Vara, V., 2025. *Searches: Selfhood in the Digital Age*. New York: Pantheon.

REFERENCES

- Beck, U., 1992. *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: SAGE Publication.
- Birindelli, P., 2022. *Narrative Identity: A Personal Roadmap*. Milano: FrancoAngeli.
- Giddens, A., 1984. *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. Berkeley: University of California Press.
- Koosel, S., 2014. *Digital Identity Narratives*. Duluth: Litwin Books.
- Manovich, L., 2001. *The Language of New Media*. Cambridge: MIT Press.
- McAdams, D. P., Josselson, R. and Lieblich, A. eds., 2006. *Identity and story: Creating self in narrative*. Washington: American Psychological Association.
- McAdams, D.P., 1997. *The stories we live by: Personal myths and the making of the self*. New York: Guilford Press.
- Musiienko, O., 2019. Videokhostynh yak naibilsh adaptivnyi element audiovizualnoi kultury na suchasnomu etapi [Video hosting as the most adaptive element of audio-visual culture at the present stage]. *Evropsky filozoficky a historicky diskurz*, [online] 5 (4), pp.58-62. Available at: <https://ephd.cz/wp-content/uploads/2019/ephd_2019_5_4/11.pdf> [Accessed 17 July 2025].
- Musiienko, O., 2025. Vizualni ta komunikativni stratehii u stvorenni imidzhevykh reels pro Ukrainu: porivnialnyi analiz ofitsiinoho ta amatorskoho kontentu [Visual and Communication Strategies in Creating Image Reels About Ukraine: a Comparative Analysis of Official and Amateur Content]. *Culture of Ukraine*, [e-journal] 88, pp.82-89. <https://doi.org/10.31516/2410-5325.088.08>
- Page, R.E., 2012. *Stories and Social Media Identities and Interaction*. New York: Routledge.
- Ricoeur, P., 1983. *L'intrigue et le récit historique: Temps et récit. T. I*. Paris: Editions du Seuil.
- Ricoeur, P., 1990. *Soi-même comme un autre*. Paris: Éditions du Seuil.
- Ruckenstein, M., 2023. *The Feel of Algorithms*. California: University of California Press.
- Schachtner, C., 2020. *The Narrative Subject: Storytelling in the Age of the Internet*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Torun, A., 2024. Filmmaking and Video Art in the Digital Era. In: *Impact of Contemporary Technology on Art and Design*. Hershey: IGI Global, pp.237-260.
- Vara, V., 2025. *Searches: Selfhood in the Digital Age*. New York: Pantheon.

Надійшла: 28.07.2025; Прийнято: 29.08.2025;
Стаття була вперше опублікована онлайн: 25.12.2025

SELF-DESCRIPTION OF REALITY IN SHORT VIDEOS: VISUAL FEATURES

Zoia Alforova

*Doctor of Science in Art Studies, Professor;
e-mail: al055@ukr.net; ORCID: 0000-0003-4698-9785
Kharkiv State Academy of Design and Arts,
Kharkiv, Ukraine*

Abstract

The purpose of the research is to understand the visual features of self-description in reality through short videos. To identify the sociocultural and media context in which short videos are actualised; to explore the role of self-identification and subjectivity in the self-description of reality; to analyse the narrative structures of short videos and the primary means of artistic expression. **The research methodology** is based on a comprehensive approach that includes analysis of literary sources to form a theoretical basis and define key concepts; historical and cultural analysis aimed at studying the sociocultural and media prerequisites for the actualisation of short video production; a formal and stylistic method of analysing short videos, which consisted of a stylistic and critical analysis of selected short videos as the most expressive examples of authorial self-description; a method of analysing artistic means of expression to determine the range of means of self-description in an audiovisual work. **Scientific novelty of the research.** For the first time, key aspects related to the formation and evolution of self-description strategies in short videos have been summarised, and the main visual features that distinguish self-descriptive short videos from other audiovisual art forms distributed in the digital environment have been analysed. Based on the study of the most characteristic examples, it has been determined that self-descriptive short videos are a multimodal narrative in which visual, audio, textual, and performative elements are combined to create a subjective image. Standard artistic techniques that help make videos not just informative, but emotionally rich and aesthetically expressive have been identified and systematised. Particular attention is paid to narrative strategies that are specific to short videos. **Conclusions.** In accordance with the stated objective, the article analyses the artistic features of the self-description of reality in short videos. The role of self-description in representing the author's personality is established, and it is proven that artistic means of expression are at the core of short audiovisual narratives, which form a unique way of self-representation in the context of digital culture and algorithmic visibility.

Keywords: audiovisual art; video art; short videos; media technologies; visual culture; self-description



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.