

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені Г. С. СКОВОРОДИ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

***ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ЕКОНОМІКИ ХХІ СТОЛІТТЯ
ОЧИМА МОЛОДІ***

МАТЕРІАЛИ
II студентської наукової конференції

26 квітня 2018 року

Харків 2018

АНІМАЦІЯ НА УКРАЇНІ

Датою народження анімації на Україні вважається 1927 рік, а дідусем, дослідники називають киянина В'ячеслава Левандовського. В'ячеслав Левандовський з дитинства тяжів до мистецтва. Захоплювався музикою, балетом, театром та живописом. Першим художнім мультфільмом стала "Казка про солом'яного бичка", яку Левандовський випустив на екрани 1927 року. Анімаційна картина виконана у техніці площинних маріонеток. Для цього використовувалися маленькі паперові фігурки тварин, що склалися з шарнірно з'єднаних частин і чудово відтворювали ілюзію руху.

Вперше в радянській анімації Левандовський застосував так званий метод "еклеру", який пізніше, у 50-х роках був поширений у фільмах студії "Союзмультфільм". Метод полягає в тому, що актори, які грають людських персонажів, знімаються на плівку з нормальною швидкістю – 24 кадри на секунду, а потім аніматор, підкладаючи кадри відзнятої плівки під свої малюнки, перевіряє рух свого анімаційного персонажа в часі, роблячи художній відбір та загострюючи рух, пише у своїй статті аніматор Євген Сивокінь.

Левандовський поклав початок художньо-технічному експерименту у сфері анімації, відкривши дорогу своїм учням і наступникам. Серед відомих мультиплікаторів того часу треба загадати художника Семена Гуєцького. У його творчому доробку є, зокрема, мультфільм "Тук-Тук та його товариш Жук" (1935 рік). Роботу над цим проектом, який мав стати одним із перших звукових мультфільмів у світі, ще 1930 року розпочав Левандовський.

Українська анімація зараз увійшла у період свого активного розвитку. До цього процесу долучилося і телебачення. Рекламні ролики іноді перетворюються на справжні кліпи, які за рівнем режисерської майстерності не поступаються кіно. Наприклад, чудова реклама кави JACOBS, в якій підкреслюється образ щасливої родини, і здатність ароматної чашечки кави створити атмосферу тепла і романтики.

Існують загальні механізми створення такого цікавого продукту, як рекламне відео. Необхідно дотримуватися кількох суворих правил: 1. Ролик повинен бути яскравим і соковитим. При цьому емоційна віддача глядача досягає максимального рівня. 2. Досить коротким (не більше 30 секунд) - викликає у глядача емоційний відгук. Важлива мета - «зацепити» глядача, спонукати його до дії (купити товар, взяти участь в акції і т.д.).

І при цьому важливо відрізнитися серед численних подібних рекламних компаній. З цієї причини і починають співробітники рекламних агентств нестримно креативити і проявляти фантазію. Стає закономірністю, що в результаті таких зусиль виникає реклама, більше схожа на маленьке кіно, зняте з справжніми акторами і повноцінним сюжетом. Створити цікаву рекламу допомагає безліч різноманітних технік і прийомів. В арсеналі рекламних агентств важливе місце займають незвичайні способи для створення ефектної картинки. Досить часто застосовується анімація і комп'ютерні спецефекти.

Дизайнерська концепція - елемент оригінальної реклами. Безумовно, не менш важливим, ніж режисерська майстерність і акторська гра, є неповторний впізнаваний стиль самого продукту. Стильний дизайн дозволяє добре запам'ятати пропонований товар, знайома колірна гамма і музичний супровід викликають у глядача асоціації з певним продуктом.

Це можна побачити на прикладі однієї з кращих рекламних кампаній Pepsi «Хіпстери», яка є зразком просунутого бренд - менеджменту. Реклама, створена в ретро стилі, імітувала стилістику 70-тих років, використовувалися кадри про запуск виробничої лінії розливу «Пепсі-Коли». Відеоряд супроводжується ностальгічною музикою. Відео стало частиною рекламної концепції, розробленої до початку історії марки в Україні.