



УДК 77.0:7.049.1

## СІНЕМАГРАФІЯ ЯК ХУДОЖНІЙ ЗАСІБ

Студ. Є.С. Сергієнко, гр. МГДф-18  
Науковий керівник проф. О.С. Васильєва  
Київський національний університет технологій та дизайну

**Мета і завдання.** Мета даної роботи - дослідити сінемаграфію, як художній засіб з підсилення емоційної складової. Визначити особливості технології створення проектів з застосуванням сінемаграфії.

Для досягнення поставленої мети виконано: аналіз процесу створення сінемаграфу; проведено анкетування для дослідження відмінності між впливом статичного зображення і сінемаграфії; проаналізовано літературні джерела і дослідження, пов'язані з впливом емоційної складової зображення на підсвідомість людини; запропоновано ряд методів, які вирашно поєднуються з технологією створення сінемаграфії.

**Об'єкт дослідження** – процес створення сінемаграфії.

**Предмет дослідження** – засоби посилення емоційної складової сінемаграфії.

**Методи та засоби дослідження.** Для проведення дослідження було використано емпіричний метод наукового дослідження та анкетування, в якому респонденти зазначали рівень емоційної реакції, яку вони відчули, дивлячись на сінемаграфію в порівнянні зі звичайним фото.

**Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів.** Стаття зосереджена на використанні сінемаграфії для створення нового горизонту в комунікаційній діяльності, підвищення впливу на підсвідомість людини через емоційну складову. У статті розглядається унікальність технології, що має здатність фокусувати на головному за допомогою руху, послідовно відтвореного на сінемаграфії.

**Результати дослідження.** Сінемаграфія - це більше, ніж просто фото чи відео. В той час, як більша частина простору на зображенні нерухома, постійний рух продовжується тільки у місці, де автор хоче зосередити увагу аудиторії. Іншими словами, вона передає частину динаміки відеоряду і фіксує статичний момент фотографії.

Технологія сінемаграфії вирішує проблему створення ілюзії простору, обсягів, фактур, наявну у фотографії, як вказує Л. Дико [1], адже завдяки руху ми можемо показати об'єм і рух у просторі, тим самим вийти за рамки звичного нам сприйняття. Цей баланс динаміки і статичності має унікальну здатність привертати увагу своєю незвичністю і новизною.

Сінемаграфія - це досконалий прийом, який можна порівняти з художніми засобами у літературі, що письменник використовує для надання емоційного забарвлення твору. О. Лапін [2] у своїй книзі саме розмірковує про близькість мови поезії і фотографії, про вміння говорити і відчувати, надавати емоційного забарвлення і збуджувати фантазію. В. Святонець у книзі «Художні засоби і тропи» [3] репрезентує найпоширеніші образотворчі засоби, використання яких, допомагає індивідуалізувати мовлення людини. Так само, і ми, використовуючи динаміку у сінемаграфії, надаємо картинці індивідуальності, емоційного забарвлення і винятковості. Рух у сінемаграфії – це своєрідна мова, якою автор спілкується з глядачем і залучає до пізнання.

Колір у сінемаграфії, як і у фотографії і в інших формах мистецтва – це окрема тема для обговорення. У своїй праці «Мистецтво кольору» Іттен [4] віртуозно розповідає про теорію колірної виразності, вплив кольору на емоції людини. Оптичні, електромагнітні і хімічні процеси, що відбуваються в наших очах і в свідомості при спостереженні за кольором. Технологія сінемаграфії - це симбіоз, в якому рух виступає каталізатором і являється невід'ємною частиною, що «відтіняє» всі художні прийоми, включаючи палітру кольору, яка була використана автором. У візуальних мистецтвах графічні елементи взаємодіють так само, як ноти, ритм, перекличка інструментів в музиці [5]. Важливо розуміти, динаміка - це додатковий інструмент, що в поєднанні зі звичними нам прийомами побудови композиції, змушує глядача вивчити під новим кутом інформацію представлену на знімку.

З метою виявлення різниці між емоційною реакцією на статичне і динамічне зображення однакового змісту, було проведено анкетне опитування серед студентів, жінок і чоловіків віком від 18 до 55 років, активних користувачів мережею Інтернет. Загальна кількість респондентів 100 чоловік. У дослідженні розглядалися сінемаграфи, знайдені на просторах мережі Інтернет і

фотографії, похідні від них. Загалом було задіяно 30 різних емоційно забарвлених сцен. За проведеним дослідженням, яке відбулось методом анкетування, було встановлено, що: 93% респондентів знаходять емоційний відгук у сінемаграфії вираженим яскравіше ніж у такому ж зображенні, але повністю статичному, 5% - обрали фотографію, як об'єкт, що викликав у них більше емоції, а 2% опитаних - не відчували різниці у сприйнятті між двома варіантами (рис. 1).



Рисунок 1 – Різниця між емоційною реакцією на статичне і динамічне зображення однакового змісту.

Результати анкетування дозволяють зробити висновок, що даний напрям у візуальних комунікаціях має значні переваги у порівнянні зі статичним зображенням. Беручи до уваги здатність «ізолювати» зайву інформацію від глядача, сінемаграфія має значні переваги над іншими візуальними технологіями. Це середовище має потенціал для розвитку маркетингових стратегій рекламодавцями, які можуть використовувати сінемаграфію як інструмент для маркетингу у соціальних медіа. Також актуальною технологією створення сінемаграфії буде у розробці соціальних проєктів, освітніх та розважальних програм.

**Висновок.** В результаті проведеного дослідження встановлено, що емоційна залученість аудиторії за допомогою технології сінемаграфії є значно вищою в порівнянні зі статичними фотознімками. Динаміка в на пів статичному кадрі є незвичною для людського ока і викликає емоційне збудження та жваву реакцію.

Так як в опитуванні брали участь респонденти різних вікових категорій необхідно зазначити, що вік і соціальний статус не впливає на результати опитування. Справедливо вважати, що сінемаграфія – це технологія майбутнього у комунікаційному середовищі, яка сприймається однаково позитивно як молодим населенням, так і людьми середнього віку. З метою підвищення рівня емоційного сприйняття автор радить використовувати сінемаграфію для підкреслення основної ідеї, закладеної автором.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Л. П. Дико Основи композиції в фотографії: Москва 1989 Видання друге, перероблене і доповнене.
2. Лапін Олександр Іосифович Фотографія як... - Вид. 2-е, перероблене і доповнене М., 2004. - 324 с.
3. В. Ф. Святовец. Художні засоби і тропи: видавничий центр «Академія» 2011.
4. Іоханнес Іттен. Мистецтво кольору: пер. з нім. / Іттен Іоханнес — М.: Д.Аронов, 2007.
5. Альбрехт Ріслер. Мова композиції. Створюємо виразні фотографії. – М.: Манн, Іванов і Фербер, 2017. – 192 с.