

штучність та відсутність відчуття реальності, якщо використовувати ці технології без врахування балансу з практичними ефектами. Важливим аспектом залишається гармонійне поєднання обох підходів для досягнення максимальної реалістичності.

Отже, останнім часом кіноіндустрія все частіше обирає поєднання практичних та комп'ютерних ефектів для створення більш реалістичних та переконливих сцен. Прикладом є роботи таких режисерів, як Крістофер Нолан та Джордж Міллер («Темний лицар», 2008, «Початок», 2010, «Інтерстеллар», 2014 — Крістофер Нолан; «Шалений Макс: Дорога гніву», 2015 — Джордж Міллер), які поєднують традиційні трюки, моделі та CGI, щоб надати глядачам відчуття реальності. Цей симбіоз дозволяє досягти вищої якості візуальних образів, ніж при використанні виключно одного методу. Практичні ефекти викликають відчуття реальності, тоді як CGI доповнює сцени елементами, що інакше неможливі для цієї технології.

На наш погляд, це ставить перед кіноіндустрією нові виклики та перспективи. Зі зростанням попиту на високоякісні візуальні ефекти збільшується потреба у вдосконаленні технологій комп'ютерної графіки, особливо в контексті VR (віртуальна реальність) та AR (доповнена реальність). Це зумовлює нові виклики перед кіновиробниками: як поєднати інтерактивність, візуальну реалістичність та емоційний вплив? Також важливим аспектом стає етичне питання використання CGI для створення або «відродження» акторів у цифровій формі. Це викликає питання автентичності творчого процесу та прав акторів на свої образи.

Практичні та комп'ютерні ефекти відіграють ключову роль у сучасному ігровому кіно. Незважаючи на домінування CGI, саме поєднання цих двох методів дозволяє досягти високої якості візуальних образів та створити переконливі наративи. Еволюція цих ефектів визначатиме подальший розвиток кіноіндустрії, зокрема в умовах зростаючої інтеграції нових технологій.

Д. Ізмайлов

ЗАСОБИ ЕКРАННОЇ ВИРАЖАЛЬНОСТІ ЯК РУШІЙНА СИЛА СЮЖЕТУ НА ПРИКЛАДІ ФІЛЬМУ ВОНГА КАРВАЯ «ЛЮБОВНИЙ НАСТРІЙ»

D. Izmaylov

MEANS OF SCREEN EXPRESSION AS A DRIVING FORCE OF THE PLOT ON THE EXAMPLE OF WONG KARWAI'S FILM "LOVE MOOD"

На противагу драматургічному подієвому фільму в кінематографі стоять фільми, у яких відсутня подієвість. Також в них відсутні монологи-роздуми, кількість діалогів зведена до мінімуму. Постає питання: «Що в такому випадку рухає сюжет, якщо немає події?». У такому випадку рушійною силою виступають засоби екранної виражальності. Саме вони просувають історію вперед, підводять до кульмінації та викликають емоційний відгук у глядача. Яскравим прикладом може бути фільм Вонга Карвая «Любовний настрій». Унікальність фільму полягає в тому, що в історії відсутня подієвість як така, але розвиток історії кохання ми можемо бачити завдяки засобам екранної виражальності — кольору, крупним планам, закритій композиції та фреймінгу, низьким ракурсам, акторській грі тощо. Камера часто фокусується на обличчях героїв, їхніх жестах, що дозволяє глядачеві відчути кожен невисловлений емоційний момент. Діалоги є мінімалістичними, а невербальні деталі — ключовими для розуміння їхнього взаємного тяжіння і болю через усвідомлення зради.

Дія фільму відбувається в Гонконзі в 1962 р. Пан Чоу і пані Су того самого дня в'їжджають у дві сусідні кімнати в прибутковому будинку. Обоє одружені та їхні партнери часто затримуються на роботі. Самотність героїв підкреслюється тим, що завдяки закритій композиції і тому, що передній план завжди чимось перекрито, виникає враження відчужених фізичних та психологічних обмежень. Зеленовато-жовте освітлення першої третини фільму свідчить про брехню та лицемірство оточуючих. Саме в першій частині ми бачимо усіх людей, які брешуть та зраджують своїм коханим: начальника пані Су, друга-бабія пана Чоу та самих партнерів головних героїв, яких знімаються лише зі спини. Примітним є епізод, у якому головні герої дізнаються про зраду своїх партнерів: зелений колір приглушений, майже жовтий і знаходиться в рівному співвідношенні з червоним, молоді люди повторюють фрази та манеру поведінки один одного. Жести й міміка героїв свідчать про те, що новина про зраду їх приголомшила.

Герої починають відігравати сцени того, як могли познайомитися їх партнери і, разом з тим, оператор вдається до «ефекту підглядання»: знімає їх через паркан у парку, віконну раму в квартирі, відображення в дзеркалах або ж їх кроки та усмішки. Усе це створює відчуття недовolenості та інтимності взаємин Су та Чоу. Співвідношення кольорів зміщується до червоного, який стає насиченим та яскравим. Між тим, головні герої відчують провину за свою пристрасть, що ми можемо побачити в епізодах, де героїня сидить на ліжку, дивиться зі смутком вперед та поправляє сукню. Здається, вона на самоті, проте, подивившись у люстерко зліва, ми розуміємо, що об'єкт її роздумів поряд і це пан Чоу.

Коли головні персонажі дійсно перебувають на самоті, то оператор знімає їх здалека та обов'язково в оточенні інших людей чи предметів, таких як зачинені з усіх сторін двері, штори та вікна. Деякі сцени схожі одна на одну і задають спокійний темп оповіді, проте мають різне значення: якщо спочатку вони свідчать про нудне життя головних героїв, яких ми бачимо в оточенні сусідів та колег, то у другій половині фільму повторюються саме сцени за участі лише пані Су та пана Чоу, що свідчить про їх бажання довше насолоджуватися та приховувати свої взаємовідносини. Повторювана інструментальна композиція "Yumeji's Theme" є основним звуковим рефреном фільму. Вона супроводжує найінтимніші моменти між героями, створюючи меланхолійний настрій і підкреслюючи циклічність їхніх переживань. Музика відображає неможливість втечі від своїх почуттів.

У кульмінації фільму червоний колір стає дуже яскравим — таким, яким ми можемо побачити його лише на екрані. Задля підкреслення наявності любовного зв'язку між головними героями, режисер вдається до пропущених сцен. У кульмінації фільму Су приходить у нову квартиру пана Чоу; ми бачимо кроки головних героїв та їхні обличчя в червоному світлі крупним планом, потім герої вже знову стоять біля входу в квартиру. Пані Чоу каже: «Ми не будемо як вони», що свідчить про її небажання повторити вчинок свого чоловіка, навіть якщо він їй зрадив раніше ніж вона йому. Залишається незрозуміло, чи то заходила жінка в квартиру, чи лише подумала про це.

Остаточно закінчиться ця історія кохання там, де і почалася, — біля стіни їх дому. Лле дощ, який змінювався разом із характером стосунків героїв — від проливної зливи під час палкого кохання до спокійного дощичу в момент розставання. Сцена знята крупними планами, з тих самих ракурсів, як і попередні

рази. Герої відпускають руки один одного та йдуть геть. Сцени біля стіни та короткі фрази, які ми бачимо на початку кожної частини фільму, нагадують початок глав середньовічного роману, коли перша фраза пояснювала зміст твору та правильне ставлення до героїв.

Аналізуючи фільм Вонга Карвая, можна сформулювати такі висновки: засоби екранної виражальності можуть бути вдалим рушієм оповіді навіть за відсутності діалогів, подієвості та рефренів; цей фільм можна вважати платформою для глибшого дослідження режисерсько-операторських інструментів та можливостей, він є й прикладом того, що висока режисерська майстерність уможливорює не створювати подію заради сенсу, а транслювати сенси безпосередньо.

А. Кузняна

ПРОМОСТРАТЕГІЇ УКРАЇНСЬКИХ ФІЛЬМІВ: СУЧАСНИЙ ДОСВІД ПЛАНУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ

A. Kuzniiana

PROMOTION STRATEGIES OF UKRAINIAN FILMS: MODERN EXPERIENCE IN PLANNING AND IMPLEMENTATION

Сучасний український кінематограф переживає період активного розвитку, але не приділяє достатньо уваги промостратегії. Це призводить до втрати можливостей залучити потенційного глядача та досягнення комерційного успіху на ринку.

Чому нам потрібно робити акцент на рекламній кампанії фільму вже на початку препродакшену:

- промостратегія формує інтерес до фільму, що може збільшити кількість переглядів;
- чітка стратегія дозволяє визначити, хто є цільовою аудиторією фільму, і адаптувати маркетингові кампанії відповідно до її потреб та вподобань;
- реклама впливає на касові збори. Чим більше людей дізнається про фільм, тим більша ймовірність, що вони його подивляться, а отже, фільм зможе окупити витрати, які були виділені на його виробництво, та додатково принести прибуток;
- завдяки ефективній рекламній кампанії можна сформувати брендову ідентичність фільму, що може підвищити його популярність і впізнаваність серед інших кінострічок.

Серед основних проблем, через які фільми стикаються з відсутністю якісної промостратегії, можна виділити такі: недостатня фінансова підтримка, недостатня інформаційна кампанія та нехтування соціальними медіа.

Відсутність достатнього фінансування українського кінематографу безпосередньо впливає і на проблеми з промостратегією, обмежуючи їхні можливості на кількох рівнях. Нестача ресурсів на дослідження ринку може стати причиною неефективного таргетування реклами, що зменшить охоплення цільової аудиторії і призведе до недостатньої видимості фільму на ринку. Найчастіше, якщо фінансування фільму було обмеженим, то більша частина бюджету витратиться на акторський склад, технічний персонал і зйомки, а маркетинг і дистрибуція в цьому випадку відійдуть на другий план. Це призведе до проблем з виробництвом рекламних матеріалів, таких як трейлери та постери, що може