

МАТЕРІАЛИ

ІХ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ НАУКОВОЇ

КОНФЕРЕНЦІЇ

21 ЛИСТОПАДА 2025 РІК • М. КИЇВ, УКРАЇНА

РОЗВИТОК СУЧАСНОЇ НАУКИ:
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ
ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ

ISBN 978-617-8582-04-3

DOI 10.62732/liga-ukr-21.11.2025



МАТЕРІАЛИ КОНФЕРЕНЦІЇ

ІХ ВСЕУКРАЇНСЬКА СТУДЕНТСЬКА НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ



РОЗВИТОК СУЧАСНОЇ НАУКИ:
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ТЕОРІЇ
ТА ПРАКТИКИ

 **21 ЛИСТОПАДА 2025 РІК**
 **м. КИЇВ, УКРАЇНА**

УДК 082:001

Р 64

Голова оргкомітету: Коренюк І.О.

Верстка: Білоус Т.В.

Дизайн: Бондаренко І.В.

Рекомендовано до видання Вченою Радою Інституту науково-технічної інтеграції та співпраці. Протокол № 46 від 20.11.2025 року.



Конференцію зареєстровано Державною науковою установою «УкрІНТЕІ» в базі даних науково-технічних заходів України та інформаційному бюлетені «План проведення наукових, науково-технічних заходів в Україні» (Посвідчення № 457 від 10.06.2025).

Матеріали конференції знаходяться у відкритому доступі на умовах ліцензії CC BY-SA 4.0 International.

Р 64

Розвиток сучасної науки: актуальні питання теорії та практики: матеріали ІХ Всеукраїнської студентської наукової конференції, м. Київ, 21 листопада, 2025 рік / ГО «Молодіжна наукова ліга». — Вінниця: ТОВ «УКРЛОГОС Груп», 2025. — 946 с.

ISBN 978-617-8582-04-3

DOI 10.62732/liga-ukr-21.11.2025

Викладено матеріали учасників ІХ Всеукраїнської мультидисциплінарної студентської наукової конференції «Розвиток сучасної науки: актуальні питання теорії та практики», яка відбулася 21 листопада 2025 року у місті Київ, Україна.

УДК 082:001

ISBN 978-617-8582-04-3

© Колектив учасників конференції, 2025

© ГО «Молодіжна наукова ліга», 2025

© ТОВ «УКРЛОГОС Груп», 2025

Мадатов Георгій Олександрович, здобувач вищої освіти факультету менеджменту і маркетингу

Харківський національний економічний університет ім. Семе́на Кузне́ця, Україна

Науковий керівник: Зима Ольга Григорівна, канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри Бізнес-журналістики і цифрових медіа

Харківський національний економічний університет ім. Семе́на Кузне́ця, Україна

ВИКОРИСТАННЯ АУДІОЗОБРАЖАЛЬНИХ ЕЛЕМЕНТІВ У СПОРТИВНОМУ КОНТЕНТІ

У сучасному медіасередовищі, де увага є найціннішим ресурсом, аудіовізуальне насичення перетворилася на провідну форму сторітелінгу. Спорт, як одна з найбільш емоційно насичених і візуально динамічних сфер людської діяльності, розквітає саме в цій формі. Сьогодні глядачі сприймають спортивні події не просто як послідовність матчів чи статистику, а як ретельно створений аудіовізуальний досвід: від динамічних нарізок найкращих моментів до уповільнених повторів, від чантів трибун до ритмічних ударів музики, що нагадують биття серця. Ці прийоми залучають людський мозок на психологічному та біологічному рівнях, значно сильніше, ніж текст чи статичне зображення. Щоби зрозуміти, чому так відбувається, потрібно звернутися до того, як людина обробляє зорову й слухову інформацію та як ці механізми формують емоційні й когнітивні реакції на спортивний контент.

Основу впливу аудіовізуальних засобів становить спосіб, у який наш мозок кодує та відтворює інформацію. Згідно з теорією подвійного кодування Аллана Пайвіо, люди сприймають вербальну й невербальну інформацію через окремі, але взаємопов'язані системи. Коли ці канали активуються одночасно (до прикладу, коли трансляцію баскетбольного матчу супроводжує коментатор) імовірність розуміння й запам'ятовування суттєво зростає. Це особливо помітно у спортивному медіа, де поєднання рухомого відео, коментаря та звуків арени створює багатоканальний досвід, близький до реального сприйняття гри. Коли глядач бачить яскравий момент, чує підвищений тон коментатора і зливу реакцій трибун, подія закарбовується в пам'яті одночасно візуально та на слуховому рівні. Таким чином утворюється глибший слід, ніж якби інформація подавалася лише одним способом. [1]

З біологічного погляду, аудіовізуальні елементи стимулюють ділянки мозку, пов'язані з увагою та емоціями. Дослідження нейронауки доводять, що синхронність руху й звуку активно задіює верхню скроневу борозну, тобто ділянку, відповідальну за обробку динамічних зорових і слухових сигналів. Це пояснює, чому динамічні відеонарізки або короткі кліпи з ритмічним монтажем і синхронізованим звуком захоплюють увагу сильніше, ніж статичні зображення. Також це може пояснити чому, до прикладу, люди отримують задоволення під час танців. [2]

Мозок людини еволюційно налаштований помічати рух і зміни звуку в довкіллі, бо ці механізми колись були ключовими для виживання. Спортивні медіа активно використовують цю вроджену чутливість, щоб утримувати увагу глядача. У швидких і видовищних видах спорту, як баскетбол, де візуальні зміни, шум натовпу й голос коментатора зливаються в єдиний потік, мозок глядача перебуває в стані постійної збудженості, що створює глибоке фізіологічне залучення. [2]

Водночас аудіовізуальний спортивний контент працює в межах емоційної економіки. Теорія афективних диспозицій Зіллмана пояснює, як глядачі емоційно залучаються в те, що спостерігають. За цією теорією, глядач отримує задоволення, коли події на екрані збігаються з його емоційними симпатіями — підтримкою команди, очікуваннями, напруженням, радістю перемоги. Це є одна з запорук зростання популярності ставок на спорт. Оскільки окрім особистої симпатії, у глядача вмикається азартність і можливість виграшної чи програшної ставки детермінує невимовні емоції під час перегляду трансляцій. Аудіовізуальна подача підсилює цей ефект за допомогою емоційних сигналів: музики, уповільненого повтору вирішального кидка, крупного плану обличчя спортсмена. Такі кінематографічні прийоми керують почуттями глядача й зміцнюють його ототожнення з гравцем. Простий трьохочковий кидок під сирену, показаний з кількох ракурсів і під супровід «вибуху» трибун, перетворюється на емоційну кульмінацію, спільну для всієї аудиторії. [3]

Ще один вимір впливу аудіовізуальних компонентів - це система дзеркальних нейронів, що поєднує біологічне та психологічне сприйняття спорту. Відкриті Ріццолатті та його колегами у 1990-х, ці нейрони активуються як тоді, коли людина виконує дію, так і коли вона спостерігає, як інший її виконує (або навіть уявляє, якщо копати глибше). Це означає, що коли глядач бачить, як баскетболіст стрибає або кидає, у його мозку активуються подібні нервові шляхи. Так формується відчуття фізичної емпатії, ніби сам береш участь у грі. Реалістичне звучання, висока якість відео й візуальні деталі, як краплі поту чи відлуння м'яча об паркет, підсилюють це відчуття повноцінного занурення. Вони не просто прикрашають картинку, вони імітують сенсорні сигнали, на які мозок реагує як на реальний досвід. [4]

Біологічне залучення має безпосередні психологічні наслідки для пам'яті й мотивації. Дослідження емоційного збудження та пам'яті ілюструють, що події, пов'язані із сильними емоціями, запам'ятовуються глибше й відтворюються яскравіше. Спортивні відео, що поєднують інтенсивний рух, емоційний коментар і потужний музичний супровід, створюють саме такі умови. Момент переможного кидка не лише запам'ятовується, він переживається знову щоразу, коли глядач бачить повтор. Таке повторне емоційне проживання зміцнює відданість фанатів і формує колективну спортивну пам'ять. З маркетингового погляду це безцінно: аудіовізуальний сторітелінг перетворює коротку подію на культурний символ, тому легендарні ігрові епізоди, як кидок Деміана Лілларда проти Оклахоми-Сіті Тандер у п'ятій грі у 2019 р., роками слугують підґрунтям для чисельних інформаційних матеріалів. [5]

З практичного боку, поєднання різних аудіовізуальних складових створює те, що можна назвати динамічним медійним середовищем. Сучасні трансляції й спортивні відео використовують різні рівні візуального дизайну, щоб передати енергію гри. Уповільнення кадру викликає емоцію й захоплення майстерністю та витонченістю, швидкий монтаж утримує напруження, кольорова гама формує настрій. Теплі тони перемоги чи холодні відтінки поразки впливають на підсвідоме сприйняття. Звук також є ключовим чинником: глибокі баси під час представлення гравців, синхронізація шуму трибун із рухом камери, різкий писк кросівок на паркеті створюють відчуття реальності. Навіть тиша працює: коли звук раптово зникає перед

вирішальним кидком, серце глядача ніби завмирає для синхронізації з ритмом моменту.

Ця взаємодія між аудіовізуальним дизайном і психологією глядача стає особливо актуальною в епоху цифрових платформ. X, Instagram, TikTok чи YouTube винагороджують короткість, ритм і візуальну насиченість. Клуби, ліги й творці зрозуміли, що найкраще аудиторія реагує на контент, який поєднує впізнавані візуальні символи, емоційну музику й швидкий монтаж. Баскетбольна нарізка з данками під ритмічний біт або оркестровий супровід викликає не лише захоплення, а й бажання ділитися. Економіка уваги тримається саме на таких аудіовізуальних концентратах, себто моментах, зведених до кількох секунд, що здатні миттєво викликати емоцію.

Разом із тим, надмірна насиченість візуальних ефектів може призводити до поверхового сприйняття. Деякі дослідники вказують, що надлишок динамічного монтажу й сенсорних подразників іноді зменшує здатність глядача до осмислення, замінюючи його миттєвою емоційною реакцією. Проте у збалансованому використанні аудіовізуальний сторітелінг є потужним освітнім і маркетинговим інструментом. Наприклад, навчальні баскетбольні ролики з уповільненням рухів, візуальними підказками та графікою значно ефективніші за словесні пояснення. Це знову підтверджує принцип подвійного кодування: одночасне залучення зорового й слухового каналів посилює усвідомлення. Отже, аудіовізуальний дизайн є не просто естетичним рішенням, а й науково обґрунтованим способом підвищити якість сприйняття інформації.

Під час прямих трансляцій саме аудіовізуальні прийоми створюють ефект спільної присутності. Чергування ракурсів, повтори моментів, графічна статистика - усе це формує ритм, який відображає темп самої гри. Глядач перестає бути пасивним спостерігачем і стає учасником зорекстрованого видовища, у якому кожен монтажний перехід чи звуковий сигнал керує його увагою. Таким чином, використання аудіовізуальних елементів у спортивних медіа можна розглядати як продовження людського сприйняття, що посилює емоції та стискає складну інформацію до зрозумілих сенсорних сигналів.

Баскетбол, мабуть, найкраще ілюструє цю взаємодію. Його безперервний рух, короткі ігрові епізоди та відкритість емоцій чудово відповідають динаміці аудіовізуального сторітелінгу. Один розіграш м'яча можна подати як міні-оповідь: очікування, дія, кульмінація і розв'язка. Психологічне задоволення глядача виникає не лише від розуміння сюжету, а й від ритму, який відчувається тілом.

Зрештою, ефективність аудіовізуальних елементів у спортивному контенті ґрунтується на їхній здатності узгоджуватися з біологією та емоціями людини. Наш мозок налаштований реагувати на рух, звук і ритм; наша пам'ять зміцнюється завдяки багатоканальному стимулюванню; наші емоції керуються візуальними та слуховими сигналами. Тому аудіовізуальні медіа не суперечать природі людини, ба навіть, вони її підсилюють. Через прямі трансляції, нарізки моментів чи закулісні відео вони перетворюють спорт на спільний досвід. Так динамічне медіасередовище навколо баскетболу й інших видів спорту стає не просто відображенням атлетизму, а й продовженням людського сприйняття.

Список використаних джерел:

1. Paivio A. Mental Representations: A dual coding approach. Oxford Academic Books, 1990. URL: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195066661.001.0001>.
2. Beauchamp S. M. Biological Motion and Multisensory Integration: The Role of the Superior Temporal Sulcus. The Science of Social Vision / R. B. Adams. 2010. С. 409–420. URL: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195333176.003.0024>.
3. Zillmann D. Theory of Affective Dynamics. Communication and emotion. 2003. URL: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781410607584-28/theory-affective-dynamics-dolf-zillmann> (дата звернення: 10.11.2025).
4. Rizzolatti G., Laila C. The mirror-neuron system. Annual Review of Neuroscience. 2004. вип. 27. С. 169–192. URL: <https://doi.org/10.1146/annurev.neuro.27.070203.144230>.
5. Kensinger E. A. Remembering the Details: Effects of Emotion. Emotion Review. 2009. Т. 1, вип. 2. С. 99–113. URL: <https://doi.org/10.1177/1754073908100432>.