

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА
ШЕВЧЕНКА
ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ
Кафедра соціальних комунікацій

Кваліфікаційна робота
на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти
на тему: «Розробка концепції документального VR проєкту про українське
кіно»

Термін реалізації проєкту:
початок 1 червня 2021 р.
закінчення 15 березня 2022 р.

Виконала:
студентка магістратури
заочної форми навчання
спеціальності - 061 «Журналістика»
Освітньо-професійної програми
Журналістика та медіакомунікації

Добровольська Дарина Володимирівна

Керівник:
Доцент, кандидат політичних наук Бондар Юрій Володимирович

Київ-2021

ЗМІСТ

1. Загальні відомості	3
2. Характеристики проєкту	4
2.1. Ключові слова	4
2.2. Реферат проєкту	4
2.3. Масштаб проєкту	7
2.4. Спрямованість проєкту	7
2.5. Ступінь новизни	8
3. Організаційний план розробки проєкту та організації виробництва	8
3.1. Стан виконання робіт за проєктом до моменту його схвалення	8
3.2. Календарний план виконання робіт за проєктом.	8
3.3. Організація заходів.	9
4. Очікувана ефективність проєкту	10
4.1. Економічна ефективність проєкту	10
4.2. Соціальна ефективність проєкту.	10
4.3. Інші види ефектів	11
5. Аналіз потенційних ризиків проєкту	11
5.1. Основні фактори ризику проєкту.	11
5.2. Управління ризиками	11
6. Загальні висновки	12

II. ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЄКТ

Про проєкт

Концепція

Проблеми українського кінематографу

Фінансування та державна підтримка українського кінематографу

Що таке віртуальна реальність та як її використовувати?

Віртуальні проекти у різних галузях у світі

Віртуальні проекти в Україні

Важливі історичні факти про українське кіно

Аудиторія

Контент план

Наповнення та структура сайту

Джерела

1. Загальні відомості

Ідея інноваційного проєкту «Документальний VR-проєкт про українське кіно» у поєднанні двох галузей. На основі журналістської роботи буде створено документальний проєкт віртуальної реальності про українське кіно.

Документальний VR проєкт про кіно – це проєкт у якому ,будуть зібрані усі факти про кіно. Зокрема про кожен український фільм я розкажу таке: інтерв'ю з акторами та режисерами , сюжети зі зйомок та сюжети зі знімального майданчика, дані про бюджет фільму, касові збори, рейтинги, нагороди та інформацію про фільм з іноземних ЗМІ та іноземних критиків. Уся зібрана інформація буде розміщена на унікальному сайті та в мобільному додатку.

Особливість проєкту - це елементи VR. Їх буде три.

1. Користувачі за додаткову плату зможуть віртуально потрапити на майданчик зйомки, підійти до актора поспілкуватися з ним чи з режисером і у реальному часі спостерігати за процесом зйомки.

2. Користувачі за додаткову плату зможуть змінювати сюжет і обирати чим закінчиться фільм. Для них буде запропоновано пару варіантів розвитку подій.
3. Користувачі за додаткову плату зможуть віртуально зіграти роль у якомусь із епізодів фільму і викупити цей елемент у продакшену, який його знімає.

У моєму проекті будуть, як журналістські роботи, такі як: інтерв'ю, сюжети, та матеріали про створення того чи іншого кіно, так і сучасні віртуальні технології. Тому документальний VR проект стане першим проектом, про українське кіно у якому буде зібрана уся інформація, до того ж де глядачі вперше будуть керувати розвитком подій у реальному кіно і більше того, зіграти у ньому роль.

2. Характеристики проекту

2.1. Ключові слова

Документальний проект, віртуальна реальність, кіно, українське кіно, користувачі-актори, довідник про кіно.

2.2. Реферат проекту

Назва проекту. «Документальний VR-проект про українське кіно»

Мета проекту: Створення онлайн-платформи, де буде зібрана уся інформація про українські фільми з часів незалежності. За співпраці журналістів та ІТ-спеціалістів, у сучасному форматі за використанням найновітніших технологій, які створять абсолютно унікальний продукт та працюватимуть на спільну ідею для популяризації українських фільмів.

Ідея проекту: на основі документальної, журналістської та технічної роботи створити майданчик про українське кіно.

- вирішення проблем загальнодержавного, культурного або галузевого рівня;
- Проект передбачає вирішення проблеми галузевого рівня - знайти нові сучасні форми для втілення журналістських ідей у поєднанні з ІТ-галуззю для розвитку

культури; культурного - висвітлення проблем українців у тому, що цікавими можуть бути сюжети не лише голівудських фільмів та розкрити їхні принципи та унікальність, ідеї тощо; загальнодержавного - соціальна картина сучасних українців, які зберігають любов до державного, показати неповторність національних митців.

- основні техніко-економічні показники проєкту;

Проєкт передбачає використання техніки для відео- та аудіозапису, віртуальні окуляри та інтерактивні зйомки. Також планується використання програм для створення рекламної продукції та онлайн-трансляцій. Необхідні витратити на роботу верстальника, операторів, журналістів та ІТ – спеціалістів, транспорт, роботу оренду студій для зйомок інтерв'ю.

- зміцнення зв'язків між українським виробництвом кіно і сучасними технологіями, створення умов для збереження, розвитку і використання вітчизняного культурного потенціалу;

Завданням проєкту є співпраця двох галузей для виконання спільної цілі - висвітлення та вирішення культурних проблем українського кіно, заглиблення у автентичні способи української кіноіндустрії, які працює не гірше за світову, яка розвиває потенціал українських акторів та режисерів не лише на всеукраїнському, а й на міжнародному рівні. Будуть використані документальні підбірки про українське кіно та осучаснення завдяки сучасним віртуальним технологіям на рівні співпраці із журналістами та ІТ- спеціалістами. Створення нових творчих форм для підсилення соціальної свідомості.

- організаційні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і/або культурної сфери кіно;

Передбачено запис інтерв'ю для відтворення емоцій, жестів та особливостей поведінки акторів для того, аби актори змогли все точно передати глядачу. Буде запрошено усіх акторів та режисерів, які створювали фільм. І перш за все унікальність – можливість дати змогу глядачам брати участь у створенні кіно. Брати участь у епізодах та змінювати сюжет.

- термін реалізації проєкту;

На виконання поставленого проєкту може бути виділено від 12 до 24 календарних місяців. Однак етапів реалізацію може бути більше, на що впливає ступінь його успішності.

- витрати на реалізацію проєкту і строк його окупності;

- Гонорари журналістам, редакторам.

- Гонорари IT-спеціалістам.

- Транспорт.

- Техніка.

- Оплата оператору для відеозапису інтерв'ю.

- Оренда приміщення для запису інтерв'ю.

- Реклама в Інтернеті, в соцмережах, у блогерів та на онлайн-платформах.

Проєкт має окупитися від плати користувачів за віртуальні послуги. У подальшому - пошук інвесторів для створення VR- виставок та презентацій по всьому світу.

- фінансово-економічні показники:

- збір відкритої інформації про всі українські фільми за часів Незалежності - 1 місяць, витрати не передбачені.

- проведення інтерв'ю та розшифровка - 2 місяці, витрати складуть від 2-3 тис. грн.

- технічне створення сайту - 2 місяці, витрати 15 тис. грн, або співпраця з початківцем на умовах взаємовигоди.

- розробка віртуальних технологій - 3 місяці, витрати на гонорари айти-спеціалістам від 100 до 150 тис. грн.

- розповсюдження реклами – 50 тис. грн

- джерела і умови фінансування проєкту:

1. Залучення спонсорських коштів.

2. Власні інвестиції.

3. Робота на рекламній основі.

- стислий перелік робіт та необхідні обсяги фінансування;

Таблиця 1. Стислий перелік робіт та необхідні обсяги фінансування

п/п	Найменування робіт	Необхідні обсяги фінансування
1.	Збір відкритої інформації про всі українські фільми за часів Незалежності	0
2.	Проведення та розшифровка інтерв'ю	2000-3000 грн
3.	Технічне створення сайту і мобільного додатку	30 000 грн
4	Розробка віртуальних технологій	100 000 – 150 000 грн
5.	Розповсюдження реклами	50 000 грн

- оцінка ефективності проєкту:

Економічний ефект: майбутній проєкт не спрямований на досягнення фінансової вигоди на перших етапах реалізації. Усі кошти будуть витрачені на гонорари та покриття витрат під час проведення робіт. Згодом, із розвитком масштабності проєкту, кошти будуть отримані від користувачів, які будуть користуватися віртуальними можливостями проєкту.

Соціальний ефект: висвітлення та популяризація культури українського кіно, привернення уваги суспільства та переосмислення їхньої думки + популяризація укркіно на міжнародному рівні.

2.3. Масштаб проєкту

Проєкт охоплюватиме різні верстви населення та соціальні групи. На загальнодержавному рівні він зможе показати портрет тих, про кого буде досліджуватися. На першому етапі це будуть прихильники українського кіно.

На галузевому рівні проєкт допоможе налагодити співпрацю між творчою, технологічною та соціальною сферами.

2.4. Спрямованість проєкту

Проєкт спрямований на створення онлайн-платформи, де буде зібрана уся інформація про українські фільми з часів незалежності. За співпраці журналістів та ІТ-спеціалістів, у сучасному форматі за використанням

найновітніших технологій, які створять абсолютно унікальний продукт та працюватимуть на спільну ідею для популяризації українських фільмів.

2.5. Ступінь новизни

Документальних VR-проектів про українське кіно не існує у світі. Однак реалізація цього проекту передбачає співпрацю журналістів та представників IT-сфери. Новизна полягає у тому, що рівень документальної проекту у порівнянні з VR виходить на суспільно важливий рівень, а створення окремого майданчика відбудеться вперше.

3. Організаційний план розробки проекту та організації виробництва

3.1. Стан виконання робіт за проектом до моменту його схвалення

- досліджено та обґрунтовано наукові аспекти	100 %
- досліджено та обґрунтовано технічні аспекти	100 %
- проведено теоретичні та експериментальні дослідження	80 %
- розроблено технологію, ескізний і технічний проект	75 %
- розроблено робочу документацію, створено дослідні зразки	30 %
- проведено соціальні дослідження	50%
- наявність матеріально-технічної бази	100%
- наявність необхідного персоналу	60%
- визначено та узгоджено фінансування проекту	75%
- визначено та узгоджено місце виконання проекту	75%
- визначено соціальні аспекти та моральне значення проекту	100%
- інші види робіт	25%

3.2. Календарний план виконання робіт за проектом.

№ п/п	Найменування робіт	Виконавець	Термін	Витрати, тис. грн
1	Дослідження інформації з обраної теми	журналіст	1 місяць	0 грн

2	Компонування питань для інтерв'ю	журналіст	1 тиждень	0 грн
3	Пошук акторів	журналіст	6 тижнів	0 грн
4	Проведення та розшифровка інтерв'ю	Журналіст, оператор	4 місяці	5 тис. грн
5	Написання сценарію	журналіст	1 місяць	5 тис. грн/0 грн
6	Пошук студії для проведення інтерв'ю	журналіст	1 тиждень	2 тис грн
7	Робота над віртуальними складовими	ІТ- спеціалісти	3 місяць	100 - 150 тис. грн
8	Розробка та створення рекламної продукції	Журналіст, PR-ник	2 тижні	10 тис. грн
9	Рекламні інтеграції	Журналіст, PR-ник	3 тижні	50 тис. грн

3.3. Організація заходів.

- стислий перелік технологічних процесів;
 - Організація домовленостей з головними виконавцями.
 - Пошук героїв.
 - Запис інтерв'ю у віддалених місцевостях або за допомогою відеоконференцій.
 - Розшифровка записів.
 - Написання сценарію.
 - Створення та верстка рекламної продукції і квитків.
 - Робота з віртуальними технологіями.
-
- опис наявних і необхідних для виробництва устаткування і приміщень
- Відеокамера, диктофон, ноутбук та смартфон, застосунок для проведення онлайн-конференцій, транспорт для поїздок на зустрічі з героями, програми для

верстки матеріалів, студія для реалізації інтерв'ю, приміщення для роботи команди.

- кількість і кваліфікація виробничого персоналу (детальні відомості щодо прогнозованої потреби в кадрах);
- Журналіст - головний виконавець проєкту, літературний редактор та менеджер.
- Створювач сайту - можливе залучення початківця.
- PR-ник - можливе залучення початківців.
- Оператор для зйомок інтерв'ю.
- IT – спеціаліст.

4. Очікувана ефективність проєкту

4.1. Економічна ефективність проєкту

- Термін окупності проєкту.

Визначається терміном продажу додаткових VR-послуг проєкту. У разі реалізації усіх аспектів можна не тільки окупити витрати, а і отримати дохід.

- Економічна доцільність реалізації проєкту.

Оскільки планується залучення в тому числі і фахівців-початківців, то можливі витрати на фінансування зменшаться \.

- Прибутковість проєкту.

У разі продажу двох VR-подорожей за день можна отримати чистий прибуток у розмірі 10 тис. грн.

4.2. Соціальна ефективність проєкту.

Соціальна ефективність проєкту обумовлена незвичною формою подачі журналістських та віртуальних матеріалів. Оскільки привернути увагу до теми планується за допомогою віртуального простору, то вплив буде на рівні відчуттів, емоцій. Проєкт буде побудована на основі реальних документальних матеріалів у поєднанні з віртуальною реальністю, що наблизить його до аудиторії.

Правдивість та життєвість цікавлять суспільство та приваблюють його. Головною темою проєкту є люди, що зміцнюють зв'язок проєкту із соціумом. За допомогою документальної VR-проєкту підвищимо авторитет серед громадян та продемонструємо, що для популяризації українського кіно в першу чергу варто зацікавити вітчизняну аудиторію. Це безперечно відбудеться за допомогою новітніх технологій.

4.3. Інші види ефектів

Інноваційний проєкт стане підґрунтям для співпраці різних сфер професійної діяльності для реалізації важливих суспільно-культурних ідей. Також створення Документальний VR-проєкт про українське кіно допоможе у нетрадиційний спосіб показати та ознайомити не лише українців а й іноземну аудиторію у різних його аспектах.

5. Аналіз потенційних ризиків проєкту

5.1. Основні фактори ризику проєкту.

- ризики, що відносяться до загальної соціально-економічної ситуації;

Нестабільна ситуація в країні у зв'язку з пандемією може обмежити у пересуванні та можливості реалізації проєкту. Також на заваді може стати людський фактор - безвідповідальність на невиконання дедлайнів, захворювання тощо. Проєкт може не мати попиту через фінансову нестабільність громадян.

- виробничі ризики

Труднощі під час домовленості про інтерв'ю та можливість потрапити на знімальний майданчик. + деякі фільми лише на стадії зйомок. Розчарування під час інтерв'ю і відсутність компетенції, несправність техніки, невиконання дедлайнів.

5.2. Управління ризиками

- Продумати стратегію зменшення витрат.

- Ретельна робота над пошуком акторів та спікерів - шукати людей, які зацікавлені у спільному успіху проєкту.

- Надання чітких завдань команді та опис усіх деталей для коректного написання проекту в обраному жанрі.
- Завчасне встановлення термінів виконання завдань виконавцям етапів проекту.
- Пошук компетентних фахівців, вивчення інформації про них до проведення інтерв'ю.
- Розпланувати етапи для презентації платформи про документальний VR-проект.
- Передбачити можливість запровадження карантинних обмежень та організувати комунікацію із усіма учасниками команди та героями за допомогою онлайн-зв'язку.

6. Загальні висновки

Інноваційний проєкт «Документальний VR-проект про українське кіно» має велике соціальне значення, адже має на меті створити платформу для популяризації українського кіно на території країни та за її межами. Він дасть можливість подивитися на світ української кіноіндустрії по-новому завдяки віртуальним технологіям. Та зробить великий внесок у розвиток представлення кінокартин у всьому світі.

II. ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЄКТ

1. Про проєкт

Документальний VR-проект про українське кіно це платформа, де ви познайомитеся з найпопулярнішими українськими фільмами. У розділі «Фільми» зібрані усі факти про зйомки того чи іншого вітчизняного фільму. Ми розкажемо усі секрети та особливості зйомок. Покажемо інтерв'ю з акторами та режисерами, сюжети які виходили в новинах та усі найцікавіші матеріали.

Та найголовніше - це елементи віртуальної реальності. Користувачі за додаткову плату зможуть віртуально потрапити на майданчик зйомки, підійти до актора поспілкуватися з ним чи з режисером і у реальному часі спостерігати за процесом

зйомки. Користувачі за додаткову плату зможуть змінювати сюжет і обирати чим закінчиться фільм. Для них буде запропоновано пару варіантів розвитку подій. Користувачі за додаткову плату зможуть віртуально зіграти роль у якомусь із епізодів фільму. Тому документальний VR проєкт перший платформа, про українське кіно, у якому зібрана уся інформація, до того ж де глядачі вперше будуть керувати розвитком подій у реальному кіно і більше того, зіграти у ньому роль. Так ми хочемо підтримати вітчизняне кіновиробництво. Переконаємо, що наша команда діє свідомо і перш за все відповідально. Ми хочемо, аби про українську кіноіндустрію знали не лише ви – наші співвітчизники, а й далеко-далеко за межами нашої країни. Адже українське кіно – це круто і нам є чим пишатися. Ми повністю відповідаємо усім стандартам подачі інформації, а матеріали зібрані лише з перевірених та достовірних джерел. Тому сідайте зручніше і насолоджуйтеся усіма найяскравішими факти про улюблені фільми, яких ви не знали, але просто зобов'язані не пропустити!

Віртуальна реальність – це штучно створений світ за допомогою різноманітних технічних засобів. Сучасний світ настільки інноваційний і технологічний, а людей водночас приваблює щось незвідане. Те, що знаходиться по той бік уявної картини. І світові генії зробили незвідані світи реальністю і навіть створили їх самотужки. Віртуальна подорож в інший вимір, всього за допомогою спеціальних окулярів нині не розповідь із фантастичної книжки і навіть не частина фільму про майбутнє, сьогодні це реальність. Кожен бажаючий може переміститися в інше століття, полетіти в космос, перетворити свою кімнату на поле битви чи Собор паризької Богоматері. А все, завдяки новітнім технологіям VR. Тобто штучно створеної комп'ютером реальності, яка передається до людини через відчуття. Такі, як зір, слух, дотик. Відтак людина переноситься у штучно створений світ.

2. Концепція документального VR проєкту про українське кіно

Документальний VR проєкт про українське кіно – це перший віртуальний проєкт в Україні пов’язаний з вітчизняною кіноіндустрією, який буде доповнений елементами віртуальної реальності. Розмістити його можна у холі одного із кінотеатрів, який буде обладнаний VR-окулярами та інтерактивними дошками. На інтерактивних дошках на вибір буде топ-100 українських фільмів. Кожна кінокартина матиме унікальний QR-код, за яким буде схована вся детальна інформація, зібрана нашою командою. А саме: інтерв’ю з акторами та режисерами, сюжети зі зйомок та сюжети зі знімального майданчика, дані про бюджет фільму, касові збори, рейтинги, нагороди та інформацію про фільм з іноземних ЗМІ та іноземних критиків. Усе це користувач зможе переглянути у мобільному додатку після того, як сканує QR-код на камеру свого мобільного. Унікальна та інноваційна можливість проєкту – занурення у процес зйомки та безпосередньо у сюжет фільму. Одягнувши віртуальні окуляри усі охочі зможуть потрапити на майданчик зйомки, підійти до актора та поспілкуватися з ним чи з режисером. Питання будуть заздалегідь підготовлені і стосуватимуться акторської гри чи сюжету фільму. А ще, матимуть можливість у реальному часі спостерігати за процесом зйомки. Користувачі навіть зможуть змінити кінцівку фільму, яка буде запропонована на вибір. До прикладу обрати –хеппі енд чи сумний фінал. А також побачити себе на знімальному майданчику чи у сцені фільму.

Над проєктом працюватимуть: **ІТ-спеціалісти**, які допоможуть перенести людину у світ кіно завдяки цифровим технологіям і створять 3Д-копії акторів і режисерів фільму з якими спілкуватимуться користувачі. **Режисери**, які працюватимуть над зйомками діалогів з акторами і максимально реалістично зафільмують усі реальні варіанти відповідей на питання користувачів.

Сценаристи – працюватимуть над сценарієм розвитку подій користувача всередині фільму. **Журналісти** шукатимуть інформацію про зйомки фільмів та опрацьовуватимуть інтерв’ю з акторами, які були раніше, щоб знайти відповіді на найпопулярніші запитання. Якщо цього буде недостатньо спілкуватимуться

з ними особисто. **Лінійні продюсери** домовлятимуться з акторами та задіяними учасниками зйомок, шукатимуть приміщення та спонсорів. **Звукорежисери та режисери монтажу** технічно відповідатимуть за візуальний контент в результаті. **Піарники** шукатимуть спонсорів. **СММ-спеціалісти** популяризуватимуть проєкт у соціальних мережах.

3. Чому проєкт важливий?

Ціль документального VR проєкту про українське кіно – популяризувати українське кіно і привернути увагу спершу хоча б українців до перегляду вітчизняних фільмів, адже сьогодні компліментом українській фільмам від пересічного глядача є фраза «ого, це що ми таке знімаємо?». Так не має бути, адже наші українські фільми отримали безліч нагород світового рівня. Наприклад, фільм **«Земля блакитна ніби апельсин»** було нагороджено за кращу режисерську роботу на світовому конкурсі незалежного кіно. Тим часом, **"Погані дороги"** режисерки Наталії Ворожбит відзначили ліпшою новаторською картиною на Венеційському міжнародному кінофестивалі. Український режисер Тарас Дроня переміг у конкурсі «Змагання 1», що проходив у Варшаві, його фільм **«Із зав'язаними очима»** номінували на найкращий фільм. Їх колега Олена Каретник на міжнародному фестивалі «ДивоФест» була нагороджена за «кращу візуалізацію і операторське рішення у кінокартині **«Святий Миколай в Тільки Диво»**. А в Амстердамі на міжнародному кінофестивалі документального кіно українка Аліна Горлова отримала визнання за фільм під назвою **«Цей дощ ніколи не скінчиться»**. Ця ж кінострічка була визнана найкращою повнометражною на кінофестивалі у Флоренції. І всі ці фільми сучасні, вони вийшли в прокат у 2020-2021 роках. А ви про них чули? Певно, що ні, адже українці звикли, що вітчизняні стрічки показують у кіно в не у «прайм-таймі». На вихідних у не популярні години, на них завжди є вільні місця і нема ажіотажу. Часто люди приходять на українську кінострічку, щоб просто «підтримати своє», а після перегляду вражені повертаються додому і дивуються, невже «ми» могли таке зняти? На жаль, на

українське кіно з держбюджету не виділяють багато коштів. Тому експерти називають однією з основних проблем української кіноіндустрії – нестачу фінансування і недовіру українського глядача.

4. Проблеми українського кінематографу

Хто він – український глядач?

За дослідженнями експертки у сфері кіно - Олесі Анастасєвої український кіноглядач це людина до тридцяти п'яти років, вона цікавиться продовженням популярних фільмів, комедіями або бойовиками. Серед вітчизняного кінематографу українському глядачу до вподоби комедії, мультфільми та сімейні жанри, а ще – історичні. За словами Олесі Анастасєвої найбільш не популярним жанром фільмів серед українців є фестивальне кіно. Тобто, соціальні драми, їх відвідує всього від двох до двадцять тисяч глядачів. Тоді як на популярний фільм прийде двісті тисяч. Не всі українські фільми мають повноцінний прокат. Адже повноцінним прокатом фільму називають, фільм, який показали хоча б стабільно протягом тижня. Проблема також полягає і у популярності українських продакшенів. До прикладу світовим продюсерам не потрібно завойовувати прихильність глядачів та бажаючих купити їх фільми для прокату у різних країнах. В українських кінокомпаній вихід лише один, продюсери самотужки мають їхати до директорів кінотеатрів і пропонувати їм взяти стрічку у прокат, або ж звернутися до посередників. Але з посередниками теж є проблема, сучасні продюсери називають посередників тобто дистриб'юторів гальмом українського кінематографу. Адже дистриб'ютори самі не вірять в українського кіноглядача і його готовність до українського кіно-контенту. До прикладу, український кіно-продюсер Андрій Єрмак вважає провал української стрічки «Межа» провиною саме дистриб'юторів. Мовляв, ті зверхньо поставилися до картини і не доклали зусиль аби її популяризувати. На що дистриб'юторська компанія відповіла – проблема у сприйнятті глядачів, які люблять кіно під яке можна поїсти попкорн і розслабитися, а не збагачуватися

морально. А так, як стрічка «Межа» є фестивалним форматом, тобто ніби-то вузько-глядацьким – вона не змогла принести доходу та не користувалася спіхом серед великої аудиторії глядачів. Третя сторона медалі, абсолютно протилежний попит «Межі» у Словаччині, там він мав успіх і у комерційному плані і у глядацьких уподобаннях. Суперечка між Єрмаком та дистриб'ютором - Ukrainian Film Distribution (UFD) триває і досі. Продюсер вважає, що фільм просували у непопулярні ранкові години, натомість компанія компанія показує вихід фільму у популярні години, утім лише у перший тиждень виходу стрічки. Але своєю чергою ЮФД розповідає про популярні українські фільми, які користувалися попитом серед глядачів і комерційним успіхом також. Наприклад, «Дзідзьо Контрабас», «Кіборги», «Викрадена принцеса». Мотивуючи тим, що вони виходили на рівні з американськими та британськими фільмами і мали не менший успіх.

Мала кількість кінотеатрів в Україні – теж одна із проблем українського кінематографу. Так вважає Володимир Філіпов – український продюсер певної кількості фільмів. На його думку, і на думку його колег саме мала кількість кінозалів і кінотеатрів є однією з проблем вітчизняного кінематограф та просування українських фільмів як таких. І наводить приклад, в Україні на десять мільйонів населення – 200 кінотеатрів, а до прикладу у сусідній Чехії – тисяча. У цьому вбачає і нетривалий прокат фільмів іноземного виробництва і що ж говорити про українські. За його словами у Південній Кореї вітчизняні фільми, які навіть зняті для вузької аудиторії показують щонайменше півроку, а у Туреччині так взагалі – турецьке кіно займає шістдесят відсотків від усієї кіно-афіші.

У Держкіно розповідають про популярні випадки конкуренції між українським та голівудським кіно. Змагалися українська «Сторожова застава» і голівудський «Баррі Сіл – король контрабанди». Спершу попит на «Сторожову заставу» був хороший і в результаті вона йшла у прайм-таймі, утім коли вийшла картина з Томом Крузом, кінотеатри навмисно переписали розклад української

кінострічки задля того, щоб не ризикувати і отримати більше прибутку від Голівуду, як це було зазвичай. Хоча грошові збори вітчизняного фільму на початку були на рівні з голлівудським. Важливо, що зараз серед фільмів в українських кінотеатрах більшість американські. Адже самі ж кінотеатри впевнені в їх касових зборах більше ніж в українських картинах. За словами заступника голови Держкіно – пана Неретіна, для багатьох випустити на екрани українську стрічку означає ризикнути прибутком.

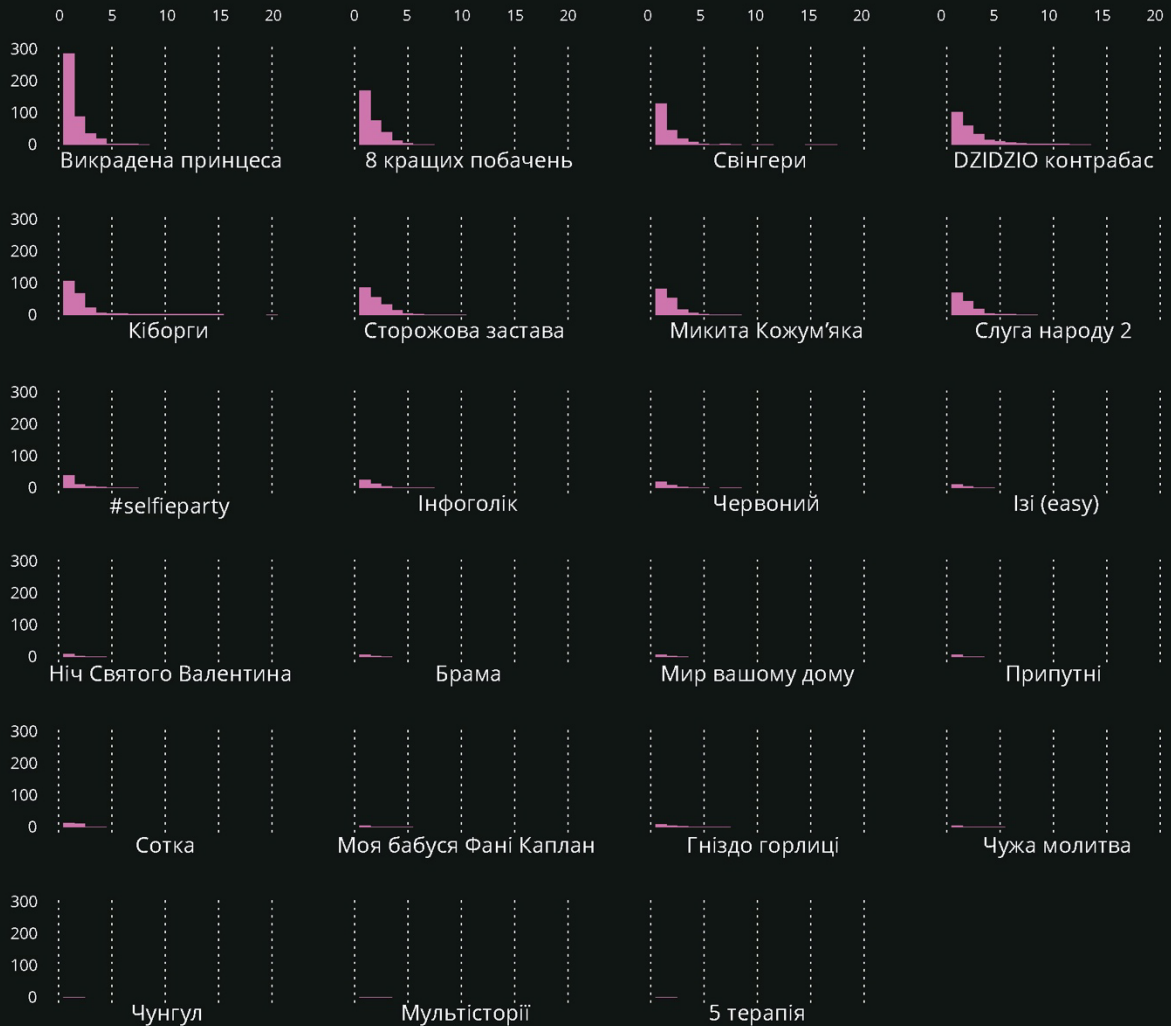
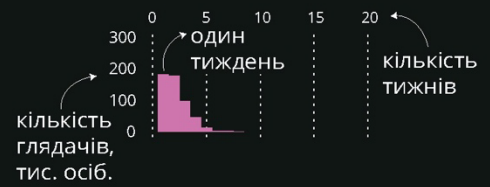
Висновок, після переглянутих інтерв'ю з компетентними у сфері кіно людей можна зробити висновок, що дистриб'ютори не докладають зусиль, аби уникнути ризиків, тому і залишаються у своїй зоні комфорту. Але з іншого боку, українське кіно це продукт, який тільки виходить на ринок, тому як і до будь-якої продукції підприємці ставляться з обережністю. Утім всеодно, українські фільми повинні викликати емоції та гордість за державу та талановитих кінорежисерів та не менш талановитих акторів. Тому, мета документального віртуального проекту про українське кіно зробити так, щоб українці пишалися та не зневажали своє. Щоб вони привчали своїх маленьких дітей змалку дивитися українське та не соромилися розповісти про це іноземним друзям.

5. Додатки

Графіка переглядів українських фільмів за кількістю глядачів в Україні (Додаток 1.)

Українське кіно. Кількість глядачів

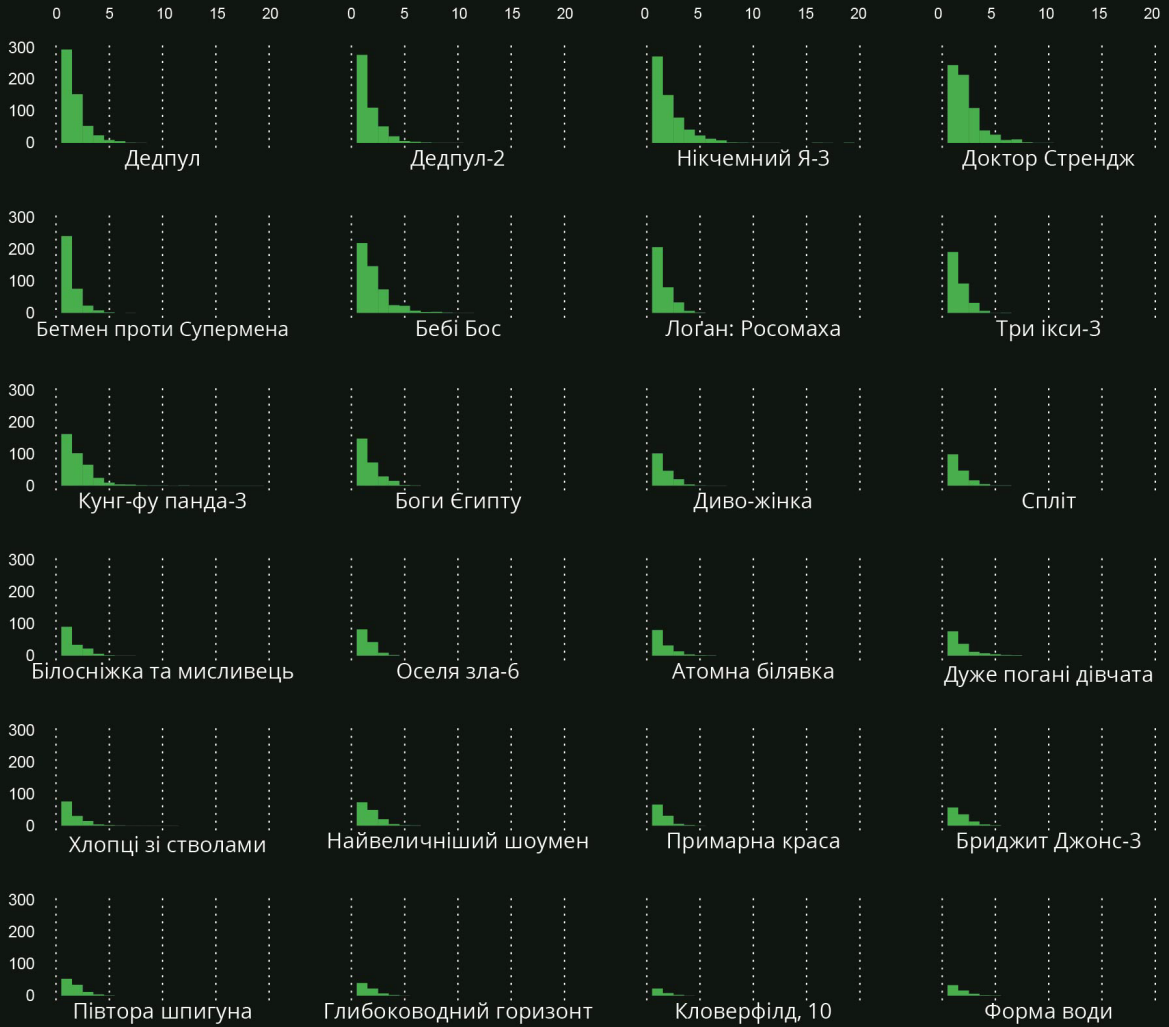
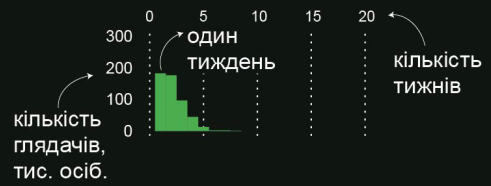
Більше 100 тис. глядачів у 1-й тиждень зібрали «Викрадена принцеса», «DZIDZIO контрабас», «8 кращих побачень», «Свінгери» та «Кіборги»



**Графіка переглядів голлівудських фільмів за кількістю глядачів в Україні
(Додаток 2.)**

Голлівуд. Кількість глядачів

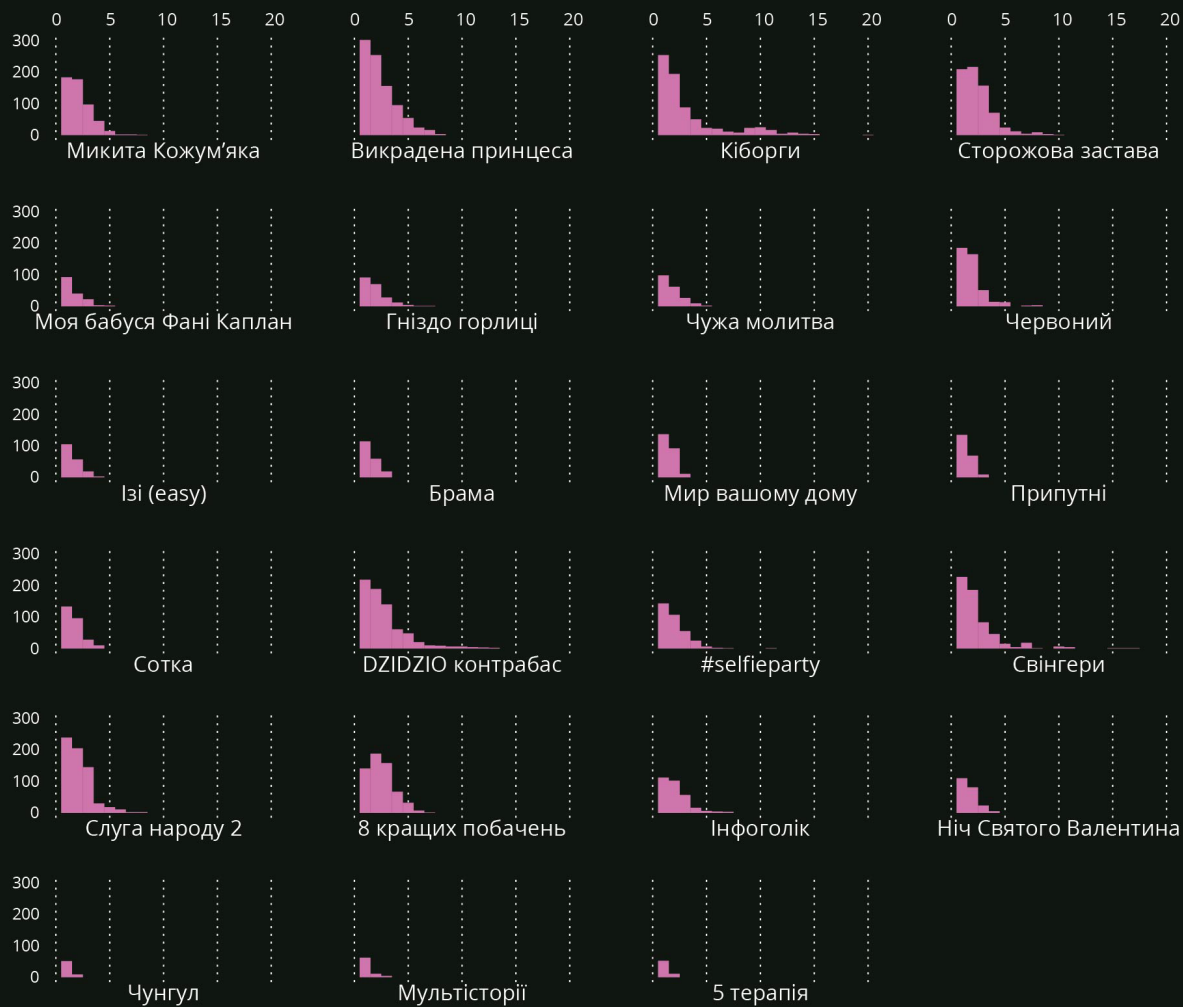
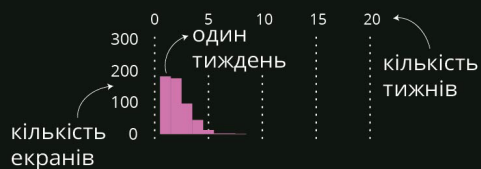
Закордонні стрічки на умовно однаковій кількості екранів дивиться помітно більше народу



Українське кіно кількість тижнів у прокаті в українських кінотеатрах (Додаток 3.)

Українське кіно. Кількість тижнів у прокаті

Загалом широкий прокат триває 2-3 тижні. Потім кількість екранів різко падає

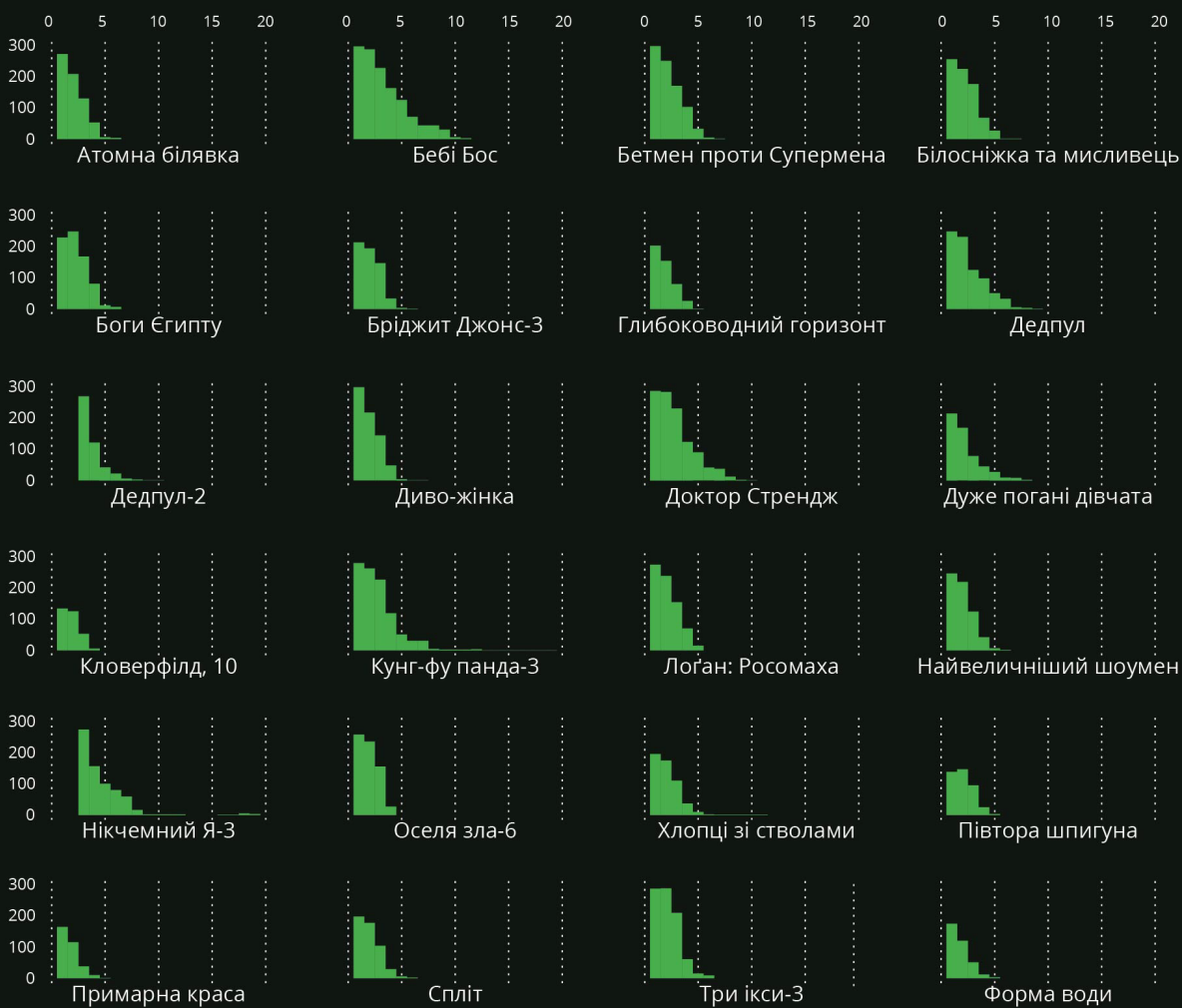
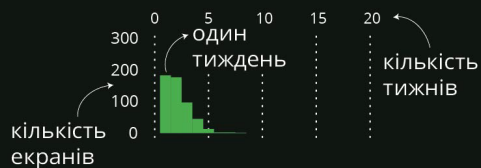


Голлівудське кіно кількість тижнів у прокаті в українських кінотеатрах

(Додаток 4.)

Голлівуд. Кількість тижнів у прокаті

Закордонні фільми теж не затримуються в прокаті, але спад екранів відбувається дещо повільніше

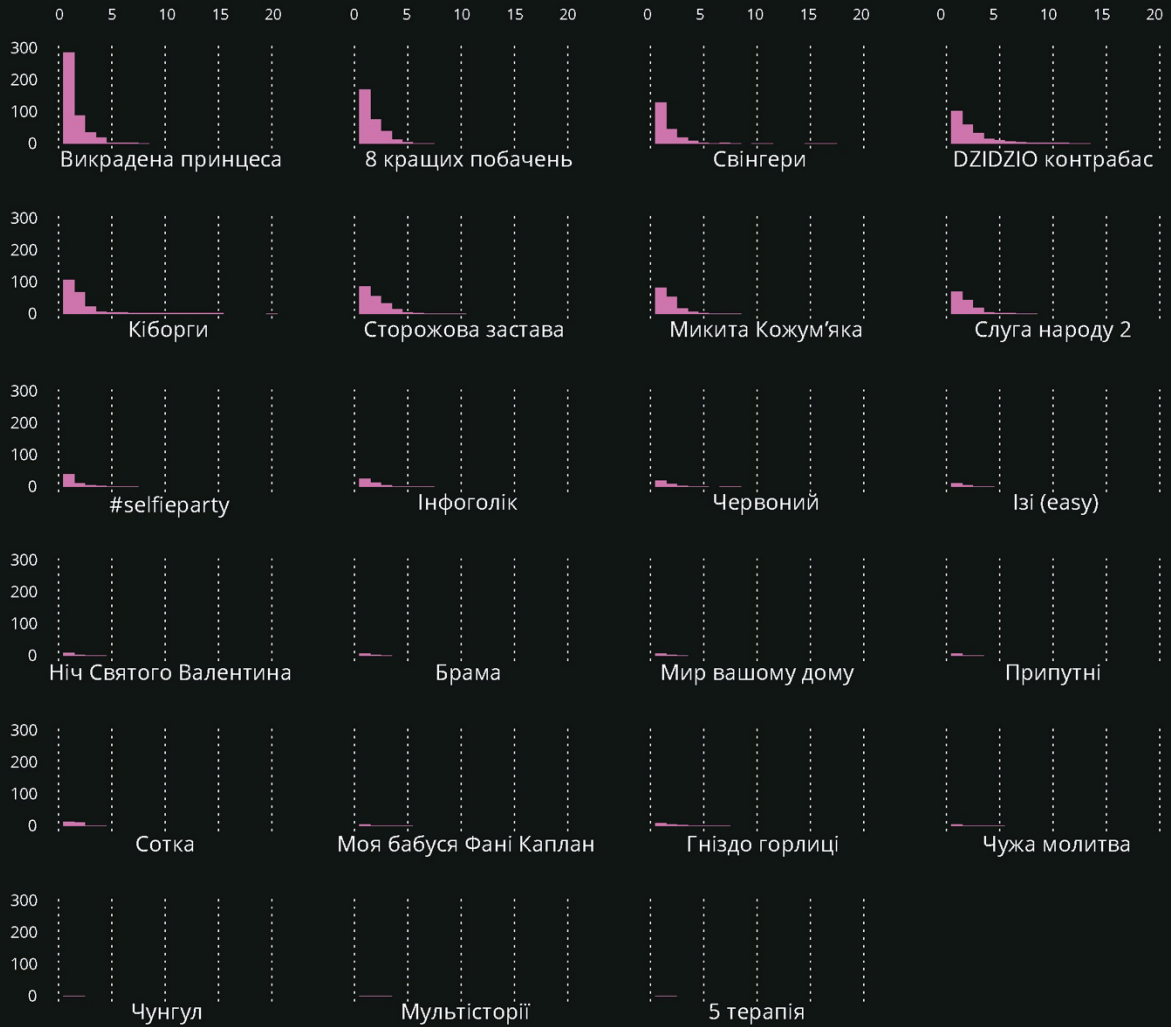
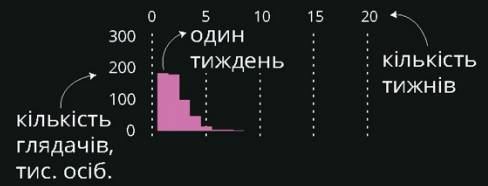


Українське кіно – кількість глядачів

(Додаток 5)

Українське кіно. Кількість глядачів

Більше 100 тис. глядачів у 1-й тиждень зібрали «Викрадена принцеса», «DZIDZIO контрабас», «8 кращих побачень», «Свінгери» та «Кіборги»



Голлівудське кіно – кількість глядачів

(Додаток 6)



Соціально-демографічний портрет українського кіно-глядача
(Додаток 7)

Соціально-демографічний портрет українських кіноглядачів



% серед усіх респондентів/респондентів відповідної за частотою категорії

Регіон	Усі респонденти загалом (n=1000)*	Випадкові глядачі (n=170)	Ситуативні глядачі (n=588)	Постійні глядачі (n=242)
Регіон				
Захід	19.4	20.2	19.9	17.5
Центр	40.4	32.7	40.4	45.9
Південь	12.9	11.1	13.3	13.0
Схід	27.3	35.9	26.4	23.5
Тип населеного пункту				
м. Київ/обласний центр	65.4	58.2	65.0	71.5
Інше місто	23.4	27.8	22.8	22.1
Селище міського типу/село	11.1	14.0	12.2	6.5
Стать				
Чоловік	44.2	39.5	43.9	48.3
Жінка	55.8	60.5	56.1	51.7
Вік				
15-17 років	5.4	2.9	7.0	3.2
18-24 роки	18.7	20.7	16.8	22.0
25-34 роки	31.5	20.3	33.4	34.9
35-44 роки	23.7	24.4	23.1	24.9
45-54 роки	12.4	17.6	12.1	9.6
55+ років	8.2	14.0	7.6	5.4
Освіта				
Неповна середня і нижче	3.8	5.8	3.9	2.0
Повна середня	8.5	13.7	9.3	3.0
Середня спеціальна	15.4	19.6	15.7	11.6
Вища	71.0	59.5	69.8	81.9
Важко сказати/Відмова	1.4	1.5	1.3	1.5
Сімейний стан				
Неодружений/незаміжня	35.4	31.3	35.6	37.7
У шлюбі (в т. ч. цивільний), у д/г*** немає дітей	18.8	18.7	17.8	21.3
У шлюбі (в т. ч. цивільний), у д/г є діти	37.0	39.2	37.9	33.3
Розлучений/розлучена/удівець/удова	6.9	9.4	6.5	6.2
Відмова	1.9	1.5	2.2	1.5
Наявність роботи				
Маю власний бізнес	13.7	14.0	12.3	16.8
Працюю за наймом повний робочий день	48.8	42.4	49.7	51.0
Працюю за наймом неповний робочий день/тимчасові заробітки	9.1	9.1	8.4	10.7
Нині не працюю	27.2	33.1	28.1	21.0
Важко сказати/Відмова	1.2	1.5	1.5	0.5
Рівень доходу родини**				
Низький	15.0	21.3	14.7	11.4
Нижчий від середнього	36.6	42.8	35.1	35.7
Середній	25.7	17.5	27.0	28.4
Вищий від середнього/високий	14.8	10.8	14.9	17.5
Важко сказати/Відмова	7.9	7.6	8.3	7.1
Чи є кінотеатр у населеному пункті, де проживає респондент				
Так	82.2	74.4	81.2	90.0
Ні	17.8	25.6	18.8	10.0
Як вплинув карантин на ваш фінансовий стан?				
Мій фінансовий стан суттєво погіршився	22.8	24.4	23.5	19.8
Мій фінансовий стан несуттєво погіршився	31.4	29.9	32.5	29.5
Мій фінансовий стан лишився тим самим, що й до карантину	36.4	36.8	34.4	40.8
Мій фінансовий стан несуттєво поліпшився	1.9	2.4	1.7	2.2
Мій фінансовий стан суттєво поліпшився	1.6	1.5	1.6	1.7
Важко сказати/Відмова	6.0	5.1	6.3	5.9

Примітка: за частотою відвідування кінотеатрів респонденти розподілені на випадкових відвідувачів (відвідують кінотеатр 1 раз на рік), ситуативних відвідувачів (2-6 разів на рік) і постійних відвідувачів (понад 6 разів на рік)

* n — кількість опитаних: усього або певної групи

** низький рівень — заощаджують на харчуванні або вистачає лише на харчування; нижчий від середнього рівень — вистачає на харчування і необхідний одяг, взуття, але для таких покупок, як гарний костюм, мобільний телефон, пілосос, потрібно накопичити або позичити; середній рівень — можуть дозволити собі інші покупки, але для купівлі дорогих речей (такі як закордонні подорожі, дорогі гаджети) потрібно накопичити або позичити; вищий від середнього/високий рівень — можуть дозволити собі дорогі чи взагалі будь-які покупки.

*** д/г — домогосподарство

Звідки глядачі дізнаються про українські нові релізи у прокаті

(Додаток 8)

Звідки глядачі України переважно дізнаються саме про українські нові релізи у прокаті



% серед усіх респондентів

Анонси в інтернет-ЗМІ	39.8
Анонси на ТБ	26.9
Інформація із соціальних мереж: анонси ЗМІ, кінотеатрів, прокатників тощо	19.4
Зовнішня реклама: білборди, великі постери на фасадах кінотеатрів	15.1
Офіційні сайти кінотеатрів	15.0
Особисті поради друзів і знайомих	14.9
Інформація із соціальних мереж: пости/рекомендації друзів	12.8
Сайти, що спеціалізуються на афішах та розкладі кінотеатрів	8.1
Внутрішня реклама в кінотеатрах: трейлери перед показом фільмів	6.3
Зовнішня реклама: рекламні постери в метро та іншому транспорті	5.1
Внутрішня реклама в кінотеатрах: банери, рекламні плакати	5.1
Розсилки кінотеатрів (на електронну пошту, у месенджери)	4.5
Анонси на радіо	2.3
Анонси у друкованих ЗМІ	1.3
Дотичні маркетингові акції: наприклад, флешмоби за участі персонажів фільму, випуск товарів, брендovаних фільмом, тощо	0.1
Інше	1.8
Важко сказати	1.3
Відмова відповідати	0.0

Примітка: респондентам варіанти відповідей не пропонувалися; вони могли назвати до трьох основних джерел

Причини, яerez які глядачі не дивляться українське кіно

(Додаток 9)

Причини, через які глядачі не дивляться українське кіно



% серед респондентів, які відповіли «Ні» на запитання про те, чи дивилися вони протягом року в кіно хоча б один український фільм

Я не зважаю на країну походження фільму — просто жоден з українських фільмів, що були у прокаті в цей період, мене не зацікавив	37.4
Я віддаю перевагу фільмам певного жанру: українських фільмів у цьому жанрі немає, або їх дуже мало, або вони неналежної якості	25.9
Я вважаю українське кіно взагалі неякісним чи нецікавим	17.4
Я хотів/хотіла піти на певний український фільм, але в кінотеатрі його показували в незручний час	13.9
Я хотів/хотіла піти на певний український фільм, але його прокат був коротким — не встиг/не встигла	12.2
Я хотів/хотіла піти на певний український фільм, але його прокату взагалі не було в моєму місті	7.5
Інше	7.7
Важко сказати	5.0
Відмова відповідати	0.0

6. Фінансування та державна підтримка українського кіно

Через пандемію в липні 2020 року Верховна Рада України схвалила Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусу». Так, депутати передбачили нові правила державної підтримки для процвітання кінопроектів. Для цього запропонували залучити інвесторів та партнерів. І нині займаються розробкою механізмів державної підтримки аби осучаснити і розширити сферу кіноіндустрії від маленького села і до великого міста на однаковому рівні. Це важливий крок на шляху до розвитку та популяризації українського кіно-продукту та залучення широкої аудиторії. Окрім цього це знову ж таки допоможе краще представляти Україну на міжнародних кінофестивалях і це буде внеском у національну спадщину України. На мою думку, нашій державі варто спиратися на успішні приклади розвитку кіноіндустрії на міжнародній арені. У світі найтоповішими вважаються американська та європейська модель кінематографу. Труднощі правильно фінансово розпоряджатися державними коштами у сфері кіно полягають не лише у складній економічній ситуації в країні та нестачі коштів у держбюджеті, а й в особливості сфери. Наприклад у тому, що це не вигідно з

точки зору заробітку, але все одно необхідно для суспільства. Проблема недосконалості законодавства також існує. Адже кіно може бути врегульовано у правовому секторі, тоді коли права і свободи митців не будуть обмежені, але водночас не суперечитимуть правам та свободам державних інституцій. Відтак у культурній сфері мають бути передбачена свобода у таких аспектах: творчості, слові, контенті та можливості бути побаченими та почутими. Як висновок, суспільство, яке заохочене в розвитку культурних проєктів має ініціювати стрімкий розвиток і має створити правове поле де житиме культура при цьому залишаючись економічно неприбутковою. Якраз через це культурне врегулювання в Україні повинне стимулювати розвиток і захист української медіа- культури. Своєю чергою, українська культурна політика країни має зважати на потребу розвитку вітчизняних особливостей культури. У 2016-му році майже сімдесят мільйонів гривень виділили для держкіно з бюджету. У 2017-му вдвічі більше. У 2018 у Держкіно пройшло 500 мільйонів гривень. А у 2020-му ще більше – 775 мільйонів. У найближчому майбутньому - у 2022 році на підтримку українського кіно виділили трохи більше 671,1 мільйона гривень. Найбільша підтримка держбюджету перепадає на дитячі кінострічки, які дебютують, авторами яких навіть є діти. Далі на кіно з концепцією покладеною на розваги, документалістику та анімацію. Тим часом, на серіали віддають лише половину коштів. У 2019-му році нардепи проголосували за закон про державну підтримку кінематографії. Де закордонні виробники кіно, які створюють кіно у нас можуть отримати відшкодування, мова іде про суми, які вони використовують на виробництво в Україні. Але на такі відшкодування можуть сподіватися лише зарубіжні виробники. Для цього можна подати заявку до Держкіно. Програму таких виплат називають рібейтом. Вона відрізняється від звичайної стандартної державної підтримки. Рібейти отримують коли гроші вже вкладені, а держкошти надають, як передплату перед виробництвом. Тобто, за законом українські кіно виробники не можуть знайти повну суму одразу аби відзняти усю стрічку, тому їм кошти не компенсують, а ніби-то позичають.

7. Що потрібно для використання віртуальної реальності?

Класичний спосіб переміститися у віртуальний світ – це спеціалізований шолом або ж окуляри, які мають дисплей, тобто екран. Коли людина його одягає перед очима постає відео у форматі 3D. Спеціальні пристрої прикріплені до корпусу адаптуються під дії людини. Вони стежать за поворотами голови і передають отриману інформацію в спеціальну обчислювальну систему, яка змінює зображення, яке бачить людина в окулярах. Завдяки цьому користувач може підійти, озирнутися, побачити всередині віртуальної реальності. Опинитися ніби у реальному часі та просторі завдяки зоровим відчуттям.

VR-окуляри – це сучасний спеціальний пристрій, який стимулює будь-які аудіо та візуальні тривимірні простори. Вони складаються іноді з пластикового, а іноді з картонного корпусу (частіше з пластикового), екрану з перегородкою та спеціальних лінз, які утримують фокус на картинці. Ефект VR-ру утворюється завдяки передачі зображення окремо на кожне око і завдяки контролю за всіма рухами голови, які отримують від гіроскопа-датчика та акселерометра. Для того, аби людина сповна занурилася у віртуальний світ потрібно мати додаткове своєрідне оснащення:

- Магнітометр — так би мовити компас, який покращує орієнтування у 3D-просторі
- Магнітна кнопка — збагачує можливості людини, яка наприклад грає у гру. Вона може виконувати різні функції, до прикладу курка під час стрілялок, або перемикачем швидкості передач під час перегон.
- Контролер руху — завдяки ньому людина чи гравець гри може виконувати рухи які забажає. Таким чином взаємодіяти з бажаними об'єктами.
- Пульти – він керує відеоплеєром і збагачує можливості та функціонал віртуальних окулярів.
- Навушники — слуховий чинник повного занурення у VR.

- Мікрофон — тим часом, дозволяє по справжньому говорити навіть з іншими користувачами;
- Зовнішні датчики орієнтації — їх поміщають в кутах простору, де людина занурюється у віртуальну реальність. Це допомагає ліпше слідкувати за рухами у віртуальній реальності.

8. Де використовують елементи віртуальної реальності?

Віртуальна реальність у розвагах

Компанія «Пепсі» одна з перших зробила свою рекламу найпопулярнішою і унікальною завдяки використанні доповненої реальності. Вони встановили на звичайній зупинці громадського транспорту прозору панель. Одразу пересічні перехожі, які заклопотані біжать по мегаполісу її навіть не помічали, утім коли до неї наближалися люди камера, яка була встановлена в дошці, реагувала і на екрані з'являвся метеорит, який летить прямо на перехожих, монстри які ніби то вилазять з під землі, чи НЛО, що літає над головою. За місяць Пепсі отримали 8 мільйонів переглядів на Ютуб та примножили кількість покупців, які захопилися інноваційним підходом бренду.

Успіх подібних реклам полягає у тісному зв'язку між брендом і клієнтами. Після Пепсі інноваційну рекламну естафету перехопила Кока-кола разом зі світовим Фондом дикої природи. Та це була не просто реклама. А ціла стратегія для захисту природнього середовища білих ведмедів і безпосередньо їх виду. Завдяки віртуальній реальності відвідувачі Музею науки у Лондоні могли побачити, як грають з білими косолапими в їхньому реальному середовищі. Так Кока-кола об'єднала емоції та зв'язки людей з дикою природою, брендом і водночас привернула увагу до проблеми, яка нагальна у світі дикої природи.

Часто великі мережі застосовують елементи віртуальної реальності для промо-акцій. І звісно ж грають на емоціях дітей, які ще більш вразливі до незвіданих новітніх технологій, аніж дорослі. Так, одна із торгівельних мереж запустила

рекламу приурочену до дня Пасхи. Її ідея – віртуально полювати за крашанками. Діти за допомогою планшетів відстежували віртуальних пасхальних зайців і полювали за крашанками, які були заховані серед полиць супермаркету.

Для фанатів серіалу «Люба я зменшив дітей», компанія дозволила їм відчутти себе акторами. Завдяки віртуальним технологіям люди, які одягали віртуальні окуляри відчували ніби зменшуються до розміру горіха і подорожували холодильником. Як вітерець з полиці на полицю поруч з різними продуктами, які стоять у холодильнику. По-перше це популяризувало серіал і водночас збільшило кількість користувачів мобільного додатку, який створила компанія.

Великою популярності серед розваг набули віртуальні квест кімнати. Відтак не потрібно створювати та обладнувати спеціальні приміщення, робити ремонти і обмежуватися простими сценаріями. За допомогою віртуальної реальності можна створити найрізноманітніший простір, з чудернацьким дизайном, нереальними істотами і продумати найфантастичніший сюжет.

Віртуальна реальність це не лише про розваги. Насправді вона допомагає навчатися швидше людям з різних сфер діяльності, завдяки віртуальній реальності можна швидко та якісно виконувати свою роботу і насамперед робити це з творчим посилом. Тому нині віртуальну реальність намагаються опанувати різні сфери людей і використовують її як інструмент творчості.

Віртуальна реальність у навчанні

Телефони, планшети, комп'ютери стали невід'ємною частиною нашого життя. І якщо раніше такою технікою не дозволяли користуватися під час навчання, то зараз навпаки – інтерактивні дошки, планшети, а в сучасних реаліях он-лайн навчання - комп'ютери і телефони є цілком нормальними засоби для отримання знань.

Сьогодні не обов'язково іти в бібліотеку, щоб прочитати твір, адже його можна знайти в мережі. Або писати 100 сторінок реферату від руки, адже можна надрукувати його на комп'ютері чи ще інакше – за допомогою голосових технологій та набору тексту. Переконана, що зовсім скоро у вільному доступі, не лише технічними засобами, можна буде урізноманітнити технології навчання. Їх можна бути відтворити у віртуальному просторі. Напевно, саме так і еволюціонує освіта у сучасному світі. За допомогою віртуальної реальності учні зможуть побачити піраміди, дослідити космос, відвідати Лувр чи детально оглянути якийсь орган чи сузір'я. Ви уявіть із яким захопленням школярі, до прикладу, з сільської місцевості приходитимуть на уроки астрономії чи біології. Я б із ще більшою радістю вивчала історію, якби могла побачити хрестові походи чи Запорізьку Січ у віртуальному просторі. Це допоможе сприймати матеріал не у класичному розумінні – на слух чи під час читання, а й у візуалізувати чимало корисних та практичних речей, створювати ефект присутності, бути доступним, змістовним, допомагатиме адаптуватися та демонструвати кращі результати. Скажу, що у світі віртуальні уроки та віртуальну освіту зокрема підтримують і фонди, і спільноти.

Віртуальна реальність у медицині

Віртуальну реальність використовують не лише для навчання чи ігор, а і у медицині. Завдяки віртуальній реальності діагностують хворобу Альцгеймера іще на початковій стадії. Вперше це зробили британські вчені, вони розробили нову методику на базі досліджень Джона О.Кіфа. Науковці хотіли з'ясувати як мозок визначає положення тіла у просторі. Адже мозок, який за це відповідає уражається найпершим у пацієнтів. До прориву О Кіфа науковці не могли виявити його ураження раніше. Медики досліджують уражені ділянки за допомогою VR-шолому та завдяки його системі управління. Тим часом пацієнт має виконувати завдання які бачить на екрані. Завдяки спеціально підібраним завданням, хвора людина не зможе їх виконати. А саме у хворих з діагнозом Альцгеймера такі труднощі виникають раніше, ніж із порушенням пам'яті.

Віртуальну реальність лікарі застосовують аби діагностувати хворобу Паркінсона. Пацієнти з таким діагнозом часто втрачають рівновагу і як наслідок отримують переломи та забої. Захворювання впливає на роботу мозку. Головні симптоми – тремтіння рук та ніг, сповільнена рухливість і не гнучкість м'язів. Люди, які страждають на цю хворобу часто не можуть долати перешкоди на своєму шляху. Лікарі з Юти першими застосували ефект віртуальної реальності, який допомагає людям з таким діагнозом не отримувати травми. Їх пацієнти тренуються на біговій доріжці, яка міняє темп та нахил. Водночас людина в VR - окулярах бачить перед собою стіну із віртуальним зображенням, яке переноситься за допомогою проектора, перед очима з'являються перешкоди, які треба моментально здолати. Це може бути схил, сходи, спуск, яма, гірка, нахил. І хоч це метод не лікування, а допомоги пережити хворобу легше. Це підтримує м'язи і уже дає гарні результати. За лікарськими дослідженнями щонайменше за два місяці у пацієнтів координація рухів покращується. Сьогодні для таких лікувальних тренувань використовують лишень VR окуляри, а згодом хочуть і заслуховувати шолом віртуальної реальності.

За допомогою віртуальної реальності вчать лікарів, зокрема хірургів. Вони можуть тренуватися не на реальних пацієнтах чи мерцях, а на 3D-моделях. Крім цього програмне забезпечення оцінює точність, швидкість, темп, прийняття рішення, послідовність дій майбутніх медиків. А в кінці «уроку» штучний інтелект приймає рішення чи готовий новачок працювати зі справжніми пацієнтами чи йому потрібно ще повчитися.

Віртуальна реальність може планувати операції. Вперше це зробили американські лікарі. Вони завантажили результати КТ і МРТ на комп'ютер і спроектували віртуальну модель тілобудови. Одягнули VR- шолом і опрацювали план операції з допомогою комп'ютерної симуляції. У віртуальній реальності вони бачать особливості побудови тіла пацієнта адже 3D копія тіла максимально схожа на реальне.

Найчастіше віртуальну реальність задля лікування використовують в США та Британії. Ціни на такі послуги там значно дорожчі, тому туристам радять їхати на віртуальне оздоровлення до Азії чи Європи

Віртуальна реальність у сфері мистецтва та культури

Ви запитаете до чого тут мистецтво і новітні технології? Відповідь проста – творці не менш зацікавлені у нових способах виявлення свого таланту завдяки доповненій та віртуальній реальності, адже це відкриває нові кордони творчості. А поціновувачі мистецтва можуть впритул наблизитися до експонатів і відчутти можливо навіть більше аніж хотів донести митець. Наприклад, доповнена реальність кардинально змінює сучасні походи на виставки чи в музей. Наприклад, коли ти слухаєш екскурсовода чи гіда ти не можеш зупиняти його на кожному кроці і проводити більше чи менше часу за переглядом картин, скульптур чи інших витворів мистецтва. Чого не скаже про віртуального екскурсовода, коли ми слухаємо екскурсію у навушниках то можемо самі контролювати час і кількість інформації, яку можемо отримати. Для культурних просторів це чудова можливість залучити набагато більшу аудиторію з різною обізнаністю та рівнем бажання пізнавати мистецтво. Хоч сучасні технології і щось «вічне» звучить дивно, але це все одно реально. Прогресивні художники використовують на своїх виставках новітні технології. Наприклад, завдяки мобільних додатках роботи з картин чи навіть статичні можна відокремити від полотна і вони стануть частиною виставкової зали. Зразок такого проекту зі світу мистецтва та культури є створений працівниками Хендбїлд Креейтів – динозавр! Уявіть, доісторична істота, яка колись жила на нашій планеті оживає до дрібниць завдяки 3D-технологіям. Глядачі можуть побачити будову її скелета і навіть особливості поведінки та рухів. А що скажете стосовно VR-глини для скульптора? Американець ГіоНаклїп переніс у віртуальний простір свою роботу. Він не лише заощадив на глині та інших матеріалах, а й створив за допомогою цифрових технологій реалістичних монстрів. Накліпом зацікавилися представники Голлівуду і тепер його роботи ми можемо бачити у сучасних

фільмах «Марвел». А ще, за словами митця зовсім скоро VR-окуляри стануть не дорожчими за відеоігри. Цікаво поспостерігати за новим жанром, де культура та мистецтво переплітається з віртуальною реальністю.

Віртуальна реальність у військовому комплексі

Уявіть собі, елементи VR уже є частиною підготовки солдатів. Першим наближеним до віртуальних технологій елементом військової симуляції став шолом. Його створили для пілотів бойових літаків у 1989 році. На нього виводили координати, швидкість, інформацію про стан літака і інші значущі технічні параметри. Такий шолом був необхідний, мовляв, щоб пілоти «Боїнгів» максимально концентрувалися і не відволікалися. Завдяки шолому вони бачили всю нагальну інформацію прямо перед собою і не дивилися на панель управління. Саме такий винахід зробив перший крок не лише у сфері військової симуляції, а й в історії віртуальної та доповненої реальності загалом.

У американських військових є навіть ціла віртуальна система, яка налічує спеціальні окуляри, датчики і лазерний далекономет, завдяки цій системі американські військові можуть легко вирахувати відстань від мішені, слідкувати за суперниками та їх пересуванням. Вони отримують підказки у лівому верхньому кутку і це абсолютно не заважає огляду. Завдяки цій системі військові більш точні та влучні. У військових існують віртуальні тренінги для тренувань і відпрацювань різноманітних навичок. У комплект для таких тренінгів входять VR-навушники, рюкзак, муляжі новітньої зброї. З ними морська піхота можуть тренуватися стріляти в будь-яких умовах, за будь-яких сценаріїв розвитку подій, які розробляють професіонали служб безпеки. Таким чином армія економить на боєприпасах, які б могли використати, якби навчання відбувалися у реальному просторі.

Віртуальні окуляри для піхоти американської армії. Їх також створили задля економії та меншої травматичності під час військових навчань. Їх піхотинці застосовують коли тренують техніку стрільби по мішенях, усе відбувається за допомогою спеціальної програми. Усе відбувається максимально реалістично, щоб отримані знання можна було застосувати під час реальних перестрілок. Найцікавішим елементом віртуальної реальності під час підготовки американської армії для мене став віртуальний стрибок з парашутом.

Та не лише військові можуть тренуватися за допомогою сучасних технологій. Наприклад у Нью-Йорку департаменти поліції тестують нові методи підготовки полісменів. Звісно, що вони не можуть передбачити реальні сценарії у яких можуть опинитися їх працівники, проте створюють максимально подібні до реальності. Це можуть бути захоплення заручників зі зброєю у банках чи наприклад погоня за озброєними нападниками. Завдяки таким технологіям економлять бюджет, до того ж це є цілком безпечно і можна попрактикуватися будь-коли.

Віртуальна реальність у архітектурі

Модель будівлі, мосту чи проекція хмарочосу – раніше архітектори моделювали їх за допомогою олівця та паперу. Сьогодні вони давно вийшли за межі паперу і навіть комп'ютера. Сучасні архітектори все частіше використовують технології доповненої та віртуальної реальності. Це прекрасна можливість показати свої роботи у вигляді 3D – моделей чи проекцій, які доповнюють реальність. Це допомагає відтворити навіть найскладніші проекти. Найпростіший і найпопулярніший із віртуальних показів – 3D -моделі. Їх використовують і дизайнери і архітектори. Це класний кейс і для замовника, який зможе з усіх сторін роздивитися замовлений об'єкт. Нині існує новітній проєкт, який зображує архітектурні об'єкти за допомогою 3D-окулярів. Відтак клієнт може не лише побачити а й додати, вбудувати нові елементи, які забажає. А для того аби

замовник ознайомився з кресленням він може скористатися мобільним додатком, відкрити на телефоні малюнок, побачить як у реальному часі чіткі лінії перетворюються в 3D фігури, різної форми та кольору. Це більш наочна можливість ознайомитися із замовленням, аніж дивитися на плоскі креслення, особливо якщо зовсім не тямити, як вони виглядатимуть в результаті. На сьогодні, застосування найновітніших технологій показує професіоналізм. Це неабияк заохочує інвесторів і клієнтів, а відомі архітектори завдяки таким технологіям отримують ще більше визнання. Завдяки віртуальним елементам люди можуть погуляти наприклад по віртуальній будівлі. Одягнувши всього шолом, клієнт разом із виконавцем замовлення – архітектором, можуть не лише прогулятися по об'єкту, а й подивитися наприклад на нову кімнату з дизайнером, а й обговорити особливості, нюанси та деталі усі разом. Ханграф Йохан – архітектор працює над створенням спеціальних інструментів завдяки яким, його колеги зможуть не лише демонструвати, що вони проектують, а й безпосередньо проектувати всередині об'єкту. Є новітні технології навіть для створення ландшафтного дизайну. У спеціальних додатках можна придумувати пейзажі.

Віртуальна реальність у промисловості

У сучасному світі промисловість це про ризики та відсутність права на помилку. Підприємства працюють суворо за регламентом, який містить тисячі операцій. А найменша помилка може призвести до найбільших збитків для компанії. Власники підприємств зацікавлені аби із виробництво працювало з максимальними ризиками і готові витратити на це чималі кошти та залучити відомих фахівців, які використовують найновітніші технології. Доповнена та віртуальна реальність може змоделювати найрізноманітніші сценарії розвитку подій. Попереджувати працівників, навчати і допомогти зробити так, щоб не завдати шкоди працівникам та роботі виробництва безпосередньо. У цьому зацікавлені найбагатші світові компанії по всій планеті.

Будівництва та промислові об'єкти та втрати, ризики та небезпека перш за все для співробітників. Тому на меті світових лідерів цієї сфери – це безпека та страхування своїх співробітників. На це вони витрачають мільярди доларів задля того, аби створити тренінгові центри та оцінити можливі ризики зважаючи на досліди, тести та іспити. Розробка симулювання екстремальних ситуацій, пропри те, що це дорого, має великий успіх. Завдяки таким тренуванням кількість непередбачуваних і фатальних ситуацій на виробництвах зменшується. І для навчання співробітників не потрібно запрошувати спеціалістів, адже замість них це робить штучний інтелект.

Віртуальна реальність у сфері роздрібної торгівлі

Продажі вийшли на абсолютно новий рівень, відколи у їх сферу почали впроваджувати сучасні технології. Адже доповнена та віртуальна реальність допомагає клієнту краще взаємодіяти з інтернет-магазинами. Якщо раніше роздивитися модель, подивитися колір і навіть приміряти одяг можна було лишень у фізичному магазині, то сьогодні деякі магазини зробили спеціальні додатки, де людина може дійсно побачити, як на ній виглядає та чи інша річ.

Перший подібний додаток створила шведська «Ікеа» . За його допомогою людина може обрати будь-який предмет інтер'єру і за допомогою віртуального додатку поставити його у себе в будинку. Так зрозуміти чи підходить воно по дизайну, де краще стане і чи практично його купувати. Так можна було зробити з будь-яким товаром із асортименту компанії.

Цифровий макіяж – це прорив у сфері мейк-ап. Вперше у світі американська компанія виробників косметики «Мак» розробила програму за допомогою якої можна не наносити косметику, щоб обрати, а подивитися віртуально, як тобі пасує той чи інший косметичний продукт. Це вражаюче і зручно не лише для покупців, а й дозволяє виробнику та магазину економити на виробництві пробників.

А для шопоголіків створили спеціальну програму віртуальної реальності, яка пояснює чому варто купити той чи інший продукт і різноманітні акції від магазину. Покупець сканує камерою телефону спеціальну наклейку і отримує приз від магазину за свідоме споживання. Також у ЗД реальності можна переглядати журнали.

Для покупців одягу теж є віртуальні переваги, вони можуть опинитися у світі, який створив той чи інший бренд і познайомитися з ним. Це характерно для світу високої моди утім поступово переходить і до інших сфер торгівлі. Наприклад, компанія Маррел створила віртуальну подорож для туристів, які обирають собі взуття для подорожей. Покупець може одягнути будь-яку модель взуття, а за допомогою віртуальних окулярів подолати у ній наприклад прокладений гірський маршрут чи смугу перешкод. При цьому людина дійсно стоїть на дошках, мотузковій переправі чи камінні. Ще один мас-маркет одягу запропонував своїм покупцям завдяки окулярам віртуальної реальності опинитися на показі мод і подивитися на їх речі представлені на моделях. Цікавою і захопливою розробили і рекламу пилососів. Людям давали в руки бездротовий пилосос і у віртуальних окулярах на швидкість пропонували пропилювати якомога більше підлоги за короткий час. Захопливо і результативно. Шкода, що віртуальні окуляри не йшли в комплекті.

9. Віртуальні проекти в Україні

Сучасний світ так чи інакше диктує правила гри до яких треба адаптуватися. Україна теж не стоїть осторонь сучасних інноваційних проектів. Віртуальна реальність у вітчизняних проектах впроваджується хоч і поступово, і не так стрімко, як закордоном, але все ж має успіхи. Є щонайменше 15 проектів з різних сфер, які перенесли у цифрову реальність.

Культура

Театр 360. Вперше в Україні відвідати театральну виставу он-лайн запропонував Театр на Подолі. Це сучасний арт-проект, у якому вперше створили 3D-копії акторів та декорацій, а саму виставу зробили у вигляді відео.

Тобто «піти» до театру глядачі могли прямо у себе вдома на дивані. Першою виставою з елементами віртуальної реальності стала картина за драмою Лесі Українки «Камінний господар». Щоб її переглянути охочим достатньо було мати телефон, планшет чи комп'ютер з доступом до Мережі. Відтак сучасні технології переплелися із вічною класикою акторської майстерності. А якісна зйомка допомогла ще більше звернути увагу на акценти та важливі деталі. Це дуже крутий кейс в умовах карантину, люди насолоджувалися творчістю, а театр не втрачав коштів.

Жива стіна

У центрі столиці є стіна, що оживає. Її створили у 2017-му учасники громадської організації Простір 500. Ця стіна вміщає 10 мистецьких об'єктів, які розповідають про відомих людей, музичні та літературні події двадцятого століття. Метою організаторів – популяризувати відомі музичні та літературні події. Зі стіни можна дізнатися про українських письменників та музикантів, які брали участь у розвитку унікальних проєктів Києва у різний період. Що означає жива стіна? Там показані 10 арт-об'єктів, біля кожного є QR- код. Якщо сканувати його на телефон можна дізнатися більш детальну інформацію.

Мода

Під час Українського тижня моди Інстаграм переплівся з брендом одягу і дизайнери створили унікальну колекцію віртуального одягу. В Інстаграм-сторіз відвідувачі показу змогли оживити і оглянути динамічні малюнки на футболках та кофтах. Загалом було 6 VR-луків, і по 3 малюнки на речах.

Історія

Першу віртуальну медійну виставку – Артефакти Чорнобиля презентували у 2020-му. Її розробили для перегляду у віртуальних шоломах. Експонати створили за допомогою віртуальної та доповненої реальності. Там присутні елементи лазерних технологій, відео, нейроінтерфейсу та параметричної архітектури. Щоб додати нових властивостей і сенсу до експонатів та історії їх перенесли повністю у віртуальний формат. Над створенням цих експонатів

працювали понад сто вітчизняних митців. Вони зробили більше п'ятдесяти нових об'єктів які пов'язані з чорнобильською аварією 1986 року. Побачити та відчувати атмосферу чорнобильських експонатів можна з будь-якої точки світу, і завдяки віртуальним технологіям прожити та зануритися в атмосферу. Для цього варто мати лише смартфон та інтернет, а для повного проникнення у тодішній світ можна одягнути віртуальні окуляри. Це дуже важливий сучасний проект, який допоможе привернути все більше уваги до катастрофи, яка вплинула на весь світ. Але її показують не лише як найстрашнішу катастрофу, а й показують всю брехню та радянську пропаганду, яка розгорталася навколо трагедії. Ще один інноваційний історично-важливий кейс – мобільний додаток у якому зібрана вся інформація про Київ у 30-х роках. Історію голодомору показують через фотографії, історії свідків та архівні дописи. Часи голодомору у Києві користувачі мобільного додатку зможуть не лише побачити, а й прогулятися вулицями міста, парками, будівлями. Паралельно ознайомитися з фото, відео, історичними документами 30-х років. Зустріти місцевих, які розкажуть про ті страшні голодні часи. Куди йти користувач може обрати сам або ж той, що пропонує програма.

Онлайн - музей

До міжнародного дня прав людини створили віртуальний музей «справедливості». Там усі бажаючі зможуть дізнатися, як відстоювати свої права, як захистити слабших, як це робили раніше і як роблять зараз. У музеї є 5 залів, які «Правозахисні події», «Справедливість», «Успіх», «Боротьба», «Тест». Музей створили на честь міжнародного марафону листів. Його учасники підписують онлайн-петицію до своїх урядів і можуть допомогти усім, чий права порушуються.

Голос в'язнів

Ще один мобільний додаток, який розповідає про бранців Кремля, які були ув'язнені і які досі там перебувають. У додатку розповідають їх історії, користувачі додатку зможуть поспілкуватися з 3Д копіями колишніх в'язнів. І

дізнатися про те, як Росія порушує права людини, не лише у тюрмах і не лише українців. Ще у додатку доступні інтерв'ю родичів ув'язнених.

Вибори

Вліпи за себе. Так називається гра, яка популяризує місцеві вибори серед молодого покоління. Під час гри користувачі бігають «пташкою». Яка тікає вулицею від чудовиськ. Чудовиська у грі це глобальні проблеми міст. Наприклад, сміття, дірка в асфальті, прорвана труба. А коли «пташка» ловить чудовисько – воно зникає.

Ігри

Чим на мою думку можуть пишатися українські геймери, так це фортецею у Кам'янці-Подільському. Її точну копію наші комп'ютерні генії відтворили у грі «Майнкрафт» . Згодом під час фестивалю Республіка усі бажаючі змогли побачити і дослідити фортецю, зайти всередину і створити власні будівлі чи пам'ятки.

Туконі – перша відеогра яка створена на основі книжки. Вона має пригодницький жанр і розповіде про головного героя та його посіпак. Це перша українська відеогра, яка створена на основі сюжету казки української авторки та ілюстраторки.

Українська міфологія теж не стоїть осторонь осучаснення. Настільна гра, мобільний додаток і віртуальна платформа об'єдналися і показали вітчизняні міфи та українських язичницьких богів. Бога Сонця, Води , Блискавки та навіть міфічних гірських істот. Це перший міфологічний проєкт, який діджиталізували та осучаснили.

Туризм

Масштабний проєкт віртуальної реальності з 3Д елементами – «країна у кишені». У ньому створили віртуальні об'єкти історії та архітектури України. Усе відбулося за підтримки Українського культурного фонду. Мета інноваційного проєкту привернути увагу до того, що руйнується саме собою і за допомогою модернізації. У додатку показали стан об'єктів до руйнації і у реальному часі у всіх регіонах України та Криму. Це привертає увагу до руїн та популяризує

туризм на думку організаторів. Усі хто забажає може прогулятися знаковими туристичними місцями нашої держави.. Для цього варто взяти телефон з камерою і листівку із зображенням архітектурної пам'ятки. Віртуальні тури окремо створили Харковом та областю. Там знімала цілі 3Д тури, повітряні панорам, туристичні маршрути та музеї. У мобільних додатках люди можуть віртуально прогулятися по усіх цих містах та послухати історію від екскурсоводів різними мовами. Там запропоновані історичні, туристичні, повітряні тури. А ще реальні оголошення про місцеві події.

10.Важливі історичні факти про українське кіно

1. Перші фільми в Україні були без будь-яких розмов та діалогів. Глядач бачив лише картинку, яку супроводжував звук. Іншими словами такі фільми називали німими. Але у 1930 році все перевернулося з ніг на голову і українці почули діалоги кіноакторів. Першою озвученою документальною кінострічкою став фільм «Ентузіазм (Симфонія Донбасу)», який створив метр світового кіноавангарду Дзига Вертов на Київській кінофабриці «Українфільм». Сюжет розгортається навколо першого п'ятирічного плану. Розповідають про індустріалізацію, колективізацію. У фільмі яскраво пропагують боротьбу з неписьменністю та релігією. «Ентузіазм (Симфонія Донбасу)» зняли на початку згорання українізації, ознаки якої на Донбасі ще яскраво відтворила операторська майстерність Бориса Цейтліна. Стрічку коментував навіть Чарлі Чаплін! За його словами, це одна з найбільш разючих звукових симфоній.
2. Майже 70 років український кінематограф був частиною радянського кіно. Його обмежували і ставили у рамки, яких вимагала тодішня політика і цензура. Та навіть попри вплив радянської влади з усіма її несправедливими та цензурними законами нам є чим пишатися. І вже тоді усі могли побачити фільми, які гідні світового визнання.

3. У 1964 році відбулася грандіозна прем'єра одного з найвизначніших фільмів українського кінематографу. Тоді україно-вірменський кінорежисер, представник напрямку «українського поетичного кіно» - Сергій Параджанов подарував кінокартину «Тіні забутих предків». Вона отримала 39 міжнародних нагород та 28 відзнак на кінофестивалях у різних куточках світу.
4. Сьогодні українці створюють кіно разом з болгарами, грузинами, поляками, італійцями, французами та багатьма іншими іноземними колегами. Водночас наші сучасні кінострічки купують, перекладають та показують у всьому світі. А ще, вони беруть участь у найпрестижніших профільних фестивалях.
5. Із 1970 року щосені у Києві відбувається найбільший міжнародний кінофестиваль України – «Молодість». Він входить до 26 профільних міжнародних конкурсних фестивалів.
6. «Царівна» - перший український серіал, який побачив світ у 1994 році. Він налічує 20 серій. Знятий за мотивами однойменної повісті Ольги Кобилянської.
7. Вперше фільми на премію «Оскар» Україна почала висувати у 1997 році. Однак, лише у 2003 році Україну представила перша кінострічка Олеся Саніна «Мама».
8. Фільм режисера Ігоря Стрембіцького «Подорожні» став першою українською кінострічкою, що отримав нагороду на міжнародному Канському кінофестивалі.

11. Наповнення та структура сайту

Наповнення сайту. Контент на сайті складатиметься з детальної зібраної інформації про кіно. Зокрема про кожен український фільм ми розкажемо таке: інтерв'ю з акторами та режисерами , сюжети зі зйомок та сюжети зі знімального майданчика, дані про бюджет фільму, касові збори, рейтинги, нагороди та інформацію про фільм з іноземних ЗМІ та іноземних критиків. Уся зібрана інформація буде розміщена не лише на сайті а й у мобільному додатку.

Структура сайту.

Сайт буде складатися з рубрик.

1. Меню
2. Про нас – на цій сторінці буде знайомство з командою. З кожним із учасників проєкту, аби наблизити аудиторію до виробництва продукту. Це буде корисно обом сторонам. Нашій команді задля розуміння потреб аудиторії, а аудиторія тим часом буде ближча до авторів і відчуватиме свою важливість для проєкту.
3. Український кінематограф – у цій рубриці буде зібрана детальна інформація про кожен український фільм. Наприклад інтерв'ю з акторами та режисерами , сюжети зі зйомок та сюжети зі знімального майданчика, дані про бюджет фільму, касові збори, рейтинги, нагороди та інформацію про фільм з іноземних ЗМІ та іноземних критиків.

ПРИКЛАД.

Категорія : Визначні українські фільми.

1. «Людина з кіноапаратом». 1929 рік. Українсько-радянський німий документальний фільм.

Режисер: Дзига Вертов

Оператор: Михайло Кауфман.

Сюжет: Сюжет фільму побудований як хроніка одного дня прожитого у великому місті і зафіксованого кінооператором. Геніальний Кауфман завдяки камері показав життя українських міст-гігантів доби непу – Київ, Одесу та Харків. Та геніальність фільму далеко не в сюжеті, а у створенні. Адже, зняти цю кінострічку режисеру запропонував його брат і водночас оператор Михайло Кауфман. Головна ідея фільму – створити такий собі методичний посібник кінооператора. Адже завдяки своєму таланту Вертов відтворив ентузіазм та експериментів та теоретичних навичок у сфері операторської роботи та монтажу, яких надалі могли повчитися майбутні кіномитці. Згідно з настановами Вертова фільм знімали без сценарія! За словами Михайла Вертова, ця робота є посилом до створення міжнародної абсолютної мови кіно, що показує різницю з мовою театру та мовою літератури.

Наша думка про фільм: Винахідливість монтажу на операторській роботі не залишить осторонь навіть найвибагливішого сучасного глядача. Справді, картина вражає, зокрема, операторською винахідливістю. Приховані зйомки на кладовищі чи на узбережжі моря, зйомка на залізничних коліях перед потягом, що ніби то наскочить прямо на камеру, або під локомотивом у дії, на підйомі теплиці або піднесенім на дверцятах машини, що несеться стрімголов, напевно, повз минулу місцеву Нову біржу, яка стала зараз філармонію. На превеликий жаль, якраз операторська обдарованість Михайла Кауфмана доволі скоро стане однією з (умовних) причин для конфлікту між братами-кіноноваторами. Але поки що обидва фільмари (визначення, що, до речі, виринає на екрані в певний момент фільму) занурилися в «захоплення життя знезацька». На жаль, «Людина з кіноапаратом» - став останнім проєктом сімейного тандему.

Нагороди: у 1964 році фільм увійшов до списку 12 найкращих документальних фільмів світу на Міжнародному кінофестивалі у Німеччині. Його називають

найголовнішим маніфестом світового кіно авангарду. А за рейтингом Британського кіноінституту «Людина з кіноапаратом» визнаний найвизначнішим документальним фільмом усіх часів.

4. Сучасні українські фільми - рубрика з популярними відомими українськими фільмами, знову ж таки: інтерв'ю з акторами та режисерами, сюжети зі зйомок та сюжети зі знімального майданчика, дані про бюджет фільму, касові збори, рейтинги, нагороди та інформацію про фільм з іноземних ЗМІ та іноземних критиків.
5. Історичні фільми
6. Інтерв'ю з акторами – у цій рубриці будуть зібрані посилання на інтерв'ю з акторами і режисерами, які трапляються на теренах інтернету і особисто наші ексклюзиви.
7. Інтерв'ю з режисерами
8. Кіно і VR – підбірка фільмів у яких користувачі за додаткову плату зможуть віртуально потрапити на майданчик зйомки, підійти до актора поспілкуватися з ним чи з режисером і у реальному часі спостерігати за процесом зйомки. Користувачі за додаткову плату зможуть змінювати сюжет і обирати чим закінчиться фільм. Для них буде запропоновано пару варіантів розвитку подій. Користувачі за додаткову плату зможуть віртуально зіграти роль у якомусь із епізодів фільму і викупити цей елемент у продакшену, який його знімає.
9. Міжнародні кінофестивалі – анонси відомих кінофестивалів. Претенденти на нагороди. Результати голосування. Підготовка. Особливості.
10. Українські кінофестивалі - анонси відомих кінофестивалів. Претенденти на нагороди. Результати голосування. Підготовка. Особливості.

11.Кіно для дітей – рубрика для найменших користувачів нашого сайту і нашого проекту. Вона буде побудована на мультфільмах і дитячому кіно. А наповнення матиме, як і для дорослих.

12.Контент план

Instagram

Публікація 1. Знайомство із проектом. Головна ідея, мета, ціль, вагомість та інноваційність.

Публікація 2. Знайомство із командою. Ми розкажемо хто буде створювати контент і наблизимо підписників до команди. Розкажемо хто ми, чим займаємося, що робимо для продукту. Погодьтеся, що цікавіше знати і бачити обличчя людей, які пишуть для вас. Також щотижня кожен підписник може ставити питання до учасників команди і отримуватиме від них відповіді.

Публікація 3. Буде про віртуальну реальність загалом. Ми розкажемо де її почали застосовувати вперше, у яких галузях її використовують і розвіємо міфи, що віртуальна реальність це лише про комп'ютерні ігри.

Публікація 4. Віртуальні проекти в Україні, їх розробники та успіх.

Публікація 5. Список віртуальних проектів, якими можна скористатися за допомогою смартфона.

Публікація 6. Категорії віртуальних проєктів

Публікація 7. Українське кіно. Там будуть зібрані найрейтинговіші і найспішніші українські кінострічки.

Публікація 8. Знайомство з українськими кінорежисерами сучасності.

Публікація 9. Світові нагороди серед українського кінематографу.

Публікація 10. Успішні українські актори

Публікація 11. Проблеми українського кінематографу

Публікація 12. Фінансування українського кіно

Публікація 13. Іноземні фільми, які знімали в Україні

Публікація 14. Відомі світові кінофестивалі

Публікація 15. Відомі українські кінофестивалі

Публікація 16. Портрет українського глядача

Публікація 17. Як українське кіно завойовує Європу

Публікація 18. Які українські актори знімаються у кіно закордоном.

Наповнення контенту в Інстаграмі буде відбуватися щодня. Це будуть «розповіді» та окремі пости з фотографіями. Наші смм спеціалісти працюватимуть над стратегією розвитку і ексклюзивами. Ми хочемо проводити

он-лайн трансляції з акторами та режисерами, яким підписники зможуть ставити запитання. Про це будемо попереджувати заздалегідь, у сторіз, аби користувачі могли підготувати питання. А для найактивніших та найкреативніших підписників готуватимемо подарунки пов'язані з кіно сферою. Оголошуватимемо конкурси та різноманітні опитування, що допоможе дізнатися потреби. Також частина постів буде перенаправлятися на сайт, де уже в більш розгорнутому вигляді буде вичерпно викладена інформація з тієї чи іншої теми. Щодня у сторіз ми показуватимемо анонси і найактуальніші новини у світі кіноіндустрії. А згодом, зважаючи на потреби аудиторії, які ми виокремимо під час взаємодії з підписниками будемо розвивати Інстаграм сторінку відповідно до бажань.

Facebook

Публікація 1. Знайомство із проектом.

Публікація 2. Знайомство із командою.

Публікація 3. Віртуальну реальність загалом. Що це?

Публікація 4. Віртуальні проекти в Україні, їх розробники та успіх.

Публікація 5. Список віртуальних проектів, якими можна скористатися за допомогою смартфона.

Публікація 6. Категорії віртуальних проектів

Публікація 7. Українське кіно. Найспішніші українські кінострічки.

Публікація 8. Знайомство з українськими кінорежисерами сучасності.

Публікація 9. Світові нагороди серед українського кінематографу.

Публікація 10. Успішні українські актори

Публікація 11. Проблеми українського кінематографу

Публікація 12. Фінансування українського кіно

Публікація 13. Іноземні фільми, які знімали в Україні

Публікація 14. Відомі світові кінофестивали

Публікація 15. Відомі українські кінофестивали

Публікація 16. Портрет українського глядача

Публікація 17. Як українське кіно завойовує Європу

Публікація 18. Які українські актори знімаються у кіно закордоном.

Наповнення контенту в Facebook, як і в Instagram буде відбуватися щодня. Утім це будуть переважно пости з фотографіями та відеоролики – інтерв'ю з творцями кіносфери, акторами та режисерами, трейлери фільмів, тощо. Наші смм спеціалісти працюватимуть над стратегією розвитку і ексклюзивами, які будуть доцільні для аудиторії Фейсбуку. Ми влаштуватимемо конкурси та розіграші, а для найактивніших та найкреативніших підписників готуватимемо подарунки пов'язані з кіно сферою. Оголошуватимемо конкурси та різноманітні опитування, що допоможе дізнатися потреби. Також частина

постів буде перенаправлятися на сайт, де уже в більш розгорнутому вигляді буде докладно викладена інформація з тієї чи іншої теми. Увесь контент буде побудований на вподобаннях аудиторії Фейсбуку, тобто старших, досвідченіших і ділових людей. Для них і підбиратимемо фільми та акторів, які цікаві їх віку і статусу.

13. Цільова аудиторія

Документальний VR-проект про українське кіно матиме досить широку аудиторію. Починаючи від малюків, які дивляться мультики і закінчуючи поціновувачами фестивального кіно. Проектом можуть зацікавитися актори, режисери, іноземні критики та іноземні представники кіноіндустрії. Представники державних інституцій у розвитку культури та мистецтва. Директори кінотеатрів та відвідувачі кінотеатрів. Школярі та спеціалісти у сфері технологій. Головна особливість це віртуальна реальність, так як в Україні вона не дуже розвинута, то саме завдяки віртуальним технологіям та можливості зануритися у світ невідомого і раніше недоступного стане поштовхом до реалізації та популяризації кіно серед будь-яких верств населення. Люди під час знайомства з віртуальною реальністю водночас знайомитимуться з українським кіно, знатимуть українських акторів та режисерів в обличчя і це створить додаткову взаємодію. Цей проект може зацікавити й іноземних туристів, які є поціновувачами кіноіндустрії. Цей проект допоможе популяризувати українське кіно не лише серед українців, а й закордоном. Я вважаю, що багатоцільова аудиторія це мета яку досягне наш проект та допоможе зробити неабиякий внесок у культурну спадщину України.

Крім того, якщо проект матиме успіх, ми зможемо подорожувати світом і розповідати про нього, продати авторські права іншим країнам і залучити міжнародні гігантські світові корпорації, які зможуть інвестувати кошти в українську кіноіндустрію і у розвиток віртуального проекту загалом.

Діти, як цільова аудиторія змалку будуть обізнані в українському кіно-продукті і проноситимуть його крізь життя, передаватимуть своїм поколінням важливість та унікальність і це допоможе створити певний патріотизм у сфері кіноіндустрії. Це те, чого прагнуть українські кіномитці багато років. Визнання та правильна оцінка їх діяльності.

13. Джерела

1. **«Історія українського кіно»** - Роман Бучко, Андрій Дорошенко, Леся Кульчинська, Оксана Волошенюк, Людмила Новікова, Ольга Пашкова та Роман Росляк
2. **«Кіно народжене Україною»** - Сергій Тримбач
3. **«Книга Антологія української кінокритики 1920-х.»** - Станіслав Мензелевський, Олександр Телюк
4. **«Книга Вечір з кіно. Путівник по світу кіно»** - Олег Яськів
5. **«Книга Кадр за кадром. Хроніка одного фільма»** - Кира Муратова.
6. <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3124607-presentacia-doslidzenna-portret-gladaca-ukrainskogo-kino-v-kinoteatri.html>
7. <https://ukranews.com/ua/news/812787-derzhkino-vydilylo-20-mln-gryven-na-pershyj-ukrayinskyj-film-pro-lgbt-mij-yunyj-prynts>
8. <https://detector.media/rinok/article/175670/2020-03-19-v-ukraini-z-pochatku-2020-roku-zupynylosya-derzhavne-finansuvannya-kino-zayava/>
(<https://detector.media/rinok/article/175670/2020-03-19-v-ukraini-z-pochatku-2020-roku-zupynylosya-derzhavne-finansuvannya-kino-zayava/>)
9. <https://ua.interfax.com.ua/news/general/747127-amp.html>

10. <https://life.pravda.com.ua/culture/2021/09/9/245864/>
11. <https://ukranews.com/ua/news/812787-derzhkino-vydilylo-20-mln-gryven-na-pershyj-ukrayinskyj-film-pro-lgbt-mij-yunyj-prynts>
12. <https://www.ukrinform.ru/amp/rubric-society/3201509-v-goskino-raspredelili-sredstva-na-2021-god.html>
13. <https://usfa.gov.ua>
14. <https://artefact.live>
15. <https://gwaramedia.com/czifrove-zadzerkallya-ar-ta-vr-ukrainski-proiekti-2020-go/>
16. <https://gwaramedia.com/czifrove-zadzerkallya-ar-ta-vr-ukrainski-proiekti-2020-go/>
17. <https://www.intellias.ua/blog/vr-possibilities-in-education>