

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра міжнародної журналістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему:

**Створення документального ютуб-проєкту  
«Українська анімація: перспективи виходу на світовий ринок»**

Здобувачки IV курсу  
групи МЖб-2-22-4.0д  
ступеня вищої освіти «бакалавр»  
галузі знань 06 Журналістика  
спеціальності 061 Журналістика  
освітньої програми 061.00.05 Міжнародна  
журналістика  
**Карлової Діани Геннадіївни**

Використання чужих ідей, результатів і  
текстів мають посилання на відповідне  
джерело

Науковий керівник:  
**Терещук Віталій Іванович**  
доктор політичних наук, доцент

\_\_\_\_\_

(підпис студента)

\_\_\_\_\_

(ініціали, прізвище)

Кількість балів: \_\_\_\_\_ Оцінка: ECTS \_\_\_\_\_

Допускаю до захисту перед ЕК

Голова комісії

\_\_\_\_\_ В.І. Терещук  
завідувач кафедри  
міжнародної журналістики

\_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_

(ініціали, прізвище)

Члени комісії

\_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_

(ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_

(ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_

(ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_

(ініціали, прізвище)

м. Київ – 2026 рік

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ.....	7
РОЗДІЛ II СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ .....	17
2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту .....	17
2.2. Структура .....	20
2.3. Жанрова палітра.....	24
2.4. Зображальний матеріал та музичний супровід.....	26
2.5. Авторська ідея.....	28
2.6. Особливості аудиторії .....	31
РОЗДІЛ III ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ .....	34
ВИСНОВКИ.....	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	46
ДОКУМЕНТАЦІЯ.....	47
АНОТАЦІЯ .....	78

## ВСТУП

**Актуальність вибору теми.** Українська анімація сьогодні перебуває у дуже цікавому, але водночас суперечливому становищі. З одного боку, вона має впізнавану мову, локальний гумор, власні культурні коди й теми, які народжуються саме з українського досвіду. З іншого боку, багато українських анімаційних проєктів досі створюються передусім для внутрішньої аудиторії — для глядача, який розуміє контекст, жарти, діалекти, побутові реалії та політичні підтексти. Через це виникає важливе питання: чи може анімація, глибоко пов'язана з українською реальністю, бути зрозумілою і цікавою за межами України?

Саме зараз ця тема є особливо актуальною, бо українська культура після початку повномасштабної війни стала помітнішою у світі. Міжнародна аудиторія частіше звертає увагу на українське кіно, музику, літературу, документалістику та візуальне мистецтво. Однак анімація в цьому процесі ще не завжди сприймається як повноцінний інструмент культурної дипломатії. Вона часто асоціюється або з дитячим контентом, або з локальними інтернет-проєктами, хоча насправді може говорити про складні теми — ідентичність, травму, дорослішання, війну, регіональність, гумор як спосіб виживання — у формі, доступній для різних аудиторій.

У центрі мого документального проєкту — питання перспектив виходу української анімації на світовий ринок. Для дослідження цієї теми я звертаюся до кількох різних прикладів. «Наша Файта» є особливо показовою, бо цей проєкт починався як закарпатський ютуб-вебсеріал, побудований на дуже локальному гуморі, діалекті та впізнаваних українських реаліях. На перший погляд, такий матеріал складно уявити в міжнародному контексті. Однак саме «Наша Файта» перетворюється на повнометражний анімаційний фільм, який презентують на міжнародних майданчиках і для якого вже шукають можливості закордонного прокату. Це демонструє важливу тенденцію: локальність не обов'язково є перешкодою для міжнародного успіху. Навпаки, вона може стати унікальною рисою проєкту.

Інший приклад — мультсеріал «Чортовийки», який виходив на каналі НЛО TV. Цей проєкт значно сильніше прив'язаний до українського контексту, тому його потенціал для міжнародного ринку є менш очевидним. Водночас він цікавий тим, що поєднує українські реалії з впливом західної дорослої анімації, зокрема сатиричних і абсурдистських мультсеріалів. У цьому сенсі «Чортовийки» можна розглядати як одну зі спроб українського телебачення працювати з форматом дорослої анімації, подібної до тієї, яку в американській культурі популяризували Adult Swim, «South Park» чи «Gravity Falls» у своїх окремих стилістичних і жанрових вимірах.

Третім прикладом є інді-мультсеріал «Університет Чупарського». Він існує переважно в ютуб-середовищі й наразі орієнтований передусім на українську аудиторію. Проте саме такі проєкти сьогодні отримують нові можливості завдяки розвитку цифрових платформ. Автоматичний переклад, субтитри, дубляж і алгоритмічне поширення контенту створюють умови, за яких навіть незалежний український мультсеріал може бути побачений за кордоном. Це не гарантує міжнародного успіху, але відкриває шлях до нього без класичної телевізійної або кінотеатральної інфраструктури.

Користь від мого медіапроєкту полягає в тому, що він не просто презентує окремі українські мультфільми, а намагається показати ширшу проблему: українська анімація має творчий потенціал, однак часто залишається в межах локального ринку через мовні, виробничі, фінансові та дистрибуційні бар'єри. Важливою частиною роботи стали інтерв'ю з авторами обраних анімаційних проєктів. Завдяки цьому тема розглядається не лише з позиції зовнішнього спостереження, а й через досвід людей, які безпосередньо створюють українську анімацію, працюють із глядацькою аудиторією, ухвалюють творчі рішення та стикаються з практичними викликами виробництва й просування.

**Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи** — створити документальний медіапроєкт про перспективи виходу української анімації на світовий ринок та дослідити, як локальні українські анімаційні історії можуть бути адаптовані, сприйняті або просунуті для міжнародної аудиторії.

Для досягнення цієї мети було визначено такі завдання: дослідити сучасний стан української авторської та комерційної анімації; проаналізувати приклади українських анімаційних проєктів, які мають різний рівень локальності та міжнародного потенціалу; з'ясувати, які бар'єри заважають українській анімації виходити на закордонний ринок; провести інтерв'ю з авторами проєктів «Наша Файта», «Чортовийки» та «Університет Чупарського», а також українськими блогерами, які знімають відео присвячені українській анімації, для глибшого розуміння їхніх творчих стратегій, цільової аудиторії та ставлення до міжнародного просування; показати, як цифрові платформи, зокрема YouTube, можуть змінювати можливості для українських інді-проєктів; зібрати й систематизувати матеріали для створення документального відеопроєкту; розробити драматургічну структуру документального матеріалу; створити медіапродукт, який поєднує журналістське дослідження, авторський погляд, експертні коментарі та приклади з сучасної української анімації.

**Об'єктом дослідження** є сучасна українська анімація як частина національного медіапростору та креативної індустрії.

**Предметом дослідження** є перспективи, бар'єри та можливі шляхи виходу українських анімаційних проєктів на міжнародний ринок на прикладі мультпроєктів «Наша Файта», «Чортовийки» та «Університет Чупарського», а також на основі інтерв'ю з їхніми авторами.

**Методи дослідження.** У процесі роботи було використано метод аналізу медіапродуктів, за допомогою якого розглянуто тематику, стиль, гумор, візуальну мову та цільову аудиторію обраних анімаційних проєктів. Метод порівняння дав змогу зіставити різні моделі існування української анімації: телевізійну, ютуб-формат, інді-виробництво та повнометражний кіноформат. За допомогою контент-аналізу було досліджено, як у мультсеріалах і фільмах працюють локальні українські коди, жарти, діалекти та соціальні реалії. Також було застосовано метод інтерв'ю: розмови з авторами проєктів дозволили отримати інформацію з перших вуст про задум, виробничий процес, аудиторію, дистрибуцію та бачення міжнародного потенціалу української анімації.

Практична частина роботи виконувалася методом творчого проєктування, що передбачало розробку концепції, структури, сценарного плану та візуального рішення документального медіапроєкту.

**Структура роботи.** Творчий проєкт складається з двох частин: теоретичної, у якій обґрунтовується необхідність створення документального медіапроєкту про перспективи виходу української анімації на світовий ринок, а також практичного додатку — матеріалів, які супроводжували виготовлення медіапродукту, зокрема концепції, сценарного плану, підготовчих матеріалів і самого документального відеопроект.

## РОЗДІЛ I

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

Документальний медіапроект у сучасному інформаційному просторі вже давно не обмежується класичним телевізійним фільмом або репортажем. З розвитком цифрових платформ, соціальних мереж і відеохостингів документалістика стала значно гнучкішою за формою. Вона може поєднувати журналістське дослідження, авторський коментар, інтерв'ю, архівні матеріали, блогерський стиль подачі та елементи культурної аналітики. Саме тому документальний проект «Українська анімація: перспективи виходу на світовий ринок» доцільно розглядати не як класичний документальний фільм у вузькому розумінні, а як сучасний аудіовізуальний медіапродукт, створений на перетині журналістики, документалістики, культурної критики та ютуб-формату.

Теоретичною основою такого проекту є розуміння документалістики як способу осмислення реальності через факти, свідчення, людські історії та авторську інтерпретацію. На відміну від художнього кіно, документальний медіапродукт спирається на реальних героїв, події та процеси. Водночас документальність не означає механічне відтворення дійсності. Автор завжди обирає, які факти показати, у якій послідовності їх подати, які акценти розставити, як побудувати драматургію та якою інтонацією говорити з аудиторією. Тому документальний проект є не лише фіксацією реальності, а й способом її осмислення.

У випадку проекту «Українська анімація: перспективи виходу на світовий ринок» об'єктом осмислення стає сучасна українська анімація. Це явище перебуває на межі кількох сфер: мистецтва, креативних індустрій, медіа, культури, цифрової економіки та міжнародної комунікації. Українська анімація не існує ізольовано. Вона залежить від стану кіноіндустрії, телебачення, YouTube, фестивального руху, державної підтримки, продюсерських стратегій, технічних можливостей і зацікавленості аудиторії. Тому для створення документального проекту про цю тему важливо було не просто описати окремі мультсеріали, а показати ширшу систему: хто створює українську анімацію,

чому цих проєктів небагато, як вони знаходять свого глядача і чи мають шанс вийти за межі українського ринку.

Особливість обраної теми полягає в тому, що вона стосується не лише медіавиробництва, а й культурної самоідентифікації. Анімація часто сприймається як розважальний жанр, однак насправді вона може виконувати значно складніші функції. Вона здатна працювати з національними міфами, локальним гумором, історичною пам'яттю, соціальними проблемами, мовою, діалектами та регіональною ідентичністю. Через анімацію можна розповідати про країну не менш переконливо, ніж через документальне кіно, літературу або ігрове кіно. Саме тому дослідження перспектив української анімації на світовому ринку є важливим не тільки для професійної спільноти аніматорів, а й для ширшого розуміння того, як Україна може презентувати себе у світі.

У межах цього проєкту анімація розглядається не як суто дитячий або розважальний продукт. Навпаки, значна увага приділяється дорослій, підлітковій та молодіжній анімації, яка працює з гумором, сатирою, абсурдом, локальними кодами та інтернет-культурою. Це важливо, оскільки саме така анімація часто стає простором для експерименту. Вона не завжди має великий бюджет, але може мати сильний авторський голос, виразний стиль і живий контакт із глядачем. У сучасному медіапросторі саме ці якості часто стають не менш важливими, ніж студійна якість виробництва.

Українські глядачі часто добре орієнтуються у світових мультфільмах, американській або японській анімації, продукції великих студій, однак можуть не знати про сучасні українські анімаційні проєкти. У цьому полягає одна з проблем, яку порушує медіапроєкт: українська анімація існує, вона розвивається, має своїх авторів і фанатів, але часто залишається недостатньо видимою навіть для власної аудиторії. Тому документальний проєкт виконує також популяризаторську функцію. Він знайомить глядача з проєктами, про які не завжди говорять у масових медіа, і показує їх не як маргінальні спроби, а як частину реального культурного процесу.

Важливою теоретичною засадою цього проєкту є також розуміння інтерв'ю як одного з ключових журналістських методів. У документальному медіапродукті інтерв'ю виконує кілька функцій. По-перше, воно дає фактичну інформацію з перших вуст. По-друге, воно створює ефект присутності, адже глядач бачить і чує безпосередніх учасників процесу. По-третє, інтерв'ю дозволяє розкрити не тільки події, а й мотивацію, сумніви, досвід і особисті історії героїв. Для проєкту про українську анімацію це принципово важливо, оскільки індустрія складається не лише з готових мультфільмів, а й з людей, які їх створюють.

У проєкті були використані інтерв'ю з авторами, режисерами, аніматорами, продюсерами, блогерами та експертами, які безпосередньо пов'язані з українською анімацією або її аналізом. Такий підхід дозволяє уникнути поверхового погляду на тему. Автори «Нашої Файти», «Чортовийок» і «Університету Чупарського» не просто розповідають історію своїх проєктів, а пояснюють, як виникали ідеї, з якими труднощами вони стикалися, чому обирали саме таку стилістику, як реагувала аудиторія і що заважало розвитку. Експерти ж допомагають помістити ці окремі історії в ширший контекст української та світової анімаційної індустрії.

У цьому сенсі проєкт має ознаки аналітичного документального відеонарису. Він не будується лише навколо одного героя або однієї події. Його структура є тематичною: через кілька різних кейсів розкривається спільна проблема. «Наша Файта» демонструє, як локальний ютуб-вебсеріал може перетворитися на повнометражний анімаційний фільм із міжнародними перспективами. «Чортовийки» показують досвід телевізійного мультсеріалу для молодіжної аудиторії, який намагався працювати з українськими реаліями у форматі пригодницької та сатиричної анімації. «Університет Чупарського» представляє інді-модель, у якій авторський проєкт розвивається через YouTube, спільноту глядачів, озвучення, фан-базу та підтримку аудиторії.

Таке поєднання кейсів дозволяє порівняти різні моделі існування української анімації. Перша модель — вебсеріал, який народився з локального

гумору та студентської творчості. Друга — телевізійний анімаційний серіал, створений у межах каналу, з командою, графіком виробництва та продюсерськими обмеженнями. Третя — незалежний ютуб-проект, що розвивається завдяки ентузіазму авторів і реакції глядачів. Кожна з цих моделей має свої переваги й проблеми. Саме їх зіставлення дає змогу глибше зрозуміти, чому українська анімація розвивається нерівномірно, але водночас має великий потенціал.

Окремо слід розглянути блогерський формат як важливу складову сучасної документалістики. YouTube змінив не лише спосіб поширення відео, а й саму мову аудіовізуальної журналістики. Сучасний глядач звик до динамічного монтажу, прямого звернення до аудиторії, поєднання серйозного аналізу з живою інтонацією, використання мемів, скріншотів, фрагментів відео, авторських ремарок і візуальних перебивок. Через це блогерський формат не варто сприймати як менш серйозний порівняно з телевізійним. Він має інші правила комунікації, але може бути не менш змістовним і дослідницьким.

У проєкті «Українська анімація: перспективи виходу на світовий ринок» блогерський формат проявляється в тому, що автори присутні в кадрі, говорять із глядачем без надмірної офіційності, чергують студійну подачу із синхронами експертів, використовують фрагменти мультфільмів, архівні матеріали, графіку, титри та анімаційні вставки. Така форма дозволяє говорити про складну тему доступно. Вона не відштовхує глядача академічністю, але й не зводить тему до розваги. Саме баланс між живою подачею та змістовним аналізом є важливою вимогою до такого типу медіапродукту.

Важливою вимогою до документального медіапроєкту такого типу є наявність драматургії. Навіть якщо проєкт має інформаційно-аналітичний характер, він повинен бути побудований як історія. Глядач має розуміти, з чого починається розмова, у чому полягає проблема, які приклади її розкривають і до якого висновку приходять автор. У проєкті «Українська анімація: перспективи виходу на світовий ринок» драматургія вибудовується через поступове розширення теми. Спочатку глядач бачить конкретні історії окремих проєктів,

потім — ширший контекст інді-анімації, а у фіналі — мотиваційний висновок про відповідальність самих авторів і глядачів за майбутнє української анімації.

Показовим є те, що сценарій проєкту починає розмову не з абстрактної статистики, а з думки про те, що творці часто не усвідомлюють потенціалу власних ідей. Цей вступ одразу задає людський вимір теми. Українська анімація показана не як безлика індустрія, а як результат рішень конкретних людей: студентів, аніматорів-самоучок, режисерів, сценаристів, блогерів, продюсерів, фанатів. Такий підхід є ефективним для документального проєкту, оскільки глядачеві легше зрозуміти індустрію через історії людей, які її створюють.

Перший великий кейс — «Наша Файта» — у теоретичному плані ілюструє значення локальності в медіапродукті. Часто вважається, що для міжнародного успіху культурний продукт має бути максимально універсальним і позбавленим надто специфічного контексту. Однак сучасна культура доводить протилежне: саме локальність може стати джерелом оригінальності. Діалект, регіональний гумор, особливості побуту, соціальні курйози та впізнавані образи створюють унікальність, яку неможливо штучно скопіювати. У випадку «Нашої Файти» закарпатський контекст не обмежив проєкт, а навпаки — зробив його впізнаваним.

Цей кейс дозволяє порушити важливе питання: чи може глибоко локальна історія бути цікавою ширшій аудиторії? Відповідь проєкту не є однозначною, але вона схиляється до того, що локальність не є перешкодою, якщо історія має енергію, гумор, характер і людську правду. Глядач може не знати всіх реалій Закарпаття, але його може зацікавити сам світ, який відкривається через мультсеріал. У цьому сенсі «Наша Файта» стає прикладом того, як регіональна культура може працювати як частина національної, а потенційно — і міжнародної презентації України.

Другий кейс — «Чортовийки» — дозволяє розглянути анімацію як форму молодіжної та дорослої сатири. У сценарії проєкту доречно проведено паралель з Adult Swim як культурним явищем, яке змінило сприйняття анімації для дорослих. Звичайно, «Чортовийки» не є прямим українським аналогом Adult

Swim, але сам факт спроби створити на українському телебаченні анімаційний серіал із гумором, містикою, пригодницькою структурою та локальними соціальними реаліями є важливим для аналізу. Цей кейс демонструє, що українська анімація може працювати не лише з дитячою аудиторією, а й з підлітками та молодими дорослими.

«Чортовийки» також є прикладом залежності медіапроєкту від інституційних умов. На відміну від ютуб-проєктів, цей мультсеріал виник у межах телевізійного каналу, мав виробничий графік, бюджетні обмеження, команду, продюсерські вимоги та ефірний слот. Це дало авторам ресурс для створення повноцінного сезону, але водночас обмежувало їхню творчу свободу. Доля проєкту після закриття каналу показує вразливість української анімації: навіть якщо продукт має потенціал, його розвиток може обірватися через зовнішні обставини — зміну ринку, війну, закриття медіа або відсутність стабільної моделі фінансування.

Третій кейс — «Університет Чупарського» — найвиразніше демонструє значення інді-анімації та цифрових платформ. Інді-анімація у цьому контексті розуміється як творчість, що створюється поза великими студіями або без повної залежності від них. Вона часто базується на ентузіазмі, самоосвіті, невеликих командах, обмежених ресурсах і прямому контакті з аудиторією. Її сила полягає у свободі, а слабкість — у нестачі часу, грошей, людей і виробничої стабільності.

YouTube як платформа істотно змінив умови існування незалежної анімації. Раніше автору було значно складніше донести свій мультфільм до аудиторії без фестивалю, телеканалу або дистриб'ютора. Тепер автор може опублікувати пілот або серію самостійно, а реакція глядачів може стати першим доказом потенціалу проєкту. Це не означає, що шлях став легким. Конкуренція зросла, алгоритми непередбачувані, виробництво анімації залишається дорогим і тривалим. Але сам факт доступу до аудиторії без посередників є принципово новою можливістю для українських авторів.

У цьому контексті важливо розуміти роль аудиторії. Сучасний глядач уже не є пасивним споживачем. Він може підтримувати проєкт переглядами,

коментарями, поширеннями, донатами, фан-артом, обговореннями в соцмережах і створенням спільноти навколо продукту. Для інді-анімації така підтримка може бути вирішальною. Якщо великі студії спираються на бюджет і маркетинг, то незалежні проекти часто виживають завдяки лояльній аудиторії. Саме тому документальний проєкт про українську анімацію має не лише інформувати, а й мотивувати глядача бути активним учасником цього процесу.

Окремої уваги потребує питання виходу української анімації на світовий ринок. Міжнародний ринок анімації є складним і конкурентним. Він вимагає не тільки якісної ідеї, а й професійної розробки сценарію, візуальної концепції, продюсування, локалізації, маркетингу, фестивальної або платформної стратегії, дистрибуції та фінансування. Для українських авторів головними бар'єрами можуть бути обмежені бюджети, нестача виробничих потужностей, відсутність сталої державної підтримки, слабка промоція, мовний бар'єр і невпевненість у тому, що локальний український контент буде зрозумілий за кордоном.

Водночас сучасна світова практика показує, що локальні історії можуть ставати міжнародними, якщо вони мають сильну авторську ідентичність і зрозумілу емоційну основу. Глядачі в різних країнах можуть не знати конкретного культурного контексту, але вони розуміють історії про дружбу, амбіції, страх, дорослішання, гумор, боротьбу, мрію, несправедливість і бажання бути почутим. Тому завдання української анімації полягає не в тому, щоб відмовитися від власної локальності, а в тому, щоб навчитися перекладати її мовою універсальних емоцій.

Саме тут документальний проєкт набуває аналітичної цінності. Він не дає простого рецепта, але показує кілька можливих шляхів. «Наша Файта» демонструє шлях від локального ютуб-феномену до повнометражного фільму. «Чортовийки» демонструють шлях телевізійного виробництва та його залежність від медійної інфраструктури. «Університет Чупарського» демонструє шлях незалежного інтернет-проєкту, який може рости разом зі своєю аудиторією. Разом ці приклади створюють об'ємну картину: українська анімація не має одного універсального шляху, але має багато точок росту.

Для документального проєкту важливо також дотримуватися балансу між емоційністю та аналітичністю. Якщо матеріал буде лише емоційним, він може перетворитися на фанатський огляд. Якщо він буде лише аналітичним, він може втратити живий контакт із глядачем. У цьому проєкті баланс досягається через поєднання авторської любові до анімації з журналістським дослідженням. Авторська позиція не приховується: тема обрана тому, що українська анімація справді викликає захоплення і бажання говорити про неї більше. Але ця емоція підкріплена інтерв'ю, фактами, прикладами, експертними коментарями та аналізом індустрійних умов.

Аналіз кращих зразків подібних проєктів у сучасній медіасфері показує, що популярність здобувають саме ті документальні й аналітичні відео, які поєднують глибину теми з доступною формою. На YouTube успішно функціонують відеосе про кіно, ігри, анімацію, попкультуру, музику та інтернет-феномени. Їхня сила полягає в тому, що вони не лише переказують сюжет або біографію, а пояснюють, чому певне явище стало важливим. Для проєкту про українську анімацію цей принцип є ключовим: важливо не просто сказати, що існують «Наша Файта», «Чортовийки» або «Університет Чупарського», а пояснити, чому ці приклади мають значення для всієї індустрії.

Подібні творчі проєкти часто мають кілька характерних рис: чітку авторську тему, наявність експертів або героїв, архівний і візуальний матеріал, монтажну динаміку, зрозумілу драматургію, емоційний фінал і потенціал для подальшого обговорення. Саме ці вимоги враховані у проєкті «Українська анімація: перспективи виходу на світовий ринок». У ньому присутні інтерв'ю з авторами й експертами, ексклюзивні фото- та відеоматеріали, фрагменти мультфільмів, студійна подача, закадрова логіка, аналітичні пояснення та фінальна мотиваційна частина.

Водночас проєкт має власну оригінальність. Його унікальність полягає у фокусі саме на українській анімації як на сфері, яка існує, але часто залишається недооціненою. Багато матеріалів про анімацію в українському ютуб-просторі зосереджені на західних мультсеріалах, японському аніме або великих студійних

релізах. Натомість цей проєкт ставить у центр українських авторів, українські мультсеріали та українську індустрію проблему. Це робить його не просто оглядом, а внеском у популяризацію національного культурного продукту.

Теоретично важливим є також поняття креативних індустрій. Анімація є однією з тих сфер, де поєднуються творчість, технології, бізнес і культурна репрезентація. Вона потребує художників, сценаристів, режисерів, аніматорів, акторів озвучення, звукорежисерів, композиторів, продюсерів, монтажерів, маркетологів і дистриб'юторів. Тому розвиток анімації не можна зводити лише до наявності талановитих авторів. Потрібна екосистема, яка дозволяє цим авторам працювати стабільно, отримувати фінансування, навчатися, експериментувати, виходити до глядача і монетизувати свою працю.

Саме нестача такої екосистеми стає однією з центральних проблем проєкту. У фінальному висновку закладена думка, що держава поки недостатньо системно підтримує анімацію, тому багато ініціатив тримаються на самих авторах. Це не означає, що соло- або інді-проєкти можуть повністю замінити індустрію. Навпаки, експерти у проєкті наголошують, що інді-анімація має обмеження і не завжди здатна бути прибутковою або стабільною. Але саме незалежні автори часто стають першими, хто запускає нові ідеї, тестує аудиторію і показує, що попит на український анімаційний контент існує.

Таким чином, документальний проєкт поєднує кілька рівнів аналізу. На першому рівні він розповідає історії конкретних мультсеріалів. На другому — аналізує способи їхнього виробництва та просування. На третьому — ставить питання про майбутнє української анімації як частини світового ринку. На четвертому — звертається безпосередньо до глядача з мотиваційним меседжем: українська анімація потребує не лише державної підтримки, а й активної аудиторії, нових авторів і людей, готових говорити про неї.

Отже, теоретичні засади створення проєкту «Українська анімація: перспективи виходу на світовий ринок» ґрунтуються на поєднанні документальної журналістики, культурної аналітики, відеоесеїстики та блогерського ютуб-формату. Обраний тип медіапродукту дозволяє розкрити

тему не сухо й академічно, а через живі історії авторів, експертні коментарі, візуальні приклади та авторську інтонацію. Саме така форма є доцільною для теми української анімації, адже вона потребує не лише опису, а й популяризації, пояснення та емоційного залучення аудиторії.

Створення цього проєкту є важливим, оскільки українська анімація сьогодні перебуває в моменті потенційного зростання. Вона ще не має настільки потужної індустрійної бази, як великі світові ринки, однак має авторів, ідеї, локальну унікальність, нову аудиторію та цифрові платформи, які відкривають шлях до ширшого поширення. Завдання документального медіапроєкту полягає в тому, щоб зробити цей процес видимим, показати його сильні й слабкі сторони та пояснити, чому українська анімація заслуговує на увагу не лише в Україні, а й за її межами.

## РОЗДІЛ II

### СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ

#### 2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту

Документальний проєкт «Українська анімація: перспективи виходу на світовий ринок» створений як авторський аудіовізуальний медіапродукт для ютуб-каналу «Покадрово». За формою це не класичний телевізійний документальний фільм, а сучасний блогерський документальний проєкт із журналістською основою. Він поєднує студійну подачу, інтерв'ю з авторами та експертами, аналіз українських анімаційних проєктів, фрагменти мультфільмів, архівні матеріали, графіку, титри, анімаційні вставки та авторський коментар.

Потреба у створенні такого проєкту зумовлена тим, що українська анімація залишається недостатньо представленою у публічному медіапросторі. Український глядач добре знає продукцію Disney, Pixar, DreamWorks, Cartoon Network, Netflix, японське аніме та великі міжнародні франшизи, проте часто майже нічого не знає про українські анімаційні проєкти, які створюються поруч. Ідеться не лише про великі повнометражні мультфільми, а й про локальні ютуб-вебсеріали, телевізійні мультсеріали, незалежні інді-проєкти та фестивальну анімацію. Вони існують, мають своїх авторів і глядачів, але не завжди потрапляють у поле зору широкої аудиторії.

Особливо важливо говорити про це зараз, коли українська культура стала одним із способів представлення країни у світі. Після початку повномасштабної війни міжнародна увага до України зросла, однак анімація досі не завжди сприймається як повноцінна частина культурної дипломатії та креативної індустрії. Водночас саме анімація має великий потенціал для міжнародної комунікації: вона працює з візуальною мовою, емоціями, гумором, образами, фантазією та універсальними людськими історіями. Через неї можна розповідати про Україну не тільки прямо, а й опосередковано — через персонажів, регіони, жарти, міфи, діалекти, абсурд і локальні соціальні ситуації.

Цільовим інформаційним ринком проєкту є український сегмент YouTube та ширший український цифровий медіапростір. Саме YouTube обрано основною платформою, оскільки він дозволяє поєднати довгий хронометраж, візуальну насиченість, авторську подачу та потенціал подальшого просування через короткі фрагменти. На відміну від телебачення, YouTube дає можливість працювати з нішевою, але зацікавленою аудиторією: людьми, які люблять мультфільми, стежать за українською попкультурою, цікавляться кіно, анімацією, ютуб-контентом, дубляжем, інді-проєктами або загалом розвитком українських креативних індустрій.

У сучасному медіапросторі існують окремі огляди мультфільмів, відео про закордонну анімацію, реакції на популярні мультсеріали, блогерські розбори західних проєктів, а також матеріали про українське кіно. Проте медіапродуктів, які системно, детально й водночас доступно розповідають саме про українську анімацію, не так багато. Більшість подібних матеріалів або зосереджені на одному конкретному мультфільмі, або мають формат короткого огляду. Мій проєкт відрізняється тим, що розглядає українську анімацію не фрагментарно, а через кілька різних моделей її існування: локальний ютуб-феномен, телевізійний мультсеріал, інді-проєкт, фестивальну анімацію та експертні роздуми про майбутнє індустрії.

Основними прикладами для аналізу стали «Наша Файта», «Чортовийки» та «Університет Чупарського». Вибір цих проєктів не випадковий. Кожен із них показує інший шлях розвитку української анімації. «Наша Файта» демонструє, як локальний вебсеріал, створений студентами й побудований на закарпатському діалекті та регіональному гуморі, може з часом перетворитися на повнометражний анімаційний фільм із перспективою закордонного показу. «Чортовийки» показують досвід українського телевізійного мультсеріалу, який намагався говорити з молодіжною аудиторією мовою пригодницької сатири, містики та локальних жартів. «Університет Чупарського» є прикладом сучасної інді-анімації, що розвивається через YouTube, фанатську підтримку, озвучення та живий контакт із глядачем.

Перевагою проєкту є те, що він побудований не лише на зовнішньому аналізі, а й на інтерв'ю з людьми, які безпосередньо створюють або досліджують українську анімацію. У проєкті використано коментарі аніматорів, режисерів, сценаристів, продюсерів, блогерів і експертів. Серед них — Наталія Алексеєва, Олег Маламуж, Олександра Рубан, автори «Нашої Файти», творці «Чортовийок», автори «Університету Чупарського», блогери й оглядачі анімації. Такий підхід дозволив отримати інформацію з перших вуст і показати тему не абстрактно, а через реальний досвід людей, які працювали або працюють в анімації.

Важливою особливістю проєкту є наявність ексклюзивних фото- та відеоматеріалів, наданих авторами й учасниками інтерв'ю. Це підсилює документальну цінність продукту, адже глядач бачить не лише готовий результат, а й частину творчого процесу: робочі матеріали, фрагменти анімації, архіви, кадри з виробництва, візуальні елементи, які зазвичай не потрапляють у відкритий доступ. Завдяки цьому проєкт виконує не тільки інформаційну, а й архівну функцію: він фіксує стан української анімації та голоси її учасників у конкретний історичний момент.

Оригінальність проєкту полягає в його авторському фокусі. Він не намагається створити повну енциклопедію української анімації, адже це було б неможливо в межах одного відео. Натомість проєкт обирає кілька яскравих історій і через них показує ширшу проблему. Центральне питання звучить так: чи може українська анімація, яка часто є дуже локальною, вийти на світовий ринок і бути зрозумілою за межами України? Відповідь не подається як проста формула. Проєкт демонструє різні позиції, приклади, успіхи, обмеження й сумніви. Саме це робить його не рекламним матеріалом, а журналістським дослідженням у доступному форматі.

Потенційна затребуваність проєкту пояснюється тим, що українська аудиторія має потребу у власному культурному контенті. Після 2022 року багато глядачів почали активніше шукати українські фільми, серіали, блогерів, музику, дубляж, анімацію та розважальний контент українською мовою. Водночас існує

відчуття нестачі таких продуктів або недостатньої інформації про них. Мій проєкт відповідає на цю потребу: він показує, що українська анімація є, що вона різна, що за нею стоять живі люди, і що її розвиток залежить не лише від держави чи великих студій, а й від аудиторії, яка дивиться, поширює, підтримує та говорить про ці проєкти.

Можлива комерційна реалізація проєкту пов'язана насамперед із розвитком ютуб-каналу «Покадрово». Основний довгий випуск може стати базовим контентом каналу, а окремі фрагменти інтерв'ю, цікаві цитати, історії створення мультсеріалів, поради експертів і динамічні моменти можуть бути адаптовані для YouTube Shorts, TikTok, Instagram Reels та інших коротких форматів. Це дає змогу просувати проєкт не лише серед тих, хто готовий одразу дивитися годинне відео, а й серед ширшої аудиторії, яка може зацікавитися темою через короткий фрагмент і перейти до повної версії.

Крім того, проєкт має потенціал для подальшого розвитку в серію матеріалів про українську анімацію та креативні індустрії. Якщо відео отримає позитивний відгук аудиторії, тему можна продовжити через окремі випуски про українські студії, аніматорів, акторів озвучення, фестивальні короткометражки, анімацію для дітей, дорослу анімацію, дубляж, ютуб-анімацію, фінансування та міжнародні кейси. Таким чином, цей дипломний проєкт може стати не разовою студентською роботою, а першим кроком до створення тематичного медіамайданчика.

## **2.2. Структура**

Документальний проєкт «Українська анімація: перспективи виходу на світовий ринок» має хронометраж понад одну годину. Такий обсяг обрано свідомо, оскільки тема потребує не поверхового огляду, а послідовного розкриття кількох різних історій, коментарів експертів і аналітичних узагальнень. Короткий формат не дозволив би повноцінно показати ні бекграунд героїв, ні складність проблеми, ні різні моделі існування української анімації.

Структура проєкту побудована за принципом поступового розширення теми. Спочатку глядач знайомиться з конкретними історіями окремих мультсеріалів, потім переходить до ширшої розмови про інді-анімацію, а наприкінці отримує узагальнення й мотиваційний висновок. Така побудова дозволяє не перевантажувати аудиторію одразу великою кількістю теоретичної інформації. Глядач входить у тему через історії людей, а вже потім починає розуміти індустріальний, культурний і ринковий контекст.

Проєкт відкривається авторським вступом, у якому формулюється головна ідея: часто творці не підозрюють, що їхня ідея, яка починалася як хобі або експеримент, може з часом перетворитися на щось більше. Через це одразу задається основна драматургічна рамка всього відео: українська анімація виникає не лише у великих студіях, а й у студентських компаніях, серед самоучок, блогерів, ентузіастів і людей, які просто не можуть викинути анімацію з голови. Цей початок створює емоційний контакт із глядачем і готує його до трьох історій, які на перший погляд різні, але мають спільну основу — віру авторів у власну ідею.

Перший великий блок присвячений «Нашій Файті». Він виконує функцію стартової історії, тому що саме цей проєкт найкраще показує, як локальний інтернет-мультсеріал може вирости з регіонального феномена у ширшу культурну подію. У блоці розповідається про студентське походження проєкту, КВНівський бекграунд авторів та появу першої серії на YouTube, популярність серед закарпатської аудиторії та подальше розширення впізнаваності. Окремий акцент зроблено на локальності: закарпатський діалект, гумор, соціальні курйози, контрабандні мотиви, побутові реалії та абсурдні персонажі не стали перешкодою для популярності, а навпаки — сформували унікальність проєкту.

У межах цього блоку використовуються інтерв'ю з Михайлом Карпенком, Павлом Мандзичем, Ервіном Німцем, Анною Єлісеєвою та іншими учасниками, пов'язаними з історією «Нашої Файти». Їхні синхрони чергуються з авторським текстом, фрагментами мультсеріалу, візуальними перебивками та поясненнями. Така структура дозволяє подати матеріал не як суху біографію проєкту, а як живу

історію про людей, які почали з гумору й студентської творчості, а згодом стали частиною значно більшого процесу.

Другий блок присвячений «Чортовийкам». Він починається з ширшого контексту дорослої анімації та згадки про Adult Swim як про символ свободи анімаційного висловлювання для дорослої аудиторії. Такий вступ потрібен для того, щоб глядач зрозумів, чому «Чортовийки» важливі не лише як окремий український мультсеріал, а і як спроба зробити на українському телебаченні сміливіший, сатиричний, молодіжний анімаційний продукт. Після цього проєкт переходить до історії створення серіалу: навчання авторів, їхні перші спроби зацікавити медіахолдинги, контакт із НЛЮ TV, створення пілота, виробничі обмеження, робота команди й вихід першого сезону.

Цей блок має більш драматичну структуру, ніж попередній. Якщо історія «Нашої Файти» подається як шлях від локального феномена до великого кіно, то історія «Чортовийок» показує складність телевізійного виробництва й залежність проєкту від зовнішніх умов. Тут є і момент успіху — коли телеканал повірив у молодих авторів, і момент творчої боротьби — коли доводилося вміщувати амбітну ідею в обмежений бюджет, і драматичний поворот — повномасштабне вторгнення, закриття каналу та фактичний перехід проєкту в режим інтернетного виживання. Завдяки цьому блок демонструє не тільки творчий, а й індустрійний вимір української анімації.

Третій великий блок присвячений «Університету Чупарського» та ширшому явищу інді-анімації. Він починається з пояснення, що незалежна анімація — це проєкти, створені поза великими студіями або без повної залежності від них. Далі тема розширюється через міжнародні приклади на кшталт «Hazbin Hotel» і «The Amazing Digital Circus», які демонструють, як YouTube і фанатська підтримка можуть змінити шлях анімаційного проєкту. Після цього глядач повертається до українського контексту, де «Університет Чупарського» постає як приклад інді-мультсеріалу, що виник із особистої ініціативи, самоосвіти та бажання створити власний анімаційний світ.

У цьому блоці важливими є інтерв'ю з Миколою Семенюком, Михайлом Карпанем, блогером Нейдом та іншими учасниками, які допомагають пояснити, чому інді-анімація може бути близькою до глядача. На відміну від великих студійних проєктів, такі мультсеріали часто народжуються з дуже особистого бажання автора розповісти свою історію. Вони можуть мати обмежений бюджет, недосконалу технічну якість на старті, але саме в цьому часто полягає їхня щирість і привабливість.

Після трьох основних кейсів у структурі проєкту передбачено коротший огляд інших українських інді-мультів, а також згадку про фестивальні анімаційні роботи. Цей блок виконує функцію розширення контексту. Він показує, що «Наша Файта», «Чортовийки» та «Університет Чупарського» — не поодинокі винятки, а частина ширшого руху. Українська анімація існує в різних формах: у повнометражному кіно, телевізійних серіалах, ютуб-проєктах, короткометражках, студентських роботах, фестивальних фільмах і незалежних експериментах.

Фінальна частина проєкту побудована навколо порад для людей, які хочуть займатися анімацією або створити власний мультсеріал. У цьому блоці експерти й автори діляться особистим досвідом, говорять про помилки, мотивацію, труднощі, професійний розвиток і ставлення до анімації. Такий фінал має важливу драматургічну функцію. Він не просто підсумовує сказане, а переводить глядача з позиції спостерігача в позицію потенційного учасника процесу. Проєкт завершується думкою, що українська анімація потребує не лише підтримки держави чи великих інституцій, а й людей, які готові створювати, дивитися, популяризувати та підтримувати власний контент.

Структурно проєкт побудований на чергуванні кількох елементів: студійних підводок ведучих, синхронів героїв, фрагментів мультфільмів, скріншотів YouTube, архівних матеріалів, ексклюзивних фото й відео, графіки, титрів, музичних акцентів і монтажних переходів. Ведучі з'являються в кадрі у студії, звертаються до глядача, вводять у тему, пояснюють контекст і роблять переходи між блоками. Після цього їхня подача змінюється синхронами

експертів або авторів, а сказане підкріплюється візуальними матеріалами. Такий ритм допомагає втримати увагу глядача протягом довгого хронометражу.

### 2.3. Жанрова палітра

Жанрово проєкт «Українська анімація: перспективи виходу на світовий ринок» можна визначити як документальний відеонарис з елементами аналітичного ютуб-есе, культурного репортажу, інтерв'ю та популяризаторського медіапроєкту. Така жанрова змішаність відповідає сучасним тенденціям цифрової журналістики, де межі між класичними жанрами часто стають гнучкішими. Для ютуб-простору характерним є поєднання інформації, аналізу, особистої інтонації, монтажної динаміки та емоційного контакту з аудиторією.

Основою жанрової палітри є документальний відеонарис. Цей жанр дозволяє говорити про культурне явище через історії конкретних людей і проєктів. У відеонарисі важлива не лише фактична інформація, а й атмосфера, авторський погляд, емоційний розвиток і образність. У нашому проєкті кожен із головних анімаційних кейсів подається як окрема історія: «Наша Файта» — історія студентської ідеї, що стала регіональним феноменом; «Чортовийки» — історія амбітної телевізійної спроби створити українську пригодницько-сатиричну анімацію; «Університет Чупарського» — історія інді-проєкту, який виріс із особистої ініціативи й підтримки аудиторії.

Водночас проєкт має ознаки аналітичного матеріалу. У ньому не лише переказуються факти, а й ставляться питання: чому української анімації небагато, чому багато проєктів залишаються локальними, як на них впливають телебачення, YouTube, війна, бюджет, дистрибуція, аудиторія та державна підтримка. Аналіз проявляється у порівнянні різних моделей виробництва: вебсеріалу, телевізійного серіалу, інді-проєкту, фестивальної анімації та повнометражного фільму. Завдяки цьому глядач бачить не набір окремих історій, а ширшу картину розвитку української анімації.

Важливе місце в жанровій структурі посідає інтерв'ю. У проєкті воно використовується не як додатковий елемент, а як один із головних способів розкриття теми. Інтерв'ю з авторами дають можливість почути історії створення проєктів від першої особи. Інтерв'ю з експертами допомагають пояснити ширший контекст. Інтерв'ю з блогерами й оглядачами показують погляд аудиторії та медіасередовища. Завдяки цьому проєкт не виглядає як монолог авторки, а будується як поліфонічна розмова багатьох учасників про одну спільну тему.

Також у проєкті присутні риси культурного репортажу. Репортажність проявляється у спробі зафіксувати живий стан української анімації саме зараз: хто її створює, які проєкти існують, які проблеми мають автори, як вони бачать майбутнє. Хоча зйомки відбуваються не на події в класичному репортажному сенсі, проєкт усе одно передає відчуття присутності в середовищі. Глядач ніби потрапляє за лаштунки української анімації: чує авторів, бачить матеріали, дізнається виробничі історії, знайомиться з внутрішньою логікою процесу.

Популяризаторська функція також є важливою. Проєкт створений не лише для фахівців з анімації чи медіа, а для широкої аудиторії, яка може вперше почути про деякі українські мультсеріали. Тому мова подачі має бути зрозумілою, живою та емоційною. У тексті використовуються пояснення, приклади, порівняння, іноді іронічні формулювання, але без втрати поваги до теми. Такий стиль дозволяє говорити про анімаційну індустрію не академічно відсторонено, а так, щоб глядачеві захотілося після перегляду знайти ці мультсеріали, подивитися їх і підтримати авторів.

Жанрова палітра проєкту відповідає його тематиці. Українська анімація сама по собі є яскравою, візуальною, емоційною та різноманітною сферою, тому надто суха форма подачі не відповідала б матеріалу. Блогерський документальний формат дозволив зберегти живість теми, а журналістська основа — не втратити змістовність. Саме поєднання документального відеонарису, інтерв'ю, культурної аналітики та ютуб-есе дало змогу створити продукт, який одночасно інформує, пояснює, популяризує й мотивує.

## 2.4. Зображальний матеріал та музичний супровід

Оскільки проєкт є аудіовізуальним, зображальний матеріал має в ньому не допоміжну, а одну з ключових функцій. Тема української анімації не може бути повноцінно розкрита лише через розповідь. Глядач має бачити самі мультфільми, їхню стилістику, персонажів, фрагменти сцен, ютуб-сторінки, архіви, робочі матеріали, кадри з інтерв'ю та графічні пояснення. Саме візуальний ряд дозволяє зробити тему конкретно й переконливою.

Основа зображального матеріалу становлять студійні кадри з ведучими. Вони виконують функцію візуальної опори проєкту: саме через студійну подачу глядач отримує вступи, переходи між блоками, авторські пояснення та висновки. Зйомка у студії допомагає створити відчуття цілісності й професійності, навіть якщо сам формат залишається блогерським і живим. Ведучі в кадрі не просто повідомляють інформацію, а підтримують контакт із глядачем, задають темп і тон розмови.

Другим важливим типом зображального матеріалу є кадри інтерв'ю. Вони надають проєкту документальної достовірності. Глядач бачить людей, які створювали мультсеріали, працювали над українськими та міжнародними анімаційними проєктами, аналізували анімацію або брали участь у її популяризації. Інтерв'ю створюють ефект прямого свідчення: автори не переказуються через третю особу, а самі пояснюють, як виникали їхні ідеї, які труднощі доводилося долати, чому вони обирали саме такі рішення.

Третім типом візуального матеріалу є фрагменти мультфільмів і мультсеріалів. Вони використовуються для ілюстрації сказаного, демонстрації стилістики, гумору, персонажів, якості анімації, жанру та атмосфери кожного проєкту. Наприклад, у блоці про «Нашу Файту» такі фрагменти допомагають передати закарпатський колорит, діалект і абсурдний гумор. У блоці про «Чортовийки» вони демонструють пригодницьку структуру, містичні елементи, українські реалії та сатиричний тон. У блоці про «Університет Чупарського» візуальні приклади дозволяють показати інді-стилістику, гумор і характер проєкту.

Окрему цінність мають ексклюзивні фото- та відеоматеріали, надані авторами й учасниками інтерв'ю. Вони роблять проєкт унікальним, адже глядач отримує доступ до матеріалів, які не завжди можна знайти у відкритому просторі. Такі елементи виконують не лише ілюстративну, а й доказову функцію. Вони показують виробничий процес, робочі моменти, етапи створення, архівні деталі й особисту історію проєктів. Завдяки цьому відео стає не просто оглядом уже відомої інформації, а документом про певний стан української анімаційної спільноти.

У проєкті також використовуються скріншоти YouTube, архівні матеріали, титри, графіка й анімаційні вставки. Скріншоти потрібні для демонстрації цифрового існування проєктів: каналів, переглядів, дат публікацій, реакцій аудиторії, рекомендацій, коментарів або інших елементів онлайн-середовища. Архіви допомагають показати розвиток проєктів у часі. Графіка й титри структурують інформацію, виділяють імена героїв, назви проєктів, важливі дати та переходи між блоками.

Стиль оформлення проєкту відповідає його темі. Оскільки йдеться про анімацію, візуальна мова має бути динамічною, яскравою й різноманітною, але не хаотичною. Монтаж побудований так, щоб підтримувати увагу глядача протягом довгого хронометражу. Для цього використовуються перебивки, зміна планів, фрагменти мультфільмів, реакції, графічні елементи, вставки з інтерв'ю та музичні акценти. Водночас важливо було не перевантажити відео візуальними ефектами, щоб вони не відволікали від змісту й не знецінювали документальну основу.

Музичний супровід у проєкті добирається відповідно до емоційного стану конкретного епізоду. У легших і динамічніших моментах музика підтримує блогерський темп, додає руху й енергії. У драматичніших фрагментах, наприклад тоді, коли йдеться про закриття каналу, проблеми з фінансуванням, війну або труднощі виробництва, музика стає стриманішою, напруженішою або сумнішою. Таким чином, музичний супровід допомагає не просто заповнити тишу, а керувати емоційною динамікою відео.

Крім музики, у проєкті використовуються елементи саунд-дизайну: звукові акценти, переходи, шуми, монтажні підкреслення. Вони допомагають зробити відео більш сучасним і динамічним. Для ютуб-формату це особливо важливо, оскільки глядач звик до швидшого темпу сприйняття.

Проте саунд-дизайн має бути дозованим, щоб не перетворити документальний матеріал на надмірно розважальний ролик. Його завдання — підсилювати сприйняття, а не замінювати зміст.

Оформлення титрів і графіки має також інформаційну функцію. За допомогою титрів глядач ідентифікує спікерів, розуміє їхній зв'язок із темою, бачить назви проєктів і орієнтується у структурі відео. Це особливо важливо, оскільки у проєкті багато героїв: режисери, сценаристи, аніматори, продюсери, блогери, актори озвучення та експерти. Чітка візуальна ідентифікація допомагає не загубитися в матеріалі й краще сприймати інформацію.

Загалом візуальне й музичне оформлення проєкту спрямоване на те, щоб поєднати документальну достовірність із динамікою ютуб-формату. Проєкт має виглядати живим, сучасним і доступним, але водночас зберігати повагу до героїв і теми. Саме тому оформлення не є декоративним елементом, а працює на головну ідею: показати українську анімацію як сферу, що має власний стиль, голос, енергію й потенціал.

## **2.5. Авторська ідея**

Авторська ідея проєкту «Українська анімація: перспективи виходу на світовий ринок» виникла з особистого інтересу до мультфільмів і водночас із відчуття прикрої несправедливості: української анімації існує більше, ніж про неї знає широка аудиторія. Багато людей люблять мультфільми, дивляться західні або японські анімаційні проєкти, обговорюють популярні серіали, але при цьому не завжди можуть назвати сучасні українські мультсеріали. Саме з бажання змінити цю ситуацію і виникла ідея створити документальний проєкт, який популяризує українську анімацію та пояснює, чому вона заслуговує на увагу.

Першочергова авторська мотивація була досить простою й щирою: показати глядачам, що українські мультфільми є, що вони цікаві, різні й створені людьми, які справді горять своєю справою. Проте під час роботи над проектом тема виявилася ширшою. Йшлося вже не лише про популяризацію окремих мультсеріалів, а про цілу систему питань: чому українська анімація розвивається повільніше, ніж могла б; чому багато проєктів залишаються маловідомими; чому автори часто змушені працювати без достатньої підтримки; чи може локальний український гумор бути цікавим за кордоном; і що потрібно для того, щоб українська анімація стала помітнішою на світовому ринку.

Головна авторська думка полягає в тому, що українська анімація є і вона заслуговує на значно більшу увагу, ніж має зараз. Вона не завжди ідеальна технічно, не завжди має великі бюджети, не завжди отримує потужну рекламу, але в ній є те, що неможливо штучно створити, — щирість, локальна унікальність, авторська сміливість і бажання говорити власним голосом. Саме ці риси можуть стати її перевагою не лише в Україні, а й за кордоном.

Важливою частиною авторського задуму було показати не тільки готовий результат, а й шлях до нього. Тому в центрі проєкту опинилися не лише мультсеріали, а й люди, які їх створювали. Автори «Нашої Файти» починали як студенти, яких об'єднували гумор і КВН. Творці «Чортовийок» намагалися пробитися до телеканалів і зрештою отримали шанс реалізувати амбітний мультсеріал на НЛО TV. Автор «Університету Чупарського» розвивав власний проєкт через самоосвіту, YouTube і співпрацю з однодумцями. Ці історії показують, що анімація часто починається не з великого бюджету, а з бажання створити щось своє.

Проєкт має також мотиваційну ідею. Він створений не лише для того, щоб глядач дізнався нову інформацію, а й для того, щоб він надихнувся. Фінальний меседж полягає в тому, що майбутнє української анімації залежить не тільки від великих студій або державних інституцій. Так, системна підтримка потрібна, і її нестача є серйозною проблемою. Але водночас багато змін починаються з конкретних людей: авторів, які наважуються створити власний проєкт; глядачів,

які дивляться і поширюють український контент; блогерів, які про нього говорять; фахівців, які діляться досвідом; спільнот, які підтримують нові ідеї.

Саме тому фінал проєкту має не песимістичний, а натхненний характер. Він не заперечує проблем — держава справді поки недостатньо системно підтримує анімацію, ринок нестабільний, виробництво дороге, а просування складне. Але попри це українські автори вже створюють проєкти, які знаходять глядачів. Вони беруть ситуацію у свої руки, експериментують, викладають роботи на YouTube, збирають команди, звертаються до аудиторії, шукають дистриб'юторів, працюють у міжнародних студіях і передають досвід наступним авторам.

Авторська позиція у проєкті поєднує три ролі: дослідниці, журналістки й авторки документального кіно. Як дослідниця, авторка аналізує різні моделі існування української анімації, порівнює кейси та ставить питання про перспективи світового ринку. Як журналістка, вона працює з інтерв'ю, фактами, героями, структурою й достовірністю. Як авторка документального проєкту, вона вибудовує емоційну драматургію, шукає живу інтонацію, формує візуальний стиль і прагне, щоб глядач не просто отримав інформацію, а відчув тему.

Практичне значення проєкту полягає в тому, що він може стати джерелом інформації для глядачів, які хочуть дізнатися більше про українську анімацію, а також мотиваційним матеріалом для молодих авторів. У фінальній частині експерти й учасники діляться порадами для тих, хто мріє створити власний мультсеріал або працювати в анімації. Таким чином, проєкт виконує не тільки популяризаторську, а й освітню функцію.

Крім того, проєкт має значення для самих представників анімаційної спільноти. Він збирає в одному матеріалі голоси людей із різних частин індустрії: від авторів інді-проєктів до фахівців, які працювали над великими українськими та міжнародними анімаційними роботами. Це створює ефект спільної розмови про стан і майбутнє української анімації. Така розмова важлива, бо індустрія потребує не лише виробництва нових проєктів, а й рефлексії про себе.

Проект планується до публікації на ютуб-каналі «Покадрово». Саме ця платформа відповідає його формату, аудиторії та потенціалу розвитку. Надалі матеріал може бути використаний для створення коротких відео, промофрагментів, тематичних добірок і продовження серії про українську анімацію. Якщо проєкт отримає позитивну реакцію глядачів, він може стати основою для подальшого розвитку каналу як медіаплатформи про анімацію, кіно, український візуальний контент і креативні індустрії.

## **2.6. Особливості аудиторії**

Потенційна аудиторія документального проєкту «Українська анімація: перспективи виходу на світовий ринок» є досить широкою, проте має спільну рису — інтерес до анімації, українського контенту, попкультури або творчих індустрій. Проєкт не орієнтований на малих дітей, хоча тема мультфільмів часто асоціюється саме з дитячою аудиторією. Навпаки, основними глядачами можуть бути підлітки, молодь, студенти, молоді дорослі та старша аудиторія, яка цікавиться українською культурою й медіа.

Вікова аудиторія проєкту може починатися приблизно з підліткового віку. Це пов'язано з тим, що у відео йдеться не лише про мультфільми як розвагу, а й про індустрію, виробництво, ринок, фінансування, дистрибуцію, YouTube, дорослу анімацію, творчі труднощі та професійний шлях авторів. Такі теми можуть бути цікавими глядачам від 14–16 років і старше. Водночас верхньої вікової межі фактично немає, оскільки мультфільми люблять люди різного віку, а серед експертів самого проєкту є представники різних поколінь.

Основну частину аудиторії можуть становити люди, які люблять анімацію. Це можуть бути глядачі західних мультсеріалів, фанати українського дубляжу, прихильники ютуб-анімації, студенти творчих спеціальностей, майбутні режисери, сценаристи, аніматори, монтажери, актори озвучення, блогери, художники, культурні менеджери та просто люди, яким цікаво, що відбувається з українським контентом. Для них проєкт може стати можливістю побачити

українську анімацію не як випадковий набір окремих мультів, а як живу сферу з власними героями, проблемами й перспективами.

Окрему частину аудиторії становлять ті, хто хоче створювати власний контент. Для таких глядачів особливо цінною є фінальна частина проєкту, де експерти й автори дають поради людям, які мріють займатися анімацією або зробити власний мультсеріал. Ця частина може виконувати мотиваційну функцію. Вона показує, що багато відомих або важливих проєктів починалися не з ідеальних умов, а з ентузіазму, самоосвіти, невеликих команд і бажання спробувати. За територіальною ознакою основною аудиторією є українські глядачі в Україні та за кордоном. Проєкт особливо актуальний для українців, які після початку повномасштабної війни активніше шукають власний культурний контент і хочуть краще розуміти сучасну українську культуру. Водночас тема може бути цікавою і для української діаспори, оскільки вона показує сучасну Україну не тільки через політичні або воєнні події, а через творчість, гумор, анімацію, молодіжну культуру та креативність.

У перспективі аудиторія проєкту може розширюватися й за межі українськомовного простору. Сам фільм насамперед орієнтований на українського глядача, однак його тема має міжнародний потенціал. Іноземній аудиторії може бути цікаво дізнатися, як розвивається анімація в Україні, які теми хвилюють українських авторів, як локальні історії можуть претендувати на світовий ринок і як цифрові платформи допомагають авторам із країн поза великими індустрійними центрами. Для розширення аудиторії також були створені англійські субтитри.

За соціальними характеристиками проєкт орієнтований на активну цифрову аудиторію, яка споживає контент через YouTube, TikTok, Instagram, Telegram та інші онлайн-платформи. Це люди, які звикли не лише дивитися довгі відео, а й відкривати нові теми через короткі фрагменти, рекомендації, огляди та блогерські канали. Саме тому план просування через Shorts і TikTok є логічним продовженням основного продукту. Короткі відео можуть привернути увагу до конкретних історій, наприклад до «Нашої Файти», «Чортовийок» чи

«Університету Чупарського», а вже потім привести глядача до повного документального проєкту.

Очікування аудиторії такого проєкту полягають у поєднанні змістовності та живої подачі. Глядачі YouTube рідко готові дивитися довге відео, якщо воно подане надто повільно або академічно. Водночас тема української анімації потребує глибини, тому її не можна звести лише до розважального огляду. Саме тому проєкт обирає динамічний блогерський стиль, але наповнює його інтерв'ю, фактами, експертними думками й аналітичними висновками. Такий баланс відповідає потребам сучасної аудиторії, яка хоче одночасно дізнаватися нове й не втрачати інтерес під час перегляду. Для глядачів, які вже знають окремі українські мультсеріали, проєкт може стати можливістю побачити їх з іншого боку — через історії створення, труднощі виробництва, коментарі авторів і ширший контекст. Для тих, хто не знав про ці проєкти, відео може стати першим знайомством з українською анімацією. Для потенційних авторів — джерелом натхнення. Для культурних інституцій — прикладом того, що тема української анімації має суспільний і медійний інтерес.

Перспективи розширення аудиторії пов'язані з кількома чинниками. По-перше, з розвитком каналу «Покадрово» і регулярною публікацією контенту про анімацію. По-друге, з просуванням коротких фрагментів у соціальних мережах. По-третє, з потенційною зацікавленістю самих авторів анімаційних проєктів, які можуть поширювати матеріал серед своїх аудиторій. По-четверте, з актуальністю теми українського культурного продукту, яка залишається важливою в сучасному суспільстві.

Отже, аудиторія проєкту є широкою, але водночас достатньо чітко окресленою: це люди, які люблять анімацію, цікавляться українською культурою, дивляться YouTube, підтримують національний контент або самі мріють створювати щось своє. Для них проєкт може стати не лише джерелом інформації, а й емоційним поштовхом. Його завдання — не просто розповісти, що українська анімація існує, а зробити так, щоб після перегляду глядачеві захотілося її дивитися, підтримувати, обговорювати або навіть створювати.

### РОЗДІЛ III

## ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ

Створення документального проєкту «Українська анімація: перспективи виходу на світовий ринок» вимагало використання комплексу технічних і програмних засобів, оскільки сам медіапродукт поєднує кілька різних типів аудіовізуального матеріалу. У проєкті використано студійні зйомки ведучих, інтерв'ю з авторами й експертами, фрагменти анімаційних робіт, архівні та ексклюзивні фото- й відеоматеріали, графіку, титри, музичний супровід, звукові акценти та монтажні переходи. Тому технічне забезпечення мало не лише зафіксувати зображення і звук, а й допомогти створити цілісний, динамічний і сучасний відеопроодукт для ютуб-платформи.

Основним знімальним пристроєм для проєкту стала камера Sony ZV-E10. Вибір цієї камери є доцільним для блогерсько-документального формату, оскільки вона призначена для створення відеоконтенту, має компактний розмір, зручна для роботи в студійних умовах і дозволяє отримати якісне зображення. Для проєкту було важливо, щоб ведучі в кадрі виглядали достатньо професійно, але водночас зберігалася природність подачі. Sony ZV-E10 дала змогу зняти студійні підводки у високій якості, що стало візуальною основою всього проєкту.

Зйомка ведучих відбувалася у студії. Це рішення було важливим не лише з технічного, а й з концептуального погляду. Студійний простір допоміг створити впорядковану візуальну рамку для проєкту: саме в ньому автори звертаються до глядача, пояснюють тему, вводять нові блоки, роблять переходи між кейсами та формулюють висновки. Такий формат наближує проєкт до сучасного ютуб-есе, де ведучий або ведучі є не просто дикторами, а повноцінними провідниками глядача крізь тему.

Для стабілізації зображення використовувався звичайний штатив. Його застосування було необхідним, оскільки студійні фрагменти передбачали статичну або відносно спокійну композицію кадру. Стабільне зображення допомагає глядачеві зосередитися на змісті авторського тексту й не

відволікатися на випадкові рухи камери. У документальному проєкті, де значну частину становить усна подача, візуальна стабільність особливо важлива, адже вона створює відчуття професійності й акуратності.

Для запису звуку використовувався мікрофон **Boya**. Якісний звук є одним із ключових технічних критеріїв для відеопроєкту, особливо якщо він побудований на інтерв'ю, закадровій логіці, поясненнях і студійних підводках. Навіть якісне зображення не компенсує погано записаний звук, оскільки глядач насамперед має чітко чути думки ведучих та експертів. Мікрофон дозволив записати голоси чистіше, зменшити вплив зайвих шумів і зробити матеріал придатним для подальшого монтажу.

Особливістю проєкту є те, що він містить багато синхронів — фрагментів інтерв'ю з авторами, аніматорами, режисерами, продюсерами, блогерами й експертами. Робота з таким матеріалом вимагає уважного підходу до звуку, кадрування та монтажу. Синхрони мають не просто бути вставлені у відео, а логічно продовжувати авторську думку. Тому під час монтажу важливо було відібрати найбільш змістовні фрагменти, прибрати зайві паузи, технічні недоліки й повтори, а також розташувати коментарі так, щоб вони розвивали тему, а не перевантажували її.

Монтаж проєкту здійснювався у програмі Adobe Premiere Pro. Це професійне програмне забезпечення для нелінійного монтажу, яке дозволяє працювати з великими обсягами відеоматеріалу, синхронізувати аудіо, створювати багат шарову структуру таймлайну, додавати титри, переходи, музику, звукові ефекти та кольорокорекцію. Для проєкту з хронометражем понад одну годину Premiere Pro був зручним інструментом, оскільки дозволив системно організувати матеріал за блоками: «Наша Файта», «Чортовийки», «Університет Чупарського», інді-анімація, фестивальні приклади та фінальні поради експертів.

У процесі монтажу особлива увага приділялася ритму. Оскільки проєкт має довгий хронометраж, було важливо уникнути монотонності. Для цього студійні фрагменти чергуються з інтерв'ю, фрагментами мультфільмів, архівами,

скріншотами, графікою, титрами та ексклюзивними матеріалами. Така монтажна побудова допомагає втримати увагу глядача й водночас не руйнує змістову послідовність. Монтаж у цьому проєкті виконує не лише технічну, а й драматургічну функцію: він визначає темп розповіді, логіку переходів і емоційний розвиток матеріалу.

У Premiere Pro також здійснювалася базова робота зі звуком. Вона передбачала вирівнювання гучності різних фрагментів, корекцію голосів, узгодження рівнів між студійними записами, інтерв'ю, музикою та звуковими ефектами. Оскільки джерела матеріалу були різними, важливо було зробити так, щоб глядач не відчував різких перепадів гучності. Особливо це стосується переходів між голосом ведучих, синхронами експертів і музичними вставками.

Графічні елементи проєкту створювалися в Adobe After Effects. Використання цієї програми було необхідним для оформлення титрів, анімаційних вставок, візуальних акцентів, переходів і додаткових графічних елементів. Оскільки тема проєкту пов'язана з анімацією, графіка має особливе значення. Вона не повинна бути випадковою або суто декоративною, адже глядач очікує від такого проєкту візуальної винахідливості. After Effects дозволив створити динамічніші елементи оформлення, які підтримують блогерський стиль і водночас допомагають структурувати матеріал.

Титри в проєкті виконують важливу інформаційну функцію. За їхньою допомогою глядач розуміє, хто саме говорить у кадрі, яку роль ця людина має в індустрії, до якого проєкту вона причетна. Це особливо важливо, оскільки у відео задіяно багато спікерів: Наталія Алексеєва, Олег Маламуж, Олександра Рубан, Анна Єлісеєва, автори «Нашої Файти», творці «Чортовийок», автори «Університету Чупарського», блогери й інші експерти. Без чіткої титрової системи аудиторії було б складніше орієнтуватися в матеріалі.

Крім ідентифікації спікерів, графіка використовувалася для створення переходів між тематичними блоками. Це важливо для структурної зрозумілості відео. Оскільки проєкт охоплює кілька великих тем, глядач має відчувати, коли завершується одна частина й починається інша. Візуальні переходи, назви

блоків, графічні акценти й короткі пояснювальні вставки допомагають зробити довгий матеріал більш організованим.

Важливу роль у проєкті відіграє робота з візуальними матеріалами, отриманими від героїв інтерв'ю. Автори й експерти надали ексклюзивні фото- та відеоматеріали, пов'язані з їхніми роботами. Такі матеріали потребували технічної адаптації до загального формату відео: масштабування, кадрування, розміщення в композиції, іноді — покращення читабельності або поєднання з графічними елементами. Завдання полягало в тому, щоб ці матеріали виглядали органічно в межах проєкту й не випадали з його загальної стилістики.

Окремий пласт роботи становили фрагменти мультфільмів, скріншоти ютуб-сторінок, архівні кадри та інші перебивки. Вони використовувалися як ілюстрація до авторського тексту або коментарів експертів. Наприклад, коли йдеться про «Нашу Файту», візуальні фрагменти допомагають показати її закарпатський колорит, діалект і сатиричність. У частині про «Чортовийки» перебивки демонструють стилістику української пригодницької анімації, а у блоці про «Університет Чупарського» — характер інді-проєкту та його YouTube-природу. Таким чином, зображальний матеріал не просто прикрашає відео, а підтверджує й розкриває зміст.

Під час монтажу також враховувалася специфіка платформи YouTube. На відміну від телевізійного ефіру, YouTube дає авторові більше свободи в хронометражі, стилі подачі та монтажній динаміці. Водночас ця платформа вимагає постійного утримання уваги глядача. Тому у проєкті використовуються динамічні переходи, зміна типів кадру, візуальні перебивки, музичні акценти та чергування темпів. Завдяки цьому довге відео не сприймається як статична лекція, а має ритм сучасного документально-блогерського продукту.

Музичний супровід добирався відповідно до змісту й настрою окремих епізодів. У легших, іронічних або динамічних фрагментах музика підтримує темп і додає енергії. У драматичніших частинах, де йдеться про труднощі виробництва, нестачу фінансування, закриття телеканалу, війну або перерви в роботі над проєктами, музика стає стриманішою й напруженішою. Це допомагає

підкреслити емоційні зміни всередині відео та не перетворити розповідь на одноманітний інформаційний потік.

Саунд-дизайн у проєкті використовувався для підсилення монтажної динаміки. Звукові переходи, акценти, легкі шуми та інші аудіоелементи допомагають відокремлювати блоки, підкреслювати важливі моменти й підтримувати блогерський стиль подачі. Водночас саунд-дизайн не мав перекривати голоси або відволікати від змісту. Його функція — зробити перегляд комфортнішим, сучаснішим і ритмічнішим.

Проєкт було експортовано у форматі 4K. Вибір такого формату обґрунтований бажанням забезпечити високу якість зображення для ютуб-публікації та подальшого використання фрагментів у різних форматах. 4K-експорт дає більше можливостей для збереження деталізації, подальшого кадрування, створення коротких вертикальних відео, промоматеріалів і адаптації контенту для соціальних мереж. Для проєкту, який містить багато візуального матеріалу, фрагментів мультфільмів, графіки й титрів, якість зображення має принципове значення.

Підготовка матеріалу до публікації на YouTube передбачала не лише експорт основного відео, а й урахування подальшої промоційної стратегії. Оскільки проєкт планується просувати через короткі відеоформати, під час монтажу можна виділяти окремі фрагменти, які мають потенціал для YouTube Shorts та TikTok. Це можуть бути яскраві цитати експертів, короткі історії створення мультсеріалів, порівняння української та світової анімації, поради для початківців або емоційні моменти з інтерв'ю. Таким чином, технічна робота над проєктом пов'язана не лише з фінальним відео, а й з його подальшим цифровим життям.

Технічне втілення проєкту було підпорядковане його головній ідеї — показати українську анімацію як живу, різноманітну й перспективну сферу. Саме тому зображення, звук, монтаж, графіка і музика працюють не окремо, а як єдина система. Камера фіксує авторську присутність у кадрі, мікрофон забезпечує зрозуміле звучання, Premiere Pro дозволяє вибудувати драматургію відео, After

Effects створює візуальну айдентику, а 4К-експорт забезпечує якість фінального продукту.

У результаті використанні технічні та програмні засоби дали змогу створити документальний медіапроект, який відповідає сучасним вимогам ютуб-контенту. Він поєднує інформативність, динаміку, візуальну різноманітність і документальну достовірність. Технічна частина не є самоціллю, а служить змісту: допомагає розповісти історії українських анімаційних проєктів, передати голоси їхніх авторів, показати ексклюзивні матеріали й зробити тему доступною для широкої аудиторії.

Отже, для реалізації проєкту «Українська анімація: перспективи виходу на світовий ринок» було використано камеру Sony ZV-E10, штатив, мікрофон Boya, програму Adobe Premiere Pro для монтажу, Adobe After Effects для графіки й анімаційних елементів, а також технічні можливості 4К-експорту для якісної публікації на YouTube. Поєднання цих засобів дозволило створити цілісний аудіовізуальний продукт у блогерсько-документальному форматі, придатний для публікації на каналі «Покадрово» та подальшого просування в цифровому середовищі.

## ВИСНОВКИ

У процесі виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи було створено документальний медіапроект «Українська анімація: перспективи виходу на світовий ринок», присвячений сучасному стану української анімації, її творчому потенціалу, проблемам розвитку та можливостям міжнародного просування. Мета роботи була досягнута, оскільки в межах проекту вдалося не лише представити окремі українські анімаційні проекти, а й розглянути ширший контекст їхнього існування: виробничі умови, роль авторів, вплив цифрових платформ, значення аудиторії та перспективи виходу за межі внутрішнього ринку.

У теоретичній частині роботи було проаналізовано особливості документального медіапроекту як сучасного аудіовізуального формату. Було визначено, що обраний проект поєднує риси документального відеонарису, аналітичного ютуб-есе, культурної журналістики, інтерв'ю та популяризаторського медіапродукту. Такий формат виявився доцільним для дослідження теми української анімації, оскільки дозволив поєднати фактичну інформацію, експертні коментарі, авторську позицію, візуальні приклади та живу блогерську подачу.

Під час роботи було з'ясовано, що українська анімація є помітно ширшим явищем, ніж може здаватися пересічному глядачеві. Вона існує у різних формах: повнометражних фільмах, телевізійних мультсеріалах, ютуб-проектах, інді-анімації, фестивальних короткометражках і роботах окремих авторів. Водночас однією з головних проблем залишається недостатня видимість цих проектів у медіапросторі. Багато українських глядачів активно споживають закордонну анімацію, однак не завжди знають про сучасні українські мультсеріали та авторів, які працюють у цій сфері.

У роботі було проаналізовано три основні кейси: «Наша Файта», «Чортовийки» та «Університет Чупарського». Кожен із них демонструє окрему модель розвитку української анімації. «Наша Файта» показує шлях локального ютуб-вебсеріалу, який виріс із регіонального гумору, студентської творчості та

закарпатського діалекту, але з часом отримав перспективу повнометражного продовження. «Чортовийки» стали прикладом телевізійного мультсеріалу, створеного для української молодіжної аудиторії, з елементами пригодницької сатири, містики та локального гумору. «Університет Чупарського» демонструє можливості інді-анімації, що розвивається через YouTube, самоосвіту, командну співпрацю й підтримку аудиторії.

У результаті аналізу було встановлено, що локальність не обов'язково є перешкодою для популярності анімаційного продукту. Навпаки, унікальні українські реалії, діалекти, регіональні особливості, гумор і соціальні спостереження можуть стати сильною стороною проєкту. «Наша Файта» є показовим прикладом того, як дуже локальний матеріал може зацікавити не лише мешканців конкретного регіону, а й ширшу українську аудиторію. Це дозволяє зробити висновок, що для виходу української анімації на міжнародний ринок не обов'язково відмовлятися від національної або регіональної ідентичності. Важливіше знайти спосіб подати її через зрозумілі емоції, сильних персонажів і якісну історію.

Одним із головних завдань роботи було визначити бар'єри, які заважають українській анімації активніше розвиватися та виходити на світовий ринок. У процесі дослідження було виявлено кілька ключових проблем: недостатнє фінансування, нестача системної державної підтримки, складність виробництва анімації, обмеженість команд, слабка промоція, залежність від окремих платформ або телеканалів, нерозвинена дистрибуційна інфраструктура та низька поінформованість аудиторії про українські проєкти. Особливо помітною є проблема того, що багато авторів змушені працювати майже винятково на ентузіазмі, без стабільної виробничої та фінансової бази.

Окремо було виявлено, що українська анімація часто залежить від зовнішніх обставин, які автори не завжди можуть контролювати. Приклад «Чортовийок» демонструє, як телевізійний проєкт може отримати шанс на розвиток завдяки підтримці каналу, але водночас стати вразливим у разі зміни медійних умов, закриття мовника або кризових подій. Повномасштабна війна,

економічна нестабільність і трансформація українського медіаринку безпосередньо впливають на виробництво, графіки виходу, роботу команд і можливість завершення проєктів.

У роботі було підтверджено важливість YouTube та інших цифрових платформ для розвитку української анімації. YouTube дає авторам змогу публікувати власні проєкти без посередництва телеканалів або великих студій, напряду взаємодіяти з аудиторією, отримувати реакції, формувати фан-базу й просувати контент через алгоритми та соціальні мережі. Водночас цифрові платформи не вирішують усіх проблем: вони не гарантують стабільного фінансування, якісної промоції або міжнародного успіху. Тому YouTube варто розглядати як важливий інструмент старту й популяризації, але не як повну заміну професійній індустрійній системі.

Практична частина роботи показала, що інтерв'ю з авторами, аніматорами, режисерами, продюсерами, блогерами й експертами є ефективним методом розкриття теми. Саме завдяки інтерв'ю вдалося отримати інформацію з перших вуст про створення проєктів, їхні виробничі труднощі, аудиторію, творчу мотивацію та бачення майбутнього української анімації. Це дозволило уникнути поверхового огляду й побудувати матеріал не лише на власних спостереженнях, а й на досвіді людей, які безпосередньо працюють у сфері анімації.

У межах проєкту було зібрано й систематизовано значний обсяг матеріалів: студійні підводки, інтерв'ю, фрагменти мультфільмів, скріншоти YouTube, архіви, графіку, титри, ексклюзивні фото- та відеоматеріали, надані учасниками проєкту. Завдяки цьому документальний проєкт має не лише інформаційну, а й частково архівну цінність, оскільки фіксує свідчення авторів і матеріали, пов'язані з розвитком сучасної української анімації.

У процесі роботи було створено структуру документального медіапроєкту, яка дозволяє послідовно провести глядача від окремих історій до ширшого висновку. Проєкт побудовано за логікою поступового розширення теми: спочатку розглядаються конкретні кейси «Нашої Файти», «Чортовийок» та «Університету Чупарського», далі згадуються інші українські інді- й фестивальні

проекти, а фінальна частина присвячена порадам для тих, хто хоче займатися анімацією. Така структура допомагає не лише інформувати, а й мотивувати глядача.

Було доведено, що блогерський формат може бути ефективним для висвітлення культурної та індустрійної теми. Динамічний монтаж, студійна подача, синхрони, графіка, фрагменти мультфільмів, музика та авторська інтонація роблять тему доступною для ширшої аудиторії. Водночас використання інтерв'ю, фактів і структурованого аналізу дозволяє зберегти журналістську основу проєкту. Отже, блогерська форма не суперечить серйозному змісту, якщо матеріал має чітку концепцію, драматургію та достовірну фактологічну базу.

Технічна реалізація проєкту відповідала його формату та завданням. Для зйомок було використано камеру Sony ZV-E10, штатив і мікрофон Boya. Монтаж здійснювався в Adobe Premiere Pro, графічні елементи створювалися в Adobe After Effects, фінальний матеріал було експортовано у форматі 4K. Використані технічні та програмні засоби дали змогу створити якісний аудіовізуальний продукт, придатний для публікації на ютуб-каналі «Покадрово» та подальшого просування через короткі відеоформати.

У роботі було визначено практичне значення проєкту. Він може бути корисним для кількох груп аудиторії: глядачів, які хочуть дізнатися більше про українську анімацію; молодих авторів, які мріють створити власний мультсеріал; студентів творчих спеціальностей; блогерів, журналістів і культурних оглядачів; а також представників анімаційної спільноти. Проєкт виконує інформаційну, популяризаторську, мотиваційну та частково освітню функції.

Важливим результатом роботи стало усвідомлення того, що українська анімація має потенціал для виходу на ширший ринок, але цей потенціал потребує підтримки. Українські автори вже створюють унікальні проєкти, однак для їхнього розвитку необхідні сталі механізми фінансування, професійна промоція, фестивальна й дистрибуційна стратегія, підтримка перекладу та локалізації, розвиток профільної освіти, створення спільнот і активніша увага з

боку медіа. Без цього навіть сильні ідеї можуть залишатися маловідомими або не доходити до етапу повноцінної реалізації.

Серед проблемних питань, виявлених у процесі роботи, слід виокремити недостатню присутність української анімації в інформаційному полі. Проекти часто існують у своїх нішах і не отримують достатнього висвітлення в загальнонаціональних медіа. Це зменшує їхні шанси на розширення аудиторії та комерційний розвиток. Для усунення цієї проблеми доцільно активніше створювати журналістські матеріали, інтерв'ю, огляди, відеосе, добірки, подкасти й короткі формати, які пояснюватимуть глядачам, що українська анімація існує і заслуговує на увагу.

Ще однією проблемою є недостатня системна підтримка з боку держави та інституцій. Анімація є складним і дорогим видом виробництва, який потребує часу, команди, техніки, фахівців і фінансування. Якщо ця сфера залишатиметься переважно на ентузіазмі окремих авторів, її розвиток буде нерівномірним. Тому серед рекомендацій можна виокремити необхідність збільшення грантових програм для анімації, підтримки інді-проектів, створення навчальних ініціатив, розвитку фестивальних платформ і просування українських анімаційних робіт за кордоном.

Окремою рекомендацією є активніше використання цифрових платформ для популяризації української анімації. YouTube, TikTok, Instagram Reels і Shorts можуть стати ефективними інструментами для залучення нової аудиторії. Довгі документальні випуски варто доповнювати короткими фрагментами, цитатами експертів, уривками інтерв'ю, добірками українських мультсеріалів, пояснювальними відео й закликами до перегляду оригінальних проектів. Така стратегія може допомогти українській анімації стати більш видимою.

У результаті виконання роботи було підтверджено, що тема української анімації має значний потенціал для подальшого журналістського дослідження. Один документальний проєкт не може охопити всю індустрію, проте він може стати початком ширшої розмови. У майбутньому на базі ютуб-каналу «Покадрово» можна розвивати окремі випуски про українські анімаційні студії,

авторів, акторів озвучення, фестивальні короткометражки, інді-анімацію, дитячі мультфільми, дорослу анімацію, міжнародну дистрибуцію та професійний шлях українських аніматорів.

Отже, кваліфікаційна бакалаврська робота засвідчила, що українська анімація є перспективною, але недостатньо дослідженою та популяризованою сферою. Створений документальний проєкт «Українська анімація: перспективи виходу на світовий ринок» дав змогу показати її через живі історії авторів, приклади конкретних мультсеріалів, експертні коментарі та авторську позицію. Головний висновок роботи полягає в тому, що українська анімація має майбутнє, якщо її підтримуватимуть не лише самі автори, а й глядачі, медіа, інституції, держава та культурна спільнота. Вона вже існує, має власний голос і заслуговує на те, щоб бути видимою як в Україні, так і за її межами.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Розшифровки інтерв'ю з Наталією Алексеєвою, Олегом Маламужем, Олександром Рубан, Анною Єлісеєвою, Антоніо Лукічем, Михайлом Карпенком, Павлом Мандзичем, Ервіном Німцем, Олександром Нарижневим, Олесем Юсипчуком, Миколою Семенюком, Михайлом Карпанем, авторами YouTube-каналів «Єнот Animation» та «Нейд» для документального проєкту «Українська анімація: перспективи виходу на світовий ринок». 2026. Особистий архів авторів.
2. Сценарій документального проєкту «Українська анімація: перспективи виходу на світовий ринок» / автор сценарію Музира А. А. 2026. Рукопис. Особистий архів авторів.
3. Фото-, відео- та архівні матеріали, ексклюзивно надані авторами анімаційних проєктів «Наша Файта», «Чортовийки», «Університет Чупарського» та учасниками документального проєкту «Українська анімація: перспективи виходу на світовий ринок». 2026. Особистий архів авторів.
4. Наша Файта : YouTube-канал. URL: <https://www.youtube.com/@НашаФайта-д2е>
5. Університет Чупарського / Animarody : YouTube-канал. URL: <https://www.youtube.com/@Animarody>
6. ТОП фільми на всі роки : YouTube-канал, на якому опубліковано мультсеріал «Чортовийки» ; колишній YouTube-канал НЛО TV. URL: <https://www.youtube.com/@topfilmyAllyears>

## ДОКУМЕНТАЦІЯ

### ДОДАТОК А

#### СЦЕНАРІЙ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ПРОЄКТУ «Українська анімація: перспективи виходу на світовий ринок»

Формат	документальний ютуб-проект у блогерському форматі
Платформа публікації	YouTube-канал «Покадрово»
Орієнтовний хронометраж	понад 60 хвилин
Рік створення	2026
Автор сценарію	А. А. Музира
Авторки / ведучі проекту	Д. Г. Карлова А. А. Музира
Матеріали	студійні підводки, інтерв'ю з авторами та експертами, фрагменти мультфільмів, архівні й ексклюзивні фото- та відеоматеріали

**Примітка.** У додатку подано робочий сценарій документального проекту. Авторський текст, синхрони інтерв'ю, таймкоди та монтажні орієнтири збережено в упорядкованому вигляді для використання у пояснювальній записці до кваліфікаційної бакалаврської роботи.

### СЦЕНАРІЙ

Часто творці навіть не підозрюють, що їхня ідея з часом може перетворитися на щось більше. Ми схильні недооцінювати власні задуми, сприймаючи їх лише як хобі або спосіб розважитися, не бачачи за ними потенціалу, що здатен змінити індустрію.

Можна бути простими випускниками університету з амбітною ідеєю, яка завдяки підтримки телебачення виросте у повноцінний двосезонний мультсеріал. Або бути звичайним «роботягою», який у перервах між «серйозною» роботою ніяк не може викинути анімацію з голови, аж поки в один день не створить на YouTube інді-проект, який полюблять тисячі. Або ж — бути студентами-квнщиками, об'єднатися з талановитим аніматором-самоучкою, який узагалі навчається на медика, і разом створити вебсеріал, про який заговорить усе Закарпаття. З абсолютно різні історії, з різних шляхи, з різних досвіди — але всіх їх об'єднує те, що незважаючи ні на що їм таки вдалося створити свої мультсеріали.

Минулу частину ми завершили на "Нашій файті" — проекті, чия ідея через роки трансформувалася у велике кіно. Але що було тринадцять років тому? Як саме народжувалася ця історія? І як "несерйозний" вебсеріал заклав фундамент для повнометражного фільму?

Давайте розбиратися. Покадрово.

Синхрон: Карпенко (00:01:00)

Дуже символічно, що ви як студенти сучасні прийшли і ми розпочали цей проєкт теж студентами, будучи студентами першого і другого курсу різних факультетів. Ми просто товаришували інженер, стоматолог та медик.

І всі ми обожнювали таку гру, яка називається КВК. І ми нею займалися. А потім в один момент ми зрозуміли, що це крінж. А творчість все рівно хотілося далі вести. І робити її якоюсь цікавою, класною, а не просто на сцені. І хотілося, щоб тоді якраз активніше почав розвиватися YouTube.

[00:01:48] І тоді випадково ми на дні першокурсника медичного факультету побачили мультфільм, який зробив студент медичного факультету Ервін Німець. Він просто стібав там викладачів і їхнє буде нецікаве медичне життя, чи навпаки цікаве. І я в цьому побачив щось... Хм, щось цікаве, і я йому сказав, слухай, давай робити, але не тільки про ваших викладачів, вобщє не про ваших викладачів, а давай робити про наш край, про Закарпаття, про купу різних внутріків, якими багатий цей край

**Синхрон: Ервін Німець (00:02:15)**

у нас там були, ну, відповідно, всякі позанавчальні штуки по такому КВН, там, якихось вечорів студентських. І хтось із там старшокласників побачив, що я от такі штуки роблю, там, якісь заготовки, і каже, о, давай, зробиш нам на івент Ну, коротше, невеличкі скеші, гумористичні. Ми попробували, все вийшло, всі дуже сильно в залі плутували. Вау, яка класна штука, і це мене так ще більше інспірувало. І я думаю, ну все, я буду цим займатися все своє життя.

[00:04:28] Міша Карпенко до мене підійшов з цією ідеєю, ми зустрілися, обговорили, я був дуже Скажімо так, вдохновлений цим, я хотів це зробити, але я не знаю, як це робити. Тому теж почали навчати, почали пробувати, малювали спочатку з персонажів, показували, малювали фони, показували

**Синхрон: Продюсерка Файти (00:00:57)**

Я, чесно кажучи, не була знайома з YouTube каналом «Наша Файта» і не дивилася ці відео до того, як ми познайомилися з хлопцем, з Михайлом Карпенком, з Пашом Мазичем і Іваном Боннем. Власне, їх мені представив Антоніо Лукіч. І тільки тоді я подивилася YouTube-канал. Мені він дуже сподобався. Це свіжа, класна, крута, щира, чесна, болюча інколи сатира. І вона оригінальна, унікальна, ні в що інше не схожа.

Михайло Карпенко, Павло Мандзич і Ервін Німець тріо за яким і стоїть Наша Файта. Інженер, стоматолог, медик — яких обєднували гумор та КВН. До Нашої Файти Михайло та Павло вже мали певну популярність та впізнаваність в своїх колах. Хлопці знали вже, що працює для аудиторії, а що ні, а також вже мали свою студію ідей КарМан. Назва якої, походить від їх прізвищ Карпенко та Мандзич. У анімаціях Ервіна вони одразу побачили потенціал. так вони і почали роботу над сценарієм для 1шої серії, навіть не уявляючи наскільки далеко заїде ця їх ідея. Так у 2013 році на ютуб каналі «Студія ідей КарМан» з'являється 1 ша серія нашої файти. Яка ледь не одразу стає хітом. нині вона налічує майже мільйон переглядів. Тільки уявіть, мультсеріал, зроблений студентами, не те що українською мовою, а на закарпатському діалекті збирає такі колосальні перегляди.

**Синхрон: Карпенко**

Я не можу сказати, що там мультик, він взагалі

*Таймкод: 00:19:26*

в один день зробив нас популярними. Ні, на той час ми вже тут локально були відомі. Але, можливо, ми трішки

*Таймкод: 00:19:35*

в якомусь статусі творчому трішки вирости. І це ми зрозуміли не тоді, а вже з плином часу,

**Синхрон: Мікі**

Ми просто грали канти, завжди щось видумовуєш, не все ти маєш показати на сцені. Тут Ервин, привет, а ти малюєш, ану йди сюди, давай, давай на

*Таймкод: 00:05:15*

Мервин. О, круто. О, ще й хтось дивиться. Блін, давай ще раз. От так воно Я б сказав,

*Таймкод: 00:05:24*

що ми не тільки мультсеріалом займалися, а паралельно знімали ще тисячі скетчів і тому подібне. І якось популярність

*Таймкод: 00:05:32*

серіалу і інших скетчів, Все йшло потихеньку на одному рівні.

**Синхрон: Ервін**

і особливо коли в мене в університеті дізналося, що я роблю нашу файти, То мені такий, о,

*Таймкод: 00:29:37*

залік поставимо тобі десь там, о, анбезокриємо. З цього можна діставати

*Таймкод: 00:29:44*

якісь плюшки. Не буду це приховувати. Хочете десь

*Таймкод: 00:29:56*

себе вписати в історію, то записуєш себе вже всюди. Хоч може історія не найграндіозніша, але все одно приємно.

*Таймкод: 00:30:35*

Я просто не знаю, як розповідати людям з інших регіонів, бо на Закарпатті це як нормальний феномен. Про нашу фальту знають всі.

*Таймкод: 00:30:43*

І щоб якийсь скетч 2010-го року не назвав, то всі будуть це пам'ятати. І в комунікації завжди

*Таймкод: 00:30:51*

якісь приколи, якісь словечка, вони виникають.

Наша Файта стала справжнім феноменом свого часу як і для українського контенту, так і українці незалежної анімації. До речі про назву, для тих, хто не володіє діалектом: «файта» — це не просто сім'я, це рід, велика родина, найближче коло. І це слово ідеально описує вайб усього проєкту.

Автори винесли на екран те, про що зазвичай говорять на закарпатських кухнях або в нескінченних чергах на кордоні. Схеми з контрабандою, специфічний діалект та соціальні курйози, які могли статися тільки тут і ніде інде, вони перетворили на гостру та щиру сатиру. Активна фаза проєкту припала на період з 2013 по 2016 рік. Тільки уявіть: за цей час вийшло п'ять епізодів та один спецвипуск, але вони зібрали майже 3,5 мільйони переглядів сумарно.

«Наша файта» стала чимось більшим за мультік — вона в буквальному сенсі стала візитівкою краю. Мультфільм зацікавив не лише Ужгород чи Мукачево, а й усю країну та навіть діаспору за кордоном.

Чим же пояснити таку популярність?

Мабуть, тим, що автори не намагалися сподобатися всім. Вони просто чесно показали свій світ. І виявилось, що цей світ — неймовірно харизматичний.

Синхрон: Капенко (00:12:10)

Навіть хоч і локально, але це було цікаво і смішно. Я приведу приклад з проектом Кацуріна і Птушкина. Чекай, як вони... Їжа. Їжа, так? От, я не знаю, як вам, я дивився цей проєкт і я чекав з нетерпінням кожного випуску. І я з кожним випуском був ще більше здивований, наскільки я не знаю свою країну, хоча я подорожував всією Україною, був в усіх регіонах. І я зрозумів, що скільки багато невідомої інформації. Тобто мені цікаво пізнавати інші регіони. Мені здається, тут з мультіком щось схоже відбулося. Людина, яка дивилася нас з Полтави, чи з Одеси, з Каніва, чи з Чернігівщини. Думаю, ні фіасо, це типу в Україні є отакі чуваки, вони отак живуть, отак спілкуються, такі в них теми. Це прикольно відкривати.

[00:13:13] Що Україна— це не тільки борщ і сало, а дійсно це багато граней в кожному регіоні, який показує, наскільки багато є це наша Україна. І це все українське, все українське. Тому ми, звісно, одного дня знову всі помандруємо світом, але нам дуже хочеться, щоб люди і далі вивчали. нашу країну і розуміли, що вона просто нескінчена кількість цікавих фактів, культури, їжі і всього-всього на світі.

Синхрон: Мікі (00:05:43)

І ми знали, що серіал дивляться не в Закарпатті. Навіть, умовно, у Львові ми приїхали на КВН, вийшли на вокзал

їсти піцу. Ну, не прямо на вокзал, ми відійшли трошки, я знаю, на вокзалі не можна. І нам просто дають чек, пишуть мінус 70 відсотків, дякуємо за нашу файту, а нам, капець, А ти просто приїхав із Закарпаття, і вони десь впізнали якось. І це було прямо прикольно і приємно.

[00:06:16] А чого зацікавило і інших в Україні? По-перше, діалектом.

[00:06:25] Завжди ті, хто жили з закарпатцями, в гуртожитках, або десь працювали, їм завжди було. «Блін, скажи ще раз, можеш це сказати? А як це буде?» Це перше, це діалект. Друге, це такий трошечки нестандартний, я би його назвав таким дебільним гумором,

Синхрон: Карпенко (00:04:28)

Блін. Що ми там показували? Тату голуб якийсь, який вбиває свого сина. Коза, яка отримує паспорт. Блоки контрабандних цигарок, які їдуть у метро. І там вівця, яка повертається. Вівця Дембель, яка повертається додому, а її кохана половинка Бринза. вже виходить заміж. Тобто я зараз це говорю, і я не вірю, що ми таке придумували. Тобто зараз ми думаємо більш раціонально

Синхрон: Ервін німець (00:31:07)

Я здивований, що хтось про нашу файту дипломну роботу пише, якщо чесно.

Щоб про це хтось почув, окрім... Ну, спочатку війни воно трошки поширилося в маси там, і Духнев часто нашу файту згадував, Леві на джипі. Дивилися і, коротше, трошки вийшло за межі Закарпаття. Це більш приємно, ніж просто в себе всередині села це обговорювати

00:31:38 До кінця розумієш, наскільки воно реально поширено. Вроді всі говорять, а вроді всі твої знайомість знають.

[00:32:36] До війни у мене були робочі доми, які ремонтні робили.

І в чувака на мобілсі, мелодія була оце, що в нашій хаті золотия шпатіля, про робочих заробітчаних грало. Я такий, ви знаєте, що оцю штуку, казав оцей кліп, це я робив. Вони такі, що, о, да, все округле.

Але як і все хороше воно рано чи пізно закінчується, так на п'ятій серії хлопці припинили випуск мультсеріалу. Багато хто можливо думає ну як можна було закинути мультсеріал на піку популярності і з такими то переглядами. Але на той час у ютуб проекти мало хто вірив, тому жодних спонсорських пропозицій у них на жаль не було.

**Синхрон: Мікі**

. Ми вже десь мусли шукати спонсорів невеличких, щоб ми

*Таймкод: 00:13:14*

хоча б перекривали цього художника і аніматора, який на той час це робив, працюючи лікарем. Він уже

*Таймкод: 00:13:22*

сидів на дежурствах і колбасив. Треба було йому дати гроші. Ми, розуміючи ринок і скільки це коштує, Не давали йому

*Таймкод: 00:13:29*

по ринку, ну він і не просив по ринку, але все одно цих коштів було найти треба. І це вже коштувало грошей, і ми в той час вже

*Таймкод: 00:13:36*

не хотіли витратити його на це. Тому що, ну я не знаю чому, тому що це було без ніякого фідбеку з цього.

*Таймкод: 00:13:44*

Окрім того, що вау, круто, ти не діставав, а вау, круто, десь коли тобі вже 24, то таке вау, круто, вау,

*Таймкод: 00:13:51*

круто, але я хочу щось і з цього дістати. Тому я думаю, що це була одна із причин, якщо бути прямо чесними.

*Таймкод: 00:13:59*

І паралельно ми зайнялися іншими заняттями, іншою роботою, і на це вже стачало менше і менше часу.

**Синхрон: Ервін**

У нас з хлопцями була пауза, бо я в один момент вирішив, що я не буду займатися анімацією ще до того,

*Таймкод: 00:33:53*

як я кинув медицину, що я хочу інтернатуру закінчити, попрацювати в лікарні. І вже коли я це зробив, тоді я все-таки

*Таймкод: 00:34:01*

повернувся до анімації. І в цю паузу ми з хлопцями не розвідали ніяких варіантів, нічого не планували,

Синхрон: Карпенко

Перестали займатися мультсеріалом, ми почали щось інше знімати. Ми весь час якось свою творчість проявляли.

*Таймкод: 00:37:36*

Можливо, якби ми далі займалися мультфільмом, то не зробили би там чи якісь музичні деякі проєкти прикольні, які в нас були,

*Таймкод: 00:37:44*

або скетчі ще якісь, які ми там знімали далі. Можливо, ми би їх не зробили. Мені подобається

*Таймкод: 00:37:52*

це, що ми все-таки всього потрошки поспробували. Це круто.

Але після випуску останньої 5ої серії, у хлопців не було ні дня без питання Коли наступна серія. Звичайні перехожі, коментарі в соцмережах, друзі, знайомі. За всі роки важко сказати скільки разів вони чули цю фразу. Мультсеріал так сильно полюбився глядачам що про нього ніколи не забували

Синхрон: Карпенко

Коли нова серія? Коли нова серія? Ми вже там 10 років

*Таймкод: 00:16:13*

не видаємо жодної серії, але до цих пір нас питають. Так от тоді це було все помножено, не знаю, на 100, бо всі

*Таймкод: 00:16:21*

Синхрон: з нетепінням чекали

Синхрон: Ервін

*Таймкод: 00:33:14*

Це тема Кулинова серія. Ну, звісно, всі вже забрали відповідати на це питання, Хто б міг подумати що в один день фанати таки почують відповідь на це питання. Більш того, замість нової серії отримають дещо більше — повноцінний повнометражний мультфільм який вийде в кінотеатри не тільки в Україні, а і закордоном. Про те як хлопці до цього дійшли, та ексклюзивні інсайти процесу виготовлення можете дізнатись з нашого попереднього відео, посилання на яке зможете знайти в описі

Синхрон: Діана

Уявіть собі американський громадський басейн. Спека, гамір, купа дітей. Але в якийсь момент звучить свисток рятувальника, і всіх малюків просять вийти з води. Настає Adult Swim — час, коли плавати дозволено тільки дорослим.

Саме цей образ став назвою для найвідомішого у світі нічного блоку анімації на каналі Cartoon Network. Коли годинник б'є одинадцятую вечора, дитячі мультики зникають, і починається територія повної свободи.

Adult Swim — Це нічний блок на американському телебаченні, який спеціалізується саме на мультфільмах для дорослої аудиторії.

Саме на цьому блоці народжувалися серіали, які згодом ставали культовими. Взяти хоча б «Rick and Morty» де за ширмою подорожей космосом ховаються глибокі філософські роздуми та складні психологічні теми. Або «Robot Chicken» — максимально жорстка і хаотична

пародія на всю попкультуру. Також тут крутили і такі проєкти, як "Family Guy" та "American Dad!", які у цьому середовищі отримували більше свободи, ніж у звичайному телеєфірі.

І що важливо — це не були разові історії. Adult Swim поступово сформував цілу культуру дорослої анімації. Він довів, що мультфільми можуть бути повноцінним інструментом для розмов про складні, дорослі та іноді незручні речі.

Але до чого тут ми? Насправді в Україні теж була амбітна спроба створити свій аналог такого зухвалого контенту.

1 січня 2019 року на каналі НЛО TV вийшли два пілоти мультсеріалу «Чортовийки», які згодом розгорнулися у повноцінний перший сезон.

Синхрон: Нарижнів (00:52:18)

Ми зібрали всіх, хто у нас там працював, ми зробили велику тусовку в мене дома. Я знімав квартиру з братом

і з другом, в нього трьохкімнатна була. І ми зібрали, хто зміг приїхати, хто зміг прийти, чоловік 13, плюс якісь друзі були, я не пам'ятаю. І, здається, перша серія, здається, це, можливо, друга була, бо перша серія була на Новий рік,

здається, чи після Нового року, ніхто її не дивився, я щось пам'ятаю, взагалі там, після Нового року. І ми тоді святкували, був такий тухлий Новий рік,

ми були щось в чотирьох. Я, брат, друг, і ще там до нас друг прийшов. Тобто, ну, як ми жили там в трьох. До нас ще один друг прийшов,

чотирьох, і ми, здається, подивилися цю серію. А потім, через якийсь час, оце ми зробили прям прем'єру, здається, друга серія була, зробили прем'єру, прийшло купа народу до нас, і ми всі розмістилися, а в мене така маленька кімнатка була, ну типу двоспальне ліжко, диван і все, якийсь столик, ну взагалі ніде не повернешся. Ми все проздвігали, проздвігали, хто на ліжку, хто де, і в нас така Просто купа людей була, десь людей 15 може було, може до 18 в тій маленькій кімнатці. Хто десь тумбочку посунули, всі сидять. Ну так дуже було так тепло, затишно, кайфово таке. Ще нам НЛО до прем'єри дало декілька светрів, типу НЛО оранжевих такий. Ми в цих светрах сиділи. Ну, дуже класно. Прийшли художниці, дівчата прийшли, аніматор прийшов якийсь. Ну, там в нас же просто здебільшого команда вся на віддаленні працює, хто по Україні, хто тут в Києві, то всі зібралися, чоловік 15. Ми так подивилися, а в нас ще було дві серії

«Готовище», ми подивилися одну, відсвяткували, а потім запустили ще дві, і там були хлопці, ну, типу, наші художниці прийшли з хлопцями своїми.

І оці хлопці так дивилися і кажуть, що це ви робите, а це ви режисери. Ого, я тут режисера на квартирі.

Було дуже класно, дуже класно.

Синхрон: Олесь (00:16:23)

Перегляд першої серії, звісно, був фурор дуже приємний, класний. Був приємно бачити друзів, які переглядали, підтримували. Тому ось таке святкування було. Тут навіть сам канал в шоті був, тому що як згадалися виходив мультфільм паралельно з небезпечною зоною і потім саме дирекція сказала, якщо чесно, ми розраховували, що небезпечна зона буде, така жорстка чорнуха, а у вас буде більш лайтовіше. А тут ви якось так помінялися.

«Чортовийки» — український анімаційний серіал режисерів Олесь Юсипчука та Олександра Нарижнева. Його регулярний показ стартував 6 жовтня 2019 року о 23:30. Те, що серіал одразу

поставили в нічний слот, саме по собі багато говорить. Але з чого все почалось? Як людям, які тільки закінчили університет вдалось вмовити телеканал повірити в їх проєкт?

Все почалося з двох друзів які повернулися зі Штатів після навчання в Лос-Анджелесі з великим бажанням створити свій мультсеріал. Вони закидували листами топових медіахолдингів, надсилаючи свої проєкти на «Новий канал», ICTV та «1+1», але всюди отримували нічого. Навіть не відмову, а просто глухе мовчання. Але як ви розумієте, ця історія про хепі енд.

Шанс з'явився там, де його найменше чекали — на каналі НЛО TV. Хоча спершу автори сумнівалися, чи підходить їхній стиль під формат каналу, вони вирішили ризикнути й надіслати їм свої ідеї. Одна з яких таки запала в душу продюсерам. Так вони і отримали своє завітне запрошення прийти обговорити.

**Синхрон: Олесь**

І ми якось так ненаважилися їм відіслати спочатку. А потім таки, а що вже втрачати? Все одно

*Таймкод: 00:11:05*

на цей проєкт є розписано і ми беремо з цих 15 проєктів тільки сам мультсеріал Трошки ширше його описуємо, додаємо ще якусь мінімальну пробну

*Таймкод: 00:11:13*

анімацію, надсилаємо на канал Доступного ранку я просинаюся, у мене лист від директора каналу, що Іван Креїв написав Каже, пацани,

*Таймкод: 00:11:19*

чекаємо вас за такою-то адресою, підходьте, будемо говорити, ми зацікавлені Фух, це був дуже крутий момент Так,

*Таймкод: 00:11:29*

і з цього моменту пішло.

**Синхрон: Наріжнев**

Приїхав в мене 30 доларів в кармані і нема що їсти. Я живу в брата

*Таймкод: 00:54:45*

на квартирі, ще тоді не платив за кімнату. Він там ще за мене платив. Ти приїжджаєш, ти не розумієш взагалі. І нас запрошують на цей НЛО-ТІВІ.

За вечір вони вдвох роблять маленький тизер на швидкоруч

До цього Олесь та Сашко вже працювали разом у якості режисерів над першим в Україні та Європі просторовим повнометражним сюжетним мультфільмом із найбільшим форматом зображення у пікселях. Який доречі у 2016 році потрапив у книгу рекордів України. Тому продюсери каналу, також спираючись на цей бекграунд повірили в них та їх ідею. Хлопці одразу хотіли робити мультсеріал про Українців для українців. Задум був зробити щось на межі South Park та Gravity Falls. Планувалось зробити це масштабно і гарно, показати цю містику українських земель, але тут плани каналу трошки зпустили авторів на землю і попросили робити з більшим нахилом саме на гумор

**Синхрон: Наріжнев (00:01:46)**

Ми прийшли на телеканал, сиділи три директора, генеральний продюсер, програмний директор і фінансовий директор. І вони такі в трьох сидять, і ми такі малі, приїхали, ну тільки закінчили навчання, п'ятий курс закінчили. Приїхали зі штатів такі злені, ще ніхто в індустрії

не працював. Ну вже заштовхувалися з якимись проектами на фрілансі, а так— ні. І тут сидять три продюсери такі, давай нам розказувати. І ми такі, да-да-да, такі. І директор каже, там якраз закінчилось щось 4 чи 5 місяців лишалося, і вони кажуть, що, пацани, давайте на 4 підписуємо першу пілотну серію «Плюс 4». І ми підписали перший контракт наш тоді.

Синхрон: Олесь

Таймкод: 00:09:35

Так. Отже, подякувати дарацьвій каналу, тому що вони в нас повірили. В наш 15-й рік ми закінчили навчання в інституті. Ми навчалися в Кульку, у Поплавського. В університеті культури. Кульок, Поплавський, в університеті культури. І зразу після цього ми виграли грант на навчання в Лос-Анджелесі в кіношколі, там буквально на пару днів, але ми полетіли, побачилися там, поспілкувалися і думаємо, ну зараз вертаємося в Україну, має все понестись. [00:11:29] І вони нам кажуть, дивіться, ми зацікавлені, але ми даємо бюджет на одну серію, робити пілотну серію. Якщо вона заходить, розмовляємо далі. Якщо ні, sorry, arrivederci.

[00:11:43] Анімація це дорогий, ви розумієте, що це дуже дорогий процес. І бюджет був... Ми так хотіли розвернутися на щось сильне, а вони теж були націоновані на щось таке простіше, аля Simpsons. Грів неде ходять, персонажі розмовляють, а нам хотілось Gravity Falls. Динаміка, пригоди, містика, спецефекти і тому подібне. І ми так постаралися в той бюджет вміститися, ми тоді ще пробували стилістику якусь І перша анімація у нас була така трошки страшненька. Спочатку проект мав робочу назву «Укрляндія», але на каналі попросили знайти щось влучніше.

За легендою, яку автори заклали в основу серіалу, назва походить від отамана Сіпайки, який колись на цьому місці так «дав тягла» чорту, що той завив від болю. Так і з'явилося місто, де «чорти вили»

Синхрон: Нарижнев (00:03:13)

Оскільки проект у нас про Україну, про українські реалії і з чим зіштовхуються наші персонажі, це якісь соціальні проблеми, підліткові проблеми, ми вирішили шукати щось в цьому напрямку. І нам допоміг Олекс Амельник. Він на PlayUA, здається, був чи редактором, чи в нього зараз ще свій підкаст в «Містожери». Він на фронті зараз, хлопець. Він дуже класний хлопець. який озвучував дуже багато українського контенту. Він такий один з основоположників, мені здається, навіть озвучки української. І ми з ним гарно спілкувалися, і він каже, хлопці, я подумаю. І повертається до нас через день і каже, там три проекти, каже, отак, отак і отак. І один з них був «Чортовийки». Це типу місце, де головні герої... Це по легенді, що вона була в 10 серії, здається, ця історія, де...«Отаманна Сіпайка» дав тягла чорту і заснували там місто, і на тому місці назвали «Чортовики». Це місто, де чорти вийті від болі. От так назвали «Чортовики».

За сюжетом, троє головних героїв — Данко, Шпиндик і Левко — постійно встрягають у халепи. Їхні пригоди варіюються від боротьби з «інтернет-зомбі» до протистояння гігантським равликам-мутантам чи пошуків старовинних скарбів. Тут спрацювала дуже хитра формула: взяти американську динаміку пригодницької анімації, але заселити її максимально своїми, українськими реаліями.

Синхрон: Нарижнев (00:23:54)

воно так народилося. Це була одразу якась така хімія, тому що один був притрушений у нас Шпинник, один був бідний, а третій з'явився Мажор. І на цьому будувалися наші перші жарти. Тобто вони друг другу підколювали. А далі воно вже просто обросло.

**Синхрон: Олесь (00:20:47)**

Там, до речі, дуже багато камео є. Цю команду не вдалося, але по мультфільму є дуже багато персонажів, створених з реальних людей. Аніматорів, акторів дубляжу, є всі продюсери. Зазвичай вони десь там, наприклад, черга стоїть, чи хтось десь ходить на задньому плані. Тобто дуже багато є справжніх людей, людей змальованих з команди. Так само є ми з Сашком. Нас уже ми потім в кінці додали. Вийшло весело, бо люди коли себе бачать, їм це теж весело.

**Синхрон: Нарижнєв (00:39:01)**

Жарти просто, я думаю, це одне з ключових в чортовиках насправді. 00:39:37 Там дуже багато локальних жартів. Так само, як чому лізти на смареку, щоб зловити сигнал. Ти скажеш десь в іншій країні, на тебе подивляться, вони не розуміють того гумору. 00:39:57 Але ми розуміємо, що це проєкт суто український. Він не універсальний. Навіть є якісь легенди, які культурно до України відносяться.

Перший сезон «Чортовийок» стартував восени 2019 року. Це були 10 серій хронометражем по 22–29 хвилин — серйозний об'єм, над створенням якого працювала ціла команда аніматорів. Цікавий факт, що контракт був не одразу на такі кількість серій.

Олесь 00:12:29 не дивлячись на це, вони кажуть, блін, класно. Ще дві серії, давайте. Ми такі, окей. Ми ще дві серії, а вони кажуть, давайте виправляємо анімації, робимо рік три серії готово.

*Таймкод: 00:12:44*

От, на десять серій доробляємо весь сезон. Коли ми закінчили весь сезон, і ми паралельно з цим росли, тому що команда доповнювалася,

[00:12:52] ви згадували нашу файту, в нас працювали дехто навіть з нашої файти тоді. О, Ервін то взагалі супер чувак. Він супер креативний, супертворчий. Він навіть тоді як на нашій файті працював,

ми коли побачили його роботу, ми зробили, що ми з ним зіспіваємося гарно через те, що там був як зараз якийсь друг груп кепців, такий самий, як головний герой Gravity Falls. Тобто він просто кепку йому додав, ми зрозуміли, що все, хвилі однами. В нього потім ще й дружина теж працювала. Він вже пішов на більші проєкти, але допомагав їй, і дружина робила третю серію про каву.

**Синхрон: Нарижнєв (00:13:24)**

В нас в якийсь момент на проєкті працювали 44 людини і студія в Казахстані окремо. Скільки їх там працювало, я не знаю. В нас не було бюджетів, ну типу великих бюджетів. В нас були й обмежені бюджети. Ми викручували з того, що могли, і доводилися шукати десь. Ми робили зразу три серії в паралелі. 00:13:48 Ми з Олесям повернулися до режисура. Займалися режисурою і розкадровкою. Я писав режисерський, Олесик поруч сидів, відмальовував ці кадрики. Ми, значить, займалися режисурою, розкадровкою. В паралелі в нас ще якась серія вже відмальовували художники. Ще яка серія вона вже анімувалася, ще яка серія вже пішла на звук. Тобто воно паралельно все постійно робилося. Тому команда якась, налічі 44 людини, це те, що ти прям керував постійно ними. 00:14:21 Команду вони не давали.

[00:14:30] До речі, ще є класні дуже моменти, коли людина тобі пише, що вона дуже вдячна, що ти змінив її життя. У нас хлопчина працював якимось менеджером, і в нього він каже, ти був мій останній шанс. Типу, він робив якусь анімацію для себе. Виставив, типу, з контактами десь в Ютубі і каже, я хочу, типу, бути аніматором там і так далі. Я десь не пам'ятаю, десь знайшов його на фрілансі на якомусь. І я йому написав, і він так схопився за цей проєкт, за наш. Хоча у нас бюджети там взагалі мізерні були. І він так схопився, він каже, я буду робити, скільки треба право, кажи, що треба, я все зроблю. І він робив, робив, робив, і ми так не одну людину навчили.

Приходили люди там якісь взагалі там майже, ну не нульові, а майже нульові. Тобто вони робили непогано, але в них не було проєктів, досвіду не було. А оскільки у нас був бюджет, у нас там, зараз про це ж то поговоримо, Тому ми там змінили декілька життів, і ти теж дивишся на себе і думаєш, що клас, клас. І зараз ця людина, яка була менеджером якимось нішого зв'язна такого, він якось мені писав, каже, Сань, взагалі я тобі дуже вдячний, він зараз працює на Plagium 3D-шником. Plagium – це наша одеська студія. Він сказав, що з 160 людей він єдиний, хто пройшов Відбір туди, типу, попав в команду.

При першому перегляді глядачеві може здатись, що це сіткомна історія, і саме такий і був запит у каналу. Але все змінюється коли приходиш до 9 серії. Де в нас абсолютно неочікувано закидують лор всесвіту, і при другому перегляді всі попередні серії починають сприйматись зовсім по іншому.

**Синхрон: Олесь**

Тобто, існує горизонтальний сюжет і існує вертикальний Горизонтальний – це

*Таймкод: 00:31:17*

коли кожна серія продовжує попередню Тобто, в нас є одна сюжетна лінія Нам сказали, ні, нас не цікавить Горизонтальний, нас цікавить вертикальний Кожна

*Таймкод: 00:31:25*

серія – окрема історія Якщо ти серію пропустив, ти нічого не втратив Але ми все одно... Ми почалися в режисурі, нам хочеться цільної історії Тому

*Таймкод: 00:31:34*

в нас постійно... Знаходяться якісь відсилки до попередніх серій, якщо піднімається до Левка на Горище, а в нього там старий

*Таймкод: 00:31:41*

розбитий телевізор з першої частини, яку кинули в вазу 11, і це ваза склеєна, і ми якісь такі відсилочки періодично

*Таймкод: 00:31:49*

**Синхрон: робили**

в першій серії ми дали завязку на якусь історію про щось підземелля, золото, гноми. Вони такі, нас це не цікавить, нам треба трешовий

*Таймкод: 00:32:06*

мультфільм з гарним гумором. І коли ми підходили до кінця, ми такі, стоп, а в нас вимальовується сюжетна історія, давайте її далі розвивати.

*Таймкод: 00:32:13*

І історія оця сама створення міста Чортовия, її не було У нас була тільки історія, що ми хочемо міфологію показати

*Таймкод: 00:32:23*

українську, якісь там історичні моменти, розказати ще щось І вже ближче до фіналу ми зрозуміли, ага, ми можемо ту першу серію нарешті продовжити

*Таймкод: 00:32:32*

тут І розвернути в таку І якраз співпало все з цим, яке там на серії було Коли вони

*Таймкод: 00:32:40*

місто завиняли і треба було його промити, о, промивають, значить можна якийсь вхід відкрити. Ага, відкривають вхід, а тепер давайте.

*Таймкод: 00:32:48*

Тобто вона нараджувалась походу. Тобто, грубо кажучи, відсередини сезону ми почали будувати вже закінчення, яке мали логічно цю арку всю

*Таймкод: 00:32:58*

закінчити.

Фінальний епізод з хронометражем у майже 30 хвилин взагалі дивує. Тут і сцени епічного файтингу, і важливі соціальні теми, і містика.

**Синхрон: Олесь**

Я кажу чесно, я до зараз, коли дивлюсь цей фінал, коли вони там з чертом

*Таймкод: 00:28:51*

б'ються, і оце, як вони ці три проміння виводять, це, до речі, окрема історія, бо це теж сюжет мінявся кілька разів вже на фінальному етапі,

*Таймкод: 00:28:58*

в мене мурашки біжать від цього моменту. Та й взагалі цей момент з відриванням, ну ми ж тим. І канал каже,

*Таймкод: 00:29:07*

хочемо ще один сезон, але ну чуть-чуть ми можемо вам там якось допомогти. Вони нам трошки збільшилися, цей бюджет. Ми змогли ще

*Таймкод: 00:29:15*

кращих аніматорів наняти. Тому відрізняється анімація першого, другого сезону.

Так і вийшло, що Чортовийки отримали зелене світло для виходу 2го сезону. Здавалося б все супер, мультсеріал продовжили, над ним почали активну роботу але далі починається вже більш драматична частина історії.

Повномасштабне вторгнення та закриття каналу НЛО TV в 22 році фактично обірвали телевізійне життя проєкту. Мультсеріал був змушений піти в інтернетне виживання. Піар мультсеріалу і так не був дуже сильним, а тут без реклами 2го сезону про нього більшість дізналась лише після того як відомий український блогер Нейд зробив на нього огляд

**Синхрон: Нейд (00:34:12)**

мені в рекомендаціях в Ютубі вибило чортовийки. Я пам'ятаю ці самі... Небезпечну зону мені плюс-мінус так само вибило. Я подивився і це тоді прямо знаєте, знайшов скарб серед... Шукав мідь, знайшов золото. Так само знайшов чортовийки. Почав дивитися. Я знаю, що там аж цілих

два сезони. Почав в цьому всьому розбиратися, дивитися і такий... Цікаво. Будемо говорити про це.

Синхрон: Нарижнів (01:03:49)

Передавайте вітання. Я не знаю, скажете, що режисер Чортовик передав вітання. Ми дивилися його огляд і ми дуже раді. Він же тоді дуже сильно запустив. Він тоді робив огляд на українські мультсеріали

З 2023 року серіал почав виходити на колишньому YouTube каналі НЛО ТВ, який зараз має назву ТОП фільми на всі роки, де автори власними силами намагаються завершити історію. На даний момент до фіналу другого сезону залишилося випустити всього 3 серії з 10, дати виходу яких все ще лишаються невідомі.

Синхрон: Нарижнів (00:17:38)

через те, що затягнулося повномасштабне, ми не встигли закінчити другий сезон. Ми продовжували його робити і могли підписати на третій. Це точно я знаю, але канал закrywся. На той час, так, вийшов новий закон, канал тоді Ахметову належав і закрили канал. І все. Виходить, що ми просто здаємо як для себе. Тобто я собі так думаю, що ми можемо не здавати, але оскільки в нас така була Чоловіча солідарність з директорами. Вони дуже такі класні хлопці. Ну, чоловіки. Ми там здавали, вони казали, ви ж там все доздастем. Ми такі, все точно доздамо. Потім повна штабка, все. Закінчилося так, що ми зараз доздаємо проєкт. Ще три серії лишилися. І другий сезон. Дякую.

Синхрон: Олесь (00:29:36)

щось чуть-чуть не доробили, почалась війна Канал закrywся, але бюджети були виділені і біда в тому, ми встигли доробити все вчасно, здати, але через повномасштабне вторгнення команда розлетілася, розбіглася, дехто зараз в окупації і навіть при цьому він умудряється працювати, але, наприклад, на жаль, він пропадає

на кілька місяців часто. Інколи він з'являється онлайн, але не відповідає. Ми не знаємо, що з ним, як. Каже, ну в принципі все окей, можу трохи працювати. Працює, працює, хоп, знов зникає. І от зараз він там вже, він дуже талановитий аніматор. Неймовірний. Він в нас робить одні з кращих. Тобто ми йому даємо одні з найскладніших сцен завжди, найдинамічніші якісь там битви. І от в нього ці сцени, якщо людина півроку не відповідає, як ми можемо закінчити серію? Відповідно, ось такі ситуації. Через це останні серії затягнулися з виходом.

Нарижнів 00:18:24 Можу трохи дати надію, що одна серія вже рік і два місяці, як на музиці. Музику пишеться.

І саме це робить "Чортовийки" особливо цікавими в історії української анімації. Вони не стали нашим буквальним аналогом Adult Swim — бо це ціла інституція дорослої анімації, а "Чортовийки" все ж ближчі до підлітково-молодіжної пригодницької сатири. Проте це була максимально чесна спроба створити власну серіальну анімацію зі своїм гумором та атмосферою. А головне — навіть після закриття каналу проєкт не зник, а продовжив життя в мережі, зберігши свою ідентичність.

Можливо, ви навіть ніколи не чули про цей проєкт. І на це вплинуло багато факторів. Будемо чесними: відсутність стабільної реклами на каналі та пізні нічні ефіри не сприяли масовій популярності. Та і сама анімація в перших серіях не завжди «чіпляла» око так, як дорогі західні тайтли.

Синхрон: Нарижнів (01:04:24)

чому чертовики могли не вистрілити – стилістика була. Якщо порівнювати з Чупарським, там більш доросла, зрозуміла стилістика. Тобто ти дивишся на стилістику і ти розумієш, який жанр її впрошовано. Тобто вони дуже схожі до рікомортів, ну помальовців, вони схожі до гріфінів з контурами і так далі. А в нас це ж такий і трохи інакша стилістика. Ти дивишся, наче Такий дитячий мультяшний типовий серіал, а там починається трохи інакше. Стилiстика.

Але якщо зазирнути глибше, ви знайдете дійсно «годний» і унікальний для України контент. Це проєкт, який не намагався копіювати західні шаблони «під копірку», а наповнював нашими сенсами. Кожен знайде щось рідне для себе в цьому мультсеріалі, оскільки на це він і розраховувався — на відгук у серцях українців!

Олесь 00:51:30 Якби не цей проєкт, мій рівень режисура був би на кілька етапів нижчий. Один із ключових, напевно, на даний момент, це один із ключових моїх етапів творчості екранному.

Синхрон: Нарижнєв (01:17:45)

«Чортовики», які вони не були, це прям, ну... Для мене це такий гарний старт, гарний поштовх в моїй можливістьській кар'єрі. Я б з радістю повернувся до них і третій сезон робив. Ми ще думали за повнометражними, у нас були ідеї, ми зверталися ще до нашої файти.

[01:18:40] Думали, повнометражний. І нам казав канал, що почекайте, ще туди дивитись. В каналі були плани на нас, на Чортовий, але, на жаль, вже закотився.

Синхрон: Олесь (00:53:26)

коли ми робили четвертовий, і сказали, що хтось з нами зв'яжеться, коли вже вони не будуть виходити і сказати, ой, ми так любимо ваш мультфільм, можна у вас зняти інтерв'ю, я б не повірив. Я подумав, та про що ви говорите, ми якийсь мультфільм робимо.

Так цей мультсеріал не тільки стає важливим етапом розвитку української анімації, а і показовою історією що якщо горіти чимось цей вогонь запалить і інших людей. Власне це і є причина чому ми створили ці відео. З бажанням розпалити вогонь у серцях тих кому подобається анімація, але щоразу знаходить виправдання для себе, що це неможливо, навіть не пробує. Але це ще далеко не фінал! Попереду ми лишили найцікавіше. Як інді анімація почала свій розвиток в Україні? А також ексклюзивні поради що треба знати кожному хто мріє анімувати свою історію від усіх наших експертів! Про все найцікавіше Покадрово

Синхрон: Аліна

Інді-анімація — це анімаційні проєкти, створені за межами великих студій, які відрізняються творчою свободою, експериментальним стилем та незалежним фінансуванням.

Синхрон: Нейд (00:18:12)

індіанімація, вона вистрілює, тому що вона за своєю природою максимально близька до глядача.

Саме поняття незалежної анімації не нове: вона існувала ще задовго до інтернету, через фестивалі, авторські короткометражки й експериментальні студії. Але саме YouTube різко змінив масштаб доступу.

Раніше, щоб твій мультфільм побачив світ, тобі треба було пройти всі кола пекла: фестивалі, телеканали, дистриб'ютори. Тобі мали «дозволити» стати популярним.

Після появи онлайн-платформ ситуація стала іншою: Тепер автор може просто викласти відео — і якщо історія потрапляє в запит аудиторії, вона починає жити сама.

Синхрон: Нейд (00:13:03)

зараз досить багато інді-проектів, які прориваються самі по собі через інтернет, через соцмережі, вони, знаєте, якось просувають себе.

Найгучніший приклад — «Hazbin Hotel». Вів'єн Медрано, відома як VivziePop, запустила пілот на YouTube у 2019 році за підтримки фанатів. Результат? проект підхопили A24, Bento Box Entertainment і Amazon Prime Video, де серіал стартував у 2024 році.

Більше того, «Hazbin Hotel» потрапив до Книги рекордів Гіннеса як «Найбільш затребуване анімаційне телешоу» (Most in-demand animated TV show). За даними аналітиків, в період з 1 лютого 2024 року до 31 січня 2025 року попит на нього був у 74 рази вищим, ніж на середнє телешоу у світі. Тільки уявіть, проект дівчини що просто любила створювати свої анімації обходить великі компанії що роки на цьому ринку.

Синхрон: Нейд (00:20:04)

Як з тієї вів'єн, яка спочатку вистрілила на Ютубі, потім прийшов Амазон такий, о, дивіться, мультсеріал популярний, у нас є гроші, тому давайте ви коротше реалізуєте Це у нас, але права будуть у нас. Тобто це якось типу, що вона там чи виконавчий продюсер, чи хтось, а усім займається Amazon здебільшого. Тому вони викопали в неї це і дали можливість розвиватися. Може бути це таким чином. Може бути як Glitch, які повністю незалежні і в той же час транслюють свої серії на Netflix.

Ще один феномен — «The Amazing Digital Circus» від Glitch Productions. Стартувавши на YouTube у жовтні 2023-го, пілот зібрав понад 100 мільйонів переглядів лише за перший місяць. Існують вони виключно на кошти які отримують від продажу мерчу.

Згодом проект з'явився на Netflix. А 4 червня фінальний 9 епізод вийде на великі кінотеатри по всьому світу. У тому числі, можливо і в Україні.

Синхрон: Нейд (00:19:48)

Думаю, так. Майбутнє за Інді-анімацію. Тому що це власне місце, де прориваються хоча б якісь свіжі ідеї. І не відбувається оцього постійного застою і пережовування вже тричі пережованого, знаєте.

Проте коли зараз у медіа пишуть, що «студіям кінець», це не зовсім точно. Великі студії нікуди не зникають: у них гроші, потужності, маркетинг і глобальна дистрибуція. Але їхня монополія на «старт» похитнулася. Раніше саме студія вирішувала, що має шанс стати серіалом, а що — ні. Тепер аудиторія може зробити це першою: подивитися пілот, підняти його в тренди, створити фан-базу — і тільки після цього приходить велика індустрія.

Синхрон: Наталі (01:27:23)

Індія анімація має місце, але в моєму розумінні вона ніколи не буде того рівня, який по максимуму може принести всі емоції людям.

Наталі 01:33:36 Якщо це створення контенту поза межами великих студій, то можна сказати, що кожна студія України – це індіанімація. Тому що в студії набагато менше, в студії не декілька тисяч людей, в студії максимум напевно тисяча людей А в Hazbin Hotel в них напевно теж тисяча людей Це означає, якщо вони індіанімація, то і в українській студії індіанімація

Синхрон: Саша Рубан (01:02:04)

Вони беруть в свої руки ситуацію. Але не можна розраховувати на те, що індіанімація розверне індустрію на 100% і стане пробудковою. 01:03:22 якось ця інді-студія має себе окупувати.

Синхрон: Нейд (00:28:27)

Інді-проекти, вони завжди, якось знаєте, треба їх оцінювати окремішньо, один від одного, і дивитися, що зазвичай робиться максимально обмеженими ресурсами, і люди просто роблять все можливе та неможливе для того, щоб якось Створити те, що вони завжди хотіли створити, розробити якийсь свій світ, поділитися цим із людьми.

У цьому і є вся суть сучасної інді-анімації. Це територія, де голос автора та реакція глядача значать більше, ніж стратегії продюсерів. Це про відсутність цензур та обмежень. Кожен автор має можливість показати своє бачення, яким би специфічним воно не було. А доступність Ютуб та його алгоритми можуть за день зробити цей проект надзвичайно відомим.

Тому такі історії, як «Наша файта», ідеально вписуються в цю логіку.

Синхрон: Нейд (00:22:27)

в нас була ж ця наша файта. Абсолютно інтернет-проект. Він був в нас ще давно. Давно він був. І він став такою, знаєте, нішовою класикою. Настільки класикою, що зараз роблять повнометражний фільм за його мотивами.

Але чи є таке в Україні? Чи здатні ми створювати контент, який стає культурним феноменом без допомоги великих студій? Відповідь — так, і ці приклади вже перед нами.

Будемо чесними: після початку повномасштабного вторгнення, коли українці масово відмовилися від російського контенту, в нашому медіапросторі утворилася порожнеча. Виявилось, що глядачу потрібен не просто перекладений західний продукт, а щось своє: українською мовою, з українським гумором, локальними проблемами та впізнаваними персонажами.

Синхрон: Нейд (00:23:00)

У нас в 22-му відбувся бум прямо українського контенту, і я думаю, що людям просто потрібно було час, щоб Все це настійлося, вони проробили це все, це все забирає дуже багато часу. І от зараз у нас вистрілюють один по одному такі інді-проекти. І люди це підтримують, це привертає багато уваги, і творці можуть розвиватися в цьому напрямку.

Синхрон: ДІАНА

І саме в цю нішу «з ноги» заходить «Університет Чупарського».

Синхрон: Карпань (00:05:00)

По мінімуму, що міг вкластися, це вклався. Але потім воно реально зайшло, і я був дуже здивований, що воно настільки зайшло. Але це дуже приємно. Це дуже приємно, тому що коли я тільки починав, я думав, що це може настане через років десять, коли я вже прям буду робити на рівні. У мене буде якась там студія, купа працівників і так далі, а я не очікував, що це буде практично зразу. Але це дуже приємно. Це дуже-дуже приємно і дуже-дуже добре, бо це дає стимул працювати далі і не закидатися ніякому разі.

«Університет Чупарського» — це незалежний анімаційний серіал від YouTube-каналу AnimaGod, прем'єра якого відбулася 22 листопада 2022 року. В основі сюжету будні студентів вигаданого технологічного університету, де звичайне навчання перемішане з абсурдними пригодами.

Показники проекту з самого початку продемонстрували попит: перша серія зібрала 70 тисяч переглядів за перший тиждень, а до весни 2026 року ця цифра зросла до понад 400 тисяч.

Ідея серіалу з'явилася у Миколи Семенюка — програміста з Івано-Франківська — ще у 2016 році. спочатку були ранні спроби, короткі відео, пілотні матеріали й перерва, а вже пізніше

Семенюк повернувся до проєкту, познайомився зі звукорежисером Михайлом Карпанем, і вони почали розвивати "Чупарського" як повноцінний серіал.

Синхрон: Семенюк (00:00:33)

На початку п'ятого курсу я подумав, чим я буду займатися після закінчення університету, оскільки я вчився тоді

на програміста. Але програміст в мене був такий собі. Мені більше подобалось щось малювати, писати і так далі. Я вирішив спробувати вивчити анімацію, поки в мене є ще рік п'ятого курсу. І так я потрошки самостійно вчився. Закінчив вже університет. Пішов працювати на роботу і паралельно ще вчився анімації. І практично через рік-два зробив перше пробне відео, замонтував його на YouTube і так поступово вже далі робив. Ні, до цього були ще декілька інших відео, але найголовніше, це була моя перша проба, не дуже вдала. Я постійно міняв щось, але вирішив, що поки що не варто людям це бачити.

Синхрон: Карпань (00:08:21)

Хтось комусь написав в інтернеті, або я Миколі, або Микола Мані, я точно не пам'ятаю. І ми домовилися з ним зробити мультсеріал якийсь новий, пробний для Ютубу.

[00:09:08] ми так писали, ну, типу, планували-планували, але так воно і не вийшло Написав, ну, типу, з ним я зразу зв'язався, бо я тоді шукав когось, хто робить анімації в українському ютубі І мені здалася його анімація, у нього було дуже мало переглядів,але анімація була дуже перспективна

[00:09:39] він такий, добре. Потім рік пройшов, він не писав, не дзвонив і вийшла в Озвусі з нашої оцеї команди

[00:09:47] Олек Самельник, він був раніше головним редактором на Play.ua порталі. Він написав Миколі і каже, давай я організую для тебе озвучку. І вони тоді, всі мої знайомі, ті що зараз приймають участь в Чупарському, зробили озвучку серії без мене. Я так образився. А потім вже, коли Микола доробив першу серію Університету Чупарського, це вже пройшло відтоді десь три роки, напевно.

І він мене покликав, каже, от ми ж планували. Я кажу, да, давай

[00:10:42] Прикольний серіал. Кажу, Микола, нам треба робити цих серій більше. Три роки— це дуже багато часу. Тоді я буду тобі допомагати. І я перебрав на себе дуже велику кількість обов'язків, щоб його розвантажити, щоб він не за що не тривожився. І разом з ним почали писати сценарії і тому подібне

[00:16:01] Я цьому не придав виду. Хоча якщо зараз подумати, то так, він дуже стрельнув, дуже сильно допоміг і TikTok, і Instagram, і те, що люди про нього розповідали, це на нього дуже добре зіграло

Медіа швидко охрестили проєкт «українським Ріком та Морті», але «Чупарський» — це не копія. Це перша впевнена спроба створити автентичний дорослий мультсеріал, який говорить нашою мовою про наші ж абсурдні реалії.

Синхрон: Нейд (00:30:41)

постійно схожими на щось, бо той же університет Чупарського, він з часом став максимально самобутнім та якимось окремішнім. Це вже не рік на морті, це вже не... Не знаю, що ще. Це от панем університету Чупарського.

Окремий вайб проекту створює озвучка. У серіалі задіяні голоси, знайомі глядачам з українського дубляжу Михайло Карпань, Денис Швецов, Ігор Анісімов та інші. Це додало серіалу впізнаваності та професійного звучання ще на старті.

Синхрон: Семенюк (00:10:01)

Ну, от так. Я випустив попередню версію клубу «Поганого дня». Тоді мені в коментарях написали Мар'яна Янкевич, всіх, хто озвучує, окрім Міші. Вони мені написали, що хочуть спробувати переозвучувати. Я, в принципі, був тільки радий. Ми переозвучили, я написав... А, стоп. Ще до того я писав Міші У них була стругачка перевзвучення, я написав, що давайте створимо якийсь мультфільм. Він сказав, о, так, крута ідея, давайте створимо. Але ми так якось втратили зв'язок. І вже після того, як ми визвучили першу серію попередньої версії «Клуб поганого дня», мені сказали, що пише є Міша Карпань, я згадав про нього. І таки думаю, от на наступній серії я його точно запрошу, але в мене там кар'єрні Мене на роботі повесили, я два роки ще працював на своїй роботі, і ніяк не міг знайти час продовжити таку планування. Але потім вже знайшовся час, я з'ємнився, і швидко зробив нову серію і одразу написав йому. Бо мені треба було поміняти голоси-озвучки, тому що Адріан Зельпі озвучував спочатку так, як би гості, але мені не сподобалося. Мені хотілося поміняти його голос. Його голос краще підходив до Андрію, і ми таку рокировку Він мені запропонував одразу після першої серії, вже в університеті Паркському, сказав, давай, мені подобається проект, давай якось розвивати це. І ми почали спільно писати сценарій. Він ще займається звуком, зводить звук, взагалі все по звуку він робить. Ну і плюс якісь дрібні інші аспекти, які я не встигаю робити, він теж взяв на себе. Тому в нього клад такий доволі великий.

Але найбільш показова частина цієї історії — виробництво. Створюється він лише 2ма людьми та тримається на прямій підтримці глядачів через Patreon, YouTube-спонсорство, Buy Me a Coffee та донати. Якщо спочатку створення серій було лише хобі у вільний від основної роботи час, то зараз підтримка аудиторії забезпечує повноцінне виробництво, і для Миколи Семенюка це стало основною справою. Що по факту робить УЧ справжнім феноменом, що доводить, що анімацію можна зробити своєю роботою і за власним бажанням, працюючи на себе створюючи свій власний проект.

Синхрон: Семенюк (00:28:38)

Для мене це вже життя, робота. Тому що це моя дитяча мрія. Я навіть був здивований, що я зміг дитячу мрію у цій житті.

Окрема історія — колаборації. У "Університету Чупарського" з'явився мерч на Algorithm Kyiv, колаборація зі STAFF, а також бренд-інтеграції з MAUDAU. І це не дрібниця. Для інді-анімації такі речі — це спосіб виживання і росту. Також це показує зацікавленість українського бізнесу у підтримці незалежних анімаційних проектів.

Карпань 00:21:26 щоб зробити соло-анімацію у людині, їй треба відмовитися від будь-якої іншої роботи. Відповідно їй треба якось забезпечувати своє життя. Тому якраз донати ці вирішують. По суті, у нас все Чупарське на цьому і тримається. Ми якусь партнерські реклами робимо, але в більшості 90% — це чисто на підтримці глядачів. Раніше такої підтримки не було, тому складно було робити цей емоційний проект. Чисто на ентузіазмі і у вільний час. До нас самі зверталися, ми не шукали. У нас була колаборація з київським алгоритмом, цим брендом одягу. Ми з ними випустили перший мерч, але там ми вклалися у виробництво, всі діла. З нами зв'язався власник цього бренду і ми запустили. І так само зі стафом, з нами зв'язався їх

маркетолог, напевно. Ми зробили дизайн, запустили, пішло. Добре, класно, може ще зробимо, якщо воно захоче.

Синхрон: Семенюк (00:18:20)

Не пам'ятаю, на якій це серії було. Досить рано, здається, після п'ятої серії, нам написав один хлопчик з магазином своїм одягом, алгоритм. А, ні, не п'ятий, на дев'яту серію. І запропонував просто створити мерч. Ми якраз і думали, що нам треба цим десь зайнятися. що нам треба буде це, а виявилось, що в нас знайшли самі. Мерч ми малювали, до речі, самі. Типу дизайн ми придумали самі. Вони тільки погодили, там щось поправили. Так само було і з Staff. Ми разом погодили, що до чого. Це дуже приємно, і фанатам прикольно купляти. Це постійно виникає, коли ти не розтягаєш, коли все затягується, щось стороннє тобі заважає, і тебе це розтягується. Наприклад, пройшло вже майже три місяці, відколи вийшла попередня серія, і нам дуже палець в колеса вставила русня. У нас не було світла, у мене фактично не було світла, а у Міші досі немає світла, так на постійному.

Навколо серіалу швидко з'явилася повноцінна фанатська інфраструктура: вікі, фанарти, косплеї та меми. Глядачі не просто споживають контент — вони почали добудовувати цей світ самі. Наприклад, на «Фікманії» є цілі сторінки з фанфіками про Рому Руденка та інших персонажів, власні шипи й теорії. Університет Чупарського зараз має одну із найактивніших фан баз серед усіх українських анімаційних проєктів які коли небудь створювались.

Одна з причин популярності колоритні персонажі. Семенюк витратив дуже багато часу створюючи для кожного персонажу впізнаваний образ та характер. Одного він навіть списав з твого друга.

Синхрон: ЗНАЙТИ СИНХРОН ПРО ПЕРСІВ

При цьому у серіалі немає якогось єдиного задалегідь прописаного сюжету на десять сезонів вперед. Серії виходять послідовно, а автори відштовхуються від актуальних реалій та власних ідей прямо в процесі.

Микола та Михайло планують випускати серії й надалі, продовжуючи розвивати цей всесвіт у своєму темпі.

Синхрон: Семенюк (00:16:36)

По максимуму будемо тягнути. У нас ідеї є. Вже і на третій сезон. Ну, у нас ідеї багато. Нам просто треба час. Час зараз це найбільше проблема. Але ідеї багато. Ні, поки що, напевно, ні. Якщо в нас був би уявлення фіналу, значить в нас був би план тільки на якихось 2-3 сезон. А так ми далеко не маємо це розширюватися далі, далі і далі.

Роль «Університету Чупарського» для нашої анімації важко переоцінити. Це не просто «успішний кейс», це доказ того, що люди готові дивитися український мультсеріал не тільки з ностальгії чи патріотизму, а тому що їм реально цікаво і бо це дійсно якісно.

Рубан Саша 01:00:08 Я просто вклоняюся, насправді, хлопцям, які роблять університет Чупарського, Тетяни Гагуріни, Спроти, всім іншим, реально вклоняюся, що це, капець, яка непосильна громадська робота.

Синхрон: Єнот (00:35:03)

Я дуже радію на сьогодні тільки за університет Чупарського, який є автономним проєктом. І хоч мені трошечки муляє, що він деінде з матючками, бо був би він без матюків, він би був

таким, який би я щиро радив дітям з п'ятого класу починаючи. Я би просто казав, діти, поки ви не подивитесь цю серію, не приходьте до мене за додатковими консультаціями. Але я не можу собі як вчитель дозволити це робити. Розумієте? Це до розмови, чи можна просто дозволити матюки. Ні, не можна, бо ви автоматично зрізаєте можливості. Я би наполягав, щоб наші вчителі ставили цей серіал дітям, коли виходять. Бо він реально крутий. Він так класно переосмислює купу фантастичних моментів. Він неймовірний. І те, що він при цьому популярний, при тому, що він самодостатній, я впевнений, вони хочуть більше. Я впевнений, вони заслуговують більше. Але вони сьогодні можуть існувати. І це щастя. Дуже б хотілося, щоб у нас таких проєктів було більше.

Синхрон: АЛІНА

«Університет Чупарського» з'явився саме тоді, коли українському глядачу гостро бракувало власного контенту для старшої аудиторії. Не вистачало чогось живого, трохи хаотичного, з нахабним гумором, зрозумілою лайкою та справжньою студентською енергією.

Саме після такого прикладу українська інді-анімація почала працювати як естафета. «Чупарський» показав іншим авторам, що створювати своє — реально, і що на це є величезний попит.

Як наслідок, сьогодні навколо української інді-анімації вже можна скласти цілу карту майбутніх або вже запущених проєктів: "Естетика", "Долоні вгору", "Правда&Кривда", "Lost Below", "Таверна на узбіччі", "Побачимось у пеклі", "Київський парк", "Кінець світу на лівому березі", "Моримух", "КБ ЯБ", "Біба і Боба", "Не задовго до", "На краю Арктики", "Неандертальці", "Василь Млинцевіч", "Баранчик Сниф", "Моє комфортне місто — Вараж", "Сверхдержава", "Космічна історія", "Пента Град", "Корабель поколінь", "Небесні кілери", "Квітка з цього саду", "Стімпанк історії", "Академія свідомість", "Різносвіт", "Пригоди глузду", "Нелогічний світ дорослих", "Пригоди Роні", "Солідні пригоди" і це ще не все. Пишіть в коментарях, якщо ми когось забули згадати!

Синхрон: Нарижнев (00:57:56)

взагалі. Прийшли величезну кількість людей, які на власній ініціативі починають робити мульти. Тобто раніше вони працювали більше на рознявий контент. Зараз вони йдуть до нас і хочуть у нас працювати, робити в нас свої мультсеріали, пробувати щось нове. І зараз навіть в минулому році скільки всяких мультів виходить в Україні. І університет Чупарського з'явився, і там вже Спротив з'являється. Там теж дуже багато всяких анімаційних проєктів.

Один із найпомітніших прикладів цієї нової хвилі — "Супротив" від Kokos Animation. Це вже не просто анонс або тизер, а проєкт, який реально виходить серіями. Перша серія з'явилася у лютому 2025 року і за два тижні набрала понад 32 тисячі переглядів. На даний час перший епізод вже має понад 53 тисячі переглядів, другий — понад 23 тисячі. Загалом випущено вже три серії, остання з яких вийшла 29 березня 2026 року і вже має 9 тисяч переглядів. Окремо виходили трейлери, тизери, саундтрек і навіть спецепізод.

Цікаво, що за звукорежисуру проєкту відповідає українська студія дубляжу Lifecycle. Це фанатська студія, заснована Альоною Білоусовою у 2019 році. Lifecycle і сам пройшов шлях від аматорських перекладів до офіційного представництва каналу GLITCH в Україні (саме вони у колаборації зі студією «Качур» робили «Дивовижний Цифровий Цирк») та партнерства з Netflix.

За жанром «Супротив» — це антиутопічний інді-мультсеріал про фантастичну країну з жорсткою диктатурою і групу повстанців. У центрі сюжету — Оля, робот Нейра, свинка Поря і бойовий девіант 404, які намагаються боротися з режимом.

Синхрон: Єнот (01:09:44)

Я чекаю кожну серію Університету Чупарського. Я дуже чекаю другу серію Роні пригода, я чекаю Супротив, а це окремих проект, який неймовірно розвинутий своїм лором і взаємодією з аудиторією, що просто щось фантастичне. Я зазвичай лор не дуже люблю, але не визнавати те, що це якийсь неймовірний феномен, в усяк випадок в проекті Супротив, Це точно. Там, можливо, лор важливіший за історію, чого я терпіти не можу. Але там це захоплює. Там це захоплює і змушує визнавати, що це важливо багатьом людям, і це надихає багатьох людей. Там автор, який просто аудиторії просить створити мені плакати, і ці плакати потім потрапляють в серію. Це дуже круто.

Синхрон: Нейд (00:36:20)

Я можу виділити супротив. Ми з автором познайомилися на короткій нозі, плюс-мінус. Супротив — це прямо гарно. Це людина робить все самотужки. І мені здається, що потенціал досі таки є. Просто потрібно трішки більше часу, щоб воно все це розвинулося. Він максимально неординарний, він максимально самотужки.

І після всього цього хочеться повернутися до простої думки: анімація — це не просто «мультики». Це спосіб показати світ таким, яким його бачиш саме ти. У ній можна перебільшити реальність, оживити страх, перетворити травму на образ, а звичайний жарт — на цілу історію.

І саме тому нам так потрібна своя анімація.

Бо якщо діти й підлітки ростуть тільки на чужих образах і героях, вони поступово починають сприймати це як своє.

Анімація формує не лише смак — вона формує пам'ять, мову, асоціації та перше уявлення про добро, зло, смішне, страшне і рідне.

Синхрон: Саша Рубан (00:13:48)

Ми стурбовані тим, що немає гідного контенту, і діти переходять на контент інших країн. І особливо, коли в Ютубі перше місце займає Маша Мєдведев. Безумовно. Але, розумієте, для цього треба підняти комусь дупу.

Синхрон: Олег Маламуж (01:14:46)

Якщо казати про анімацію, то ми вже говорили, що ми дуже недооцінені на сам напрямок. Тобто, якщо ми не виховуємо дитину в 3-5 років в школі і не закладаємо дуже чітко не тільки через книжки, тому що дитина, виходить, в книжці читає про Україну, а в грі грає про Америку, чи про інші країни, чи про іншу культуру, в більшості гра виграє. Тому що це цікавіше. захопливіше. Добре, що ми ще читаємо. Якби не читали, то ми б взагалі практично втратили цю аудиторію. Вони би виграли, тобто в нас на цікавому контенті, нас би виграли наших дітей.

І це не просто теорія про «важливість мистецтва» — це те, що вже відбувається прямо зараз. Українській анімації насправді є що сказати.

Наприклад, «Я померла в Ірпені» Анастасії Фалілеєвої — це не розважальна історія, а анімаційний документ про переживання перших днів повномасштабного вторгнення. Фільм

переміг у міжнародному конкурсі Linoleum 2024, здобув нагороду за найкращу міжнародну анімацію у Клермон-Феррані у 2025 році, отримав Emile Awards 2025 та потрапив до короткого списку премії «Оскар».

Так само «Київський торт», «Сага про корову-русалку», «Поза часом», «Спукі Лупс», «Життя десь поміж», «Над рейками» та «Маріуполь. Сто ночей» — ці короткометражки вже отримали визнання на міжнародних фестивалях.

Вони говорять про війну, пам'ять, дім, травму, гумор і виживання — і їх бачать далеко за межами України.

Саме тому українська анімація — це частина культурної безпеки. Бо ніхто не розкаже нашу історію краще за нас самих.

Але ми розуміємо: починати — це завжди страшно. Особливо зараз, коли здається, що ринок переповнений, ресурсів мало, а рівень очікувань — космічний. З чого почати? Як не кинути все на пів дорозі? І як зробити так, щоб твій проєкт помітили?

Ми розпитали експертів, які вже пройшли цей шлях і зібрали їхні поради для молодих авторів та аніматорів

Синхрон: Маламуж (01:49:38)

Не халтурити на сенсах, тому що в ютубі дуже багато проєктів, які зроблені дуже просто, але на сенсах виїжджають і мають велику аудиторію. Тобто все одно вчитися розуміти свою аудиторію, розказувати історію, бо аніматор, якщо це він Просто я виглядаю аніматором як спеціаліста в студії, який не режисер і не сценарист. А якщо ютубер-автор все використовує, все сам працює, то просто максимальний інтерес і важливість саме спрямувати на сенсах, на історіях, на вміння розказувати, на вміння передавати. Бо анімація, як цікаво, вона не така важлива для історії.

[01:50:54] Візуальне рішення має відповідати тому, що ти хочеш розказувати. Стиль анімації має відповідати тому, що людина хоче розказати.

[00:04:36] Я навчаючи в проєкторі в онлайн-інституті, я за шість років навчив там біля трьохсот людей. Це багато, а для індустрії це дуже мало. Тому що наша індустрія – це тричотири тисячі, умовно, зараз плюс-мінус. Але, знову ж таки, це невелика кількість для міжнародного ринку.

[01:05:56] Але практично вся молодь, якою я вчився, якою я навчав,

[01:06:28] Вони йдуть працювати за кордон так само, вони працюють на інших студіях, в Україні. Практично мої студенти є в будь-якій студії в Україні, маленька чи велика, там сто відсотків. От я ще не хочу збрехати, але я не пам'ятаю студії, в якій немає мого студента.

Синхрон: Саша Рубан (00:40:17)

об життя і об все інше. І треба дуже класно, ви маєте, що вам я пораджу, робити таку класну вправу, яка називається похорон проєкту. От ви придумали ахренітільний проєкт. Просто, ну, я не знаю, ну от так вам подобається. І ви сідаєте і розбираєте ніби цей проєкт приносно про інша людина, інша людина. І ви пишете на списочок, чого цей проєкт точно провалиться. От чому він може провалитись. Прямо жорстко пишете на список. І оцей списочок ваш, і є допомога вам знайти найслабкіші ваші місця, коли ви по ним проходитеся. правити їх, робити їх сильнішими і розуміти, що ваш проєкт стане сильнішим.

[00:41:42] Все одно глядачі в своїй масі сильніші за найкрутіших сценарістів і редакторів світу. Тому вам треба використати ваших друзів, щоб вони пікнули вам, де що їм подобається чи не

подобається. Ви не ображайтеся на деякі речі. Ви будете стовідсотково 00:42:08 Але вони іноді підсвітують ті речі, з якої ви не дивилися.

[00:48:53] Амбіція висока, це зрозуміло. Але і критичність має тоді бути висока. От і все. Спочатку, щоб дотягнутися, треба зрозуміти, чому він популярний.

Синхрон: Саша Рубан (00:51:31)

Ви можете розходитись з анімацією, йти в ілюстрацію або в книговидавництво, або йти бути рігером, або йти та хоч флористом, яка нічого страшного в цьому немає. Це абсолютно нормальна річ. А потім повертатись. Це абсолютно нормально. Відмовляти вам будуть частіше, ніж казати так.

Синхрон: БОГИНЯ (00:52:32)

Це не означає, що ідея погана, це означає, що, можливо, не прийшов її час. Є ідеї, які треба, щоб повезівали. Є ідеї, які ніколи не втіляться в життя і вони стануть топливом для наступної ідеї. Вони теж потрібні. Не думайте, що якщо і ви написали ідею, вона не реалізувалась, то вона не корисна. Корисна, просто вона стала ступінечкою для наступної ідеї. Якщо б ви її мозком своїм не склеїли, ви б інші не придумали. Не думайте, що є шаблі, які вам не потрібні. Потрібні. Іноді піти працювати баристою в кав'ярні – це не збирати історії, з яких ви зробите мультик, який буде номінований на Оскар, черт забирай. Ви ніколи цього не знаєте? Ніколи! Я впевнена, що ніколи в житті Настя Поліреєва не думала, що вона буде номінована на Оскар за те, що вона чуть не здохла в Ерпіне. Повірте! І коли вона була там, жодної думки про те, що «О, клас!» зроблю мультик на Оскар, не було взагалі. Ні, ні. Те життя, яке з вами, це або Ви можете отримати купу відмов, про це зробити мультик і теж номіноватись на Оскар.

САШКА 01:13:30 Я вам одразу всім кажу, якщо ви не можете їбануть серіал «Анімаційний», шуруйте комікси. Чому ні? Давайте, це класно. У вас, коли вже є навіть самодруком щось таке прикольне, це вже показує вашу впертість, це показує вашу майстерність, що ви можете в руки дати продюсерам, або приїхати на Піччених, або прийти до Держкіно і сказати, або книжку видайте. Можливо, маленьким другом, власним другом. Але все, ви давайте. Тому що це показує, що ви, блін, кьорти і калачі, що ви не злізете з цієї церкви. Вам можна довіряти, що ви настільки вперті, настільки по-хорошому шарахнуті, що ви будете доводити до кінця.

Синхрон: Рубан (01:14:44)

От зараз дивіться, Пес Патрон не виходить, але ми робимо комікс. І вони будуть потім оголошені, ми будемо казати ось комікс про Патрона, далі будуть історії, все таке інше. Все одно робимо, розумієте?

[01:15:23] Все одно патрон в такому вигляді допомагає дітям у складних ситуаціях. Все одно шукайте шлях. Я молю вас і прошу. Я хочу теж побачити зоотрополість, який зроблений в Україні українськими аніматорами.

Синхрон: Нейд (00:59:15)

У цій книжечці Анімація посібних злизування від Лічарда Вільямса. Дуже хороша, дуже гарна книжка. Я знаю, я починав своє вивчення анімації. Тут автор каже, що Аніматор – це ще певним чином актор, тому що для того, щоб відобразити певний рух, тобі треба було б його самому зобразити.

Синхрон: Нейд (01:07:23)

Є ще прекрасний відеокурс. Щоправда, він англійською. Не знаю, як ви розбираєтеся в англійській. А хто його видав? Артхус у нас це видав. От, вони це видали. Тут можна почитати. Люди зараз, знаєте, Лічарда Вілімса за оцією рекламою під Рамштайн, знаєте, де оце стоїть максимально серйозний свячечочок, який має якимось так мечом, і щось там на горлі спускається. А ну зараз, мені здається, вона тут одна з перших. А, от. По ось. Зараз, секундочку. По ось оцій Він класичний аніматор. Він дуже гарно пояснює про принципи. З чого починати? Ми вважаємо, починайте з бази.

[01:05:05] Бо особисто, от, я вмію візуальний стиль, мені ще його треба допрацьовувати, дошліфувати, бо знаєте, я попри те, що дуже довго займаюся, дуже довго малюю, я не вмію цього робити. Я тільки зараз почав вивчати композитинг, щоб виводити анімацію. Воно нормально виглядає, навіть якщо я десь промахуюся по базовим речам.

[01:09:30] я нещодавно почав вивчати 3D-анімацію. Який це жах, як це важко. Але я намагаюся, я намагаюся. Чесно кажучи, я намагаюся. Тому той самий. Що потрібно для того, щоб почати анімацію? Любити мультики. Хотіти приділяти цьому багато часу. Вивчати базу. і практикуватися, тому що навіть вивчили все, надивившись всього, нічого не буде, допоки ви не почнете цього робити. Будете робити погано, косокиво, довго, недовго, всі ми розвагаємося по-різному. Всі ми політику сприймаємо довго-недовго. Вивчайте, читайте книжки. Анімація псевдозважування і ще 12 принципів класичних. Завжди їх притримуйтеся і пробуйте. Пробуйте, пробуйте, пробуйте. Зайде? Прекрасно. Це по-любому важко. Буде дуже багато злитися на життя, на все, що довкола, на сам процес. Але зазвичай результат максимально себе виправдовує. І типу, це займає дуже великий час. Ви казали, що бачите, як в мене скіл виліз. Та настільки багато моїх зусиль забрало, що... І знаєте, це деколи буває, що береш перерву повністю від малювання, потім вертаєшся і ніби малюєш навіть краще, ніж до цього, тому що ти не теж обосилено над цим працював. Я не знаю, як це працює. Чи досвід, чи що.

Синхрон: Ервін Німець (00:06:57)

роботу. Трошки важковато було в такі часи. Якоїсь конкретної поради нема, бо реально зараз все в доступі. Маєш ідею, маєш бажання щось зробити, і все в твоїх руках зараз. Майже тобі так дають на ладоні.

Синхрон: Карпенко (00:58:46)

Тому мені здається, що сучасним авторам аніматорам, художникам. Треба кожен день про себе нагадувати і надіятися, що щось із цього, що ти запостив, і 100 різних постів, щось залетить. Тобто тільки так.

[00:59:28] Ми колись шукали в команду в Анімоград для надроботи над проектом. Тут двері були абсолютно відкриті для всіх. Тобто там будь-хто міг якимось чином залетіти. В нас є дуже багато класних сторібордистів, аніматорів та ловитих молодих. Професіоналів, які ніколи не працювали над такими великими проектами, але вони при цьому дуже талановиті.

Синхрон: Наріжнєв (01:01:14)

Головні паради? Ну, я б хотів сказати, не йти. Але це такий поклик душі. Я розумію, що ми не можемо без цього. Якщо б я міг не робити мультик, я б їх не робив. Я не можу не робити мультик. Ну, в цьому моя проблема. І моя дівчина, яка каже, йди на роботу. Та ж тобі ці проекти твої сидиш на зі дзвонах на своїх. Я про те, що якщо є можливість... Це теж така погана порада. Якщо є можливість займатися цим як хобі, займайтесь як хобі і знайдіть собі хороший заробіток. Якщо немає, ласкаво просимо до індустрії.

[01:19:51] Типу, молодому поколінню просто, якщо вам це до вподоби, просто робіть. Але, от, напевно, знаєте, що можна сказати? Не влюбляйтеся в свої проєкти. Не влюбляйтеся в свої проєкти, тому що з ними дуже шкода розставатись. І, наприклад, коли ти десь маєш надію десь кудись подати проєкт, ти прям живеш цим проєктом. Щоб ви не кидали анімацію на наше непризволяще, а намагалися. Щоб в нас теж були імена якісь.

Синхрон: Олесь (00:49:18)

Перш за все, не боятися. Брати і створювати. Помилятися, шпортатися, падати, листувати— це досвід. Будь-яка річ— це досвід. Вийшов поганий мультфільм— нічого страшного. Мені воно за свій перший мультфільм зараз соромно. Але я зробив, і це був крок вперед. Кожен наступний буде кращий. Читайте, вчіться, аналізуйте, дивіться інші мультфільми.

[00:50:02] Тому вчитися, аналізувати готові речі і пробувати повторити, але створивши щось своє.

Синхрон: Карпань (00:25:37)

Насправді будь-який проєкт, ютубний, анімаційний, кіношний, взагалі будь-яка історія вона... Працює тільки якщо ти наполегливо працюєш знову і знову, стикаєшся з невдачами, їх якось переборюєш. І потім рано чи пізно у тебе воно щось вливається не в цей проєкт, воно десь перейде в інший проєкт і тому подібне Тобто треба просто не зупинятися, а навчатися і продовжувати, продовжувати Ну типу, як от з ютубом, будь-який ютуб-проєкт це дуже багато невдалих відосів, які потім рано чи пізно вистріляють

Синхрон: Семенюк (00:22:12)

Все. Робити, робити, вчитися на помилках, дивитися, як роблять інші. Переїмати якісь фішечки, шукати це все. Мій, до речі, досвід, а це мій особистий досвід, це перегляд фактично у всього, що є. Щоб мати, як ти кажеш, різнодобічне бачення. Кращу фантазію, тому що тим більше ти бачив і знаєш, з цього можна краще складати нові сценарії і так далі. І не попадатися, що ти зробив щось і ти думаєш, я придумав класну ідею, а ця ідея вже є. До речі, таке вже було. Ми придумали сценарій, вже його почали робити, а виявилось, що рік і морці, коли випустимо серію, в якій то ж саме, що і ми придумали, і не дійхав ти. Було б дуже неприємно. Так.

Синхрон: Наталі Дісней (01:07:26)

Ну я завжди їй порадам Починаючи маніматором, в мене завжди є такий афорат Одне з найважливіших, це звичайно, на початку мало все виходить І на початку ти думаєш, що взагалі мені потрібна анімація Завжди пам'ятати про те, чого ти робиш анімацію І що ти хочеш дати людям, це важливо Завжди пам'ятати про те, що тебе надихає Не тільки в плані того, що ти хочеш дати людям, в плані фільмів, яких ти бачив пам'ятати про те, звідки приходить твоє натхнення. Так, напевно, ти ніколи не будеш вибирати. Потім не забувати про те, що треба бути дуже терплячим і працювати дуже багато. Особисто я, коли я була на Іноні Маграді «Новокритні принцеси», і на Голівері, і потім на Мавці, Я працювала кожен день вісім, а коли в нас був овертайм, коли потрібно більше працювати, десять годин більше А потім я приходила додому Я не говорю, що це потрібно робити нікому, краще цього не робити, але я була Red Bull І курси, які я брала американські, в мене починалися в п'яті ранку І з дев'яти вечора, коли я приходила додому, до п'яти ранку, до початку моїх курсів, я анімувала Тому що я хотіла вирости і навчитись, і показати цьому викладчу максимум, що я хочу показати, щоб

він мені дав максимум правил, які він може дати, щоб в наступний раз я поправила. І це стало краще.

[01:10:18] І не забувати рости завжди. Неважливо, чи ти працюєш на маленькій студії, чи на великій студії.

Синхрон: Наталі (01:11:41)

Курси, які мені дуже сильно імпонують, це які дуже скоро відкриються в Agora Community. І це будуть дуже класні курси, тому що, якби я була студентом, мені б хотілося їх не більше, тому що це не курси, коли ти маєш прокинутися в 5 годин ранку. і старатися розуміти те, що тобі говорять викладач. У кожного ком'юніті будуть курси, в яких будуть і live sessions, як в всіх звичайних курсах. Але там будуть і записані курси, де теж одні з найкращих аніматорів світу просто записують щось, анімують самі. І потім... Ставляться всі записані відеолекції Тобто ти платиш там якийсь, не знаю скільки там буде Вони тільки анонсували, що ці курси відкриються Десь через пару тижнів вони напевно відкриються Але всі аніматори, які там є, дуже класні аніматори І там можна купити просту підписку на місяць І сидіти в свій час,

коли в тебе є час І це все передивлятися А потім робити якісь домашні завдання І їм відсилати на перебір І це набагато зручніше, ніж вставати п'ять годин і старатися щось зрозуміти, коли ти не до кінця розумієш англійську. Напевно, що це мій улюблений тип курсів, але потрібно бути дуже

організованою людиною і розуміти, чого ти хочеш. Бо, знаєте, якщо ви купите якісь записані курси, то не означає, що ви коли-небудь будете їх подивитися, бо вони записані. А якщо тобі потрібно пройти на якусь годину, то ти потім приходиш і ти вже мусиш сюди прийти, як в університет ми всі ходили Але в них також, це гарне, в них також будуть курси live, коли можна прийти на назначену годину Тобто для мене цей тип курсів найкращий, тому що ти можеш вибрати те, що тобі найбільше подобається Американський анім-скул. Теж досить хороша школа, яку я можу порекомендувати. Вона більш стандартна школа, коли ти платиш наперед за курс і приходиш на певну годину і робиш навичне завдання. Досить хороша школа. Багато з моїх знайомих там вчилися. Я, на жаль, не вчилася в анім-скул.

І ще дуже важлива порада на рахунок курсів, як я особисто вибирала курси. Знайдіть аніматора, який вам подобається. Ви дивитесь фільм? Вам щось подобається? Знайдіть, хто це робив. Знайдіть, хто робив сцену, яку вам подобається. Так я робила. Знайдіть ім'я цього аніматора. Знайдіть викладає він на якихось курсах. І так найкраще вибрати те, якщо вам подобається то, що робить, які вам емоції приносять. Саме конкретно ця людина. Подивіться, чи вона викладає, тому що дуже багато хороших ганьмодерів викладають. І напевно, що так не краще знайти собі вчителя.

Синхрон: Наталі (01:10:26)

Анімація – це процес, коли ти ніколи не зупиняєшся в рості. Тому що, звичайно, якщо ти рости, ти... Бути найкращим в цій індустрії, я не знаю, кому реально, одиницям, напевно. до яких можна все життя тягнутися. Найголовніше – це не забувати робити те, що ми любимо робити. Якщо ми любимо робити анімацію – робити анімацію. Якщо ми не любимо робити анімацію – краще її не робити.

Синхрон: Мікі (00:25:21)

Та можливо все. Я думаю, що всі все знають. Все настільки просто, що ви всі все знаєте. Можливо, не те, що все. Можливо, абсолютно все. Навіть те, що неможливо, можливо. Я стоматолог, який займається повнометражним мультфільмом. Перед цим говорив інженер. Третій наш колега з авторської групи – французький філолог, перекладач французької мови. І раз ми найшлися якимось макаром, якимось чудом, переплелися і щось це робили, то в людей, які здобувають професію хоча б наближену до цього, ну камон, у вас в тисячу разів більше шансів. Тому зберіться і колбасьте.

Для кожного анімація означає щось своє, і кожен має власну історію кохання з цим мистецтвом. Для когось це робота, для когось — мова самовираження, а для нас — це спосіб відчувати життя

Аліна: Для мене анімація — це простір, де оживають найсміливіші мрії. Вона навчила мене дружити, цінувати щирість і ніколи не здаватися.

Анімація — це про сміливість приборкати дракона, про вірність другу, собі та своїм ідеалам. Це про те, як знайти шлях додому, коли загубився, як повірити в себе; про внутрішню силу, що дає насагу боротися за правду й за любов. Мультфільми мені завжди нагадують: ми справді маємо в серці те, що не вмирає.

Я змалечку любила малювати й жила в полоні фантазій. Кожен вигаданий світ пропускала крізь себе, вірила в нього всім серцем. Можна сказати, що мультфільми сформували мій характер. Звісно, реальність виявилася складнішою за яскраву картинку, і це іноді розчаровувало. Але, напевно, багатьох життєвих помилок я уникнула лише тому, що вже бачила їх на екрані — я росла, падала й піднімалася разом зі своїми улюбленими героями.

Анімація — це простір, де ти завжди особливий. Вона не просто дарує мрії, вона дає силу в них вірити. Це моє вічне джерело натхнення.

Діана: Мультфільми для мене це щось таке рідне сімейне комфортне. Пам'ятаю як малою чекала поки мій дядько прийде з роботи та як завжди принесе кіндер та диск з новим мультфільмом. Ми разом потім сиділи і дивились його. Ще досі згадую його слова, які він сказав під час одного з таких мульт вечорів. Дядько сказав що заздрить мені, бо у них в дитинстві таких мультиків не було. Їх взагалі показували лише раз у тиждень у неділю на 1 годину, і тоді весь двір у нас був пустий. Ніхто не грався, усі діти бігли їх дивитись. Найприємніше що з тим як я росла наша з дядьком любов до мультиплікації тільки росла. Так він спеціально підключав канали на яких їх часто показували, та казав які нові мульти бачив і радив їх мені. Або як тато на новому вперше купленому комп'ютері щовечора вмикав нам з братом мультфільми та вчив дивитись завжди в українській озвучці, бо у нас вона найкраща. Або вже потім як в гуртожитку з друзями ми збирались всі разом не премьєру Мавки в кінотеатрі. Анімація це те що обедує та надихає.

Синхрон: Єнот (00:06:54)

І я ніколи не розумів, як люди можуть не любити мультфільми. Для мене був шок десь у восьмому класі, коли я зі своїм другом говорив, як, ти дивився, там новий мультик вийшов, ось цей, ти подивився. Ти що, мультики дивишся? Ну звісно дивлюся, як їх можна не дивитись? Для мене був шок, що люди сприймають мультфільми як щось, що типу треба перерости.

Синхрон: Нейд (00:00:30)

Ну, шлях знайомий з анімацією. Дивився мультики в дитинстві. Я думаю, так в багатьох. Я пам'ятаю, в мене були старі оці піратські диски з Томом і Джері, з якимись іншими

мультфільмами, і я їх просто взапой дивився. Пам'ятаю, мені дуже сподобався мультсеріал про людину-повока 2007 чи 2008 року. Якось він там називається Спектекуляр. Не знаю, як його в нас адаптовували. Так само Бентена дивився, ну от всякі такі різні пригодницьки, які були у нас в 10-х, орієнтовно, роках. Я тоді їх дивився на DVD-плеєрі. І отак раз за разом просто переглядав. І от з того десь часу мені це все почало подобатися. Потім уже в нас в середині десятих починає з'являтися мультсеріали по типу Gravity Falls, все Світ Стівена, от щось тому подібне. Мені якраз тоді підімкнули кабель на телебаченні, я дивився Cartoon Network прям взахлеб. Adventure Time я тоді дізнався. І десь в

той момент в мене виникає ідея зробити свій мультсеріал. Десь о той самий час. І я думаю, так, того мультсеріалу. Щас напишемо ідею, потім намалюємо розкадровку, а потім навчитися анімувати, зробити це все самому. Увесь світ мій буде знати про мій мультсеріал. Але виявилось все трошечки складніше. У мене було декілька спроб почати ютуб канал, присвячений анімаціям. Друга була найбільш успішною, а це ще до неї йде. У мене тоді знайшли маніфест. Це сайт, який збирає всі україномовні канали, їх категоризує якось, і можна по рейтингу дивитися, хто у нас найпопулярніший, хто яка категорія і тому подібне. От і... Вони тоді мене запросили до себе, сказали, нам треба, щоб хтось робив анімації, тебе виходить досить непогано, досить круто, роби. Ну і я такий, добре, робимо. Працював буквально за дві пляшки живчика і один бутерброд, плюс-мінус, в тодішньому еквіваленті. І, власне, щось робив-робив, потім кінець 21-го вирішив,

що пора свій зробити канал, вже втретє

[01:03:23] Мені подобається, що вона досить неоднорідна. Вона загалом анімація. От мені це дуже подобається.

І я думаю, що просто з часом ми зрозуміємо. Загалом в епоху глобалізму зберігати якийсь культурний код досить таки важко, але ми це намагаємось, ми це робимо через жарти

Синхрон: Ервін Німець (00:00:29)

чому я вирішив взагалі зайнятися анімацією. Це просто доля випадку, напевно банальна цікавість.

[00:00:52] Наткнувся на один із туторіалів про анімаційну програму, скачав і пробував щось на ній робити. А на той час я просто любив собі малювати. якісь штуки там, типу комікси якісь. Десь там сижу на парах, щось собі черчу там в нотатках, якось так розважаюся. І потім я такий, ого, а то, що я малюю, точно можна і зарухати, і з того зробити якийсь там анімаційний шот. Вау. Ну, коротше, мене вразила ця ідея, Оці речі, які я в дитинстві спостерігав з екрану, що це можна і самому спробувати зробити. Я думав, від цього треба якісь шалені великі студії, великий бюджет. Я можу просто вдома посидіти на компі, мишкою покладати. Це мене настільки вразило, вдохновило, що я за дуже короткий час почав смоктувати в себе всю інформацію, яка на той час була.

[0:52:29] Ну, в якомусь сенсі для мене анімація, оскільки це починалося як моє хобі, то анімація для мене це спосіб відключитися від насущних проблем. Просто забуваєш про все, сідаєш собі за комп'ютер і пронаєш в якийсь свій світ вигаданих речей, кайфуєш.

[00:53:22] Тому для мене це просто така віддушину, якщо можна сказати. Ну і візуально мені подобається дивитися на чужі проєкти, кайфувати від динаміки, від якихось креативних ідей. Воно просто надихає натхнення і душу.

Синхрон: Нарижнев (01:01:14)

Це такий поклик душі. Я розумію, що ми не можемо без цього. Якщо б я міг не робити мультик, я б їх не робив. Я не можу не робити мультик.

Синхрон: Олесь (00:03:08)

Отже, як почав цікавитись анімацією? З дитинства я ріс в родині художників. Тобто, в мене таке зенного покоління художники, що там від дідуся. І мені завжди подобалося щось робити, щось малювати і ліпити, відповідно. І коли в 2000-х... В мене двоюрідна сестра, бо вона старша набагато, жила в Америці. Вона передала перший цифровий фотоапарат. 00:04:03 І коли з'явився фотік, я такий думаю, так, покадрова анімація, треба щось спробувати.

[00:04:25] І я такий почитав, думаю, блін, це ж теоретично можна й самому робити. І тоді, це десь був 2003, напевно, я думаю, пора.

[00:05:19] Відповідно, перший мультфільм я тоді зробив пластиліновий. Тоді я пробував вже і малювати покадрову анімацію, нічого серйозного не вийшло, а отой мультфільм вийшов. Його, знаєте, якщо гарно постаратись, десь з інтернету можна зайти. Мені за нього соромно, але дитина в 13 років зробила, що ж ви хочете.

[00:06:20] Я робив перші якісь анімації в Flash. І коряві, страшні. Їх я точно не знайду. Їх уже не збереглося. Але це було дуже весело. І я зрозумів, що анімація це класно, тому що чим анімація крутіша, ніж кіно? В кіно, якщо ти хочеш показати щось незвичайне, це дуже дорого. Костюми, декорації, спецефекти і тому подібне. А в анімації не існує питання, чи це можливо зробити. Питання тільки, як це зробити. І все, тут воно мене затягнуло, і всі мої роботи, які я знімав, в мене завжди якась маленька анімаційна вставка мала бути, якась графіка. Бо я розумію, що це частина вже мене, я від цього не відійду.

Синхрон: Олесь (0:52:29)

Анімація— це неймовірний вид мистецтва, який дозволяє вам приймати той світ, якого ви не зустрінете в реальному житті. Бачити чи створити те, що ви не побачите в реальному житті. Всі ваші фантазії, всі ваші уяви, марення— там ви можете реалізувати. Тому це відкриті двері до всього.

Синхрон: Семенюк (00:00:03)

Займатися анімацією, напевно, хотівши з дитинства, бо дуже подобались мультфільми. Була така дитяча мрія, з дитинства її постійно вигадував. Але вже по факту дійшло аж в університеті, десь в кінці, на п'ятому курсі навіть. На початку п'ятого курсу я подумав, чим я буду займатися після закінчення університету, оскільки я вчився тоді на програміста. Але програміст в мене був такий собі. Мені більше подобалось щось малювати, писати і так далі. Я вирішив спробувати вивчити анімацію

[00:28:38] Для мене це вже життя, робота. Тому що це моя дитяча мрія. Я навіть був здивований, що я зміг дитячу мрію у цій житті. Тому це вже життя, фактично. Так, так. Знаєте, час від часу так собі задаюся цим питанням, що о, ура, здійснив свою мірі. Але важким трудом, але я радий, що воно є, можна сказати. Бо дуже приємно, коли ти робиш те, що тобі подобається, хоч воно деколи тобі не подобається, але як тільки робиш якусь паузу, ти зразу згадуєш, чому ти її робив і тобі ще хочеться її робити.

Синхрон: Наталі Дісней (00:03:38)

І як мої батьки говорять, що я завжди мала робити мультфільми, тому що до того, як вміти писати, я... Ну, можливо, це вона моїх батьків також, тому що в мене в дитинстві були тільки мультики Дізней. Вони мені купляли ці касети з відеоплеером на телевізорі. В мене багато не було. В нас була там касета з Вілл Сніжкою і Русалечкою і Король Лев і я ці мультики просто наступно проглядала

*Таймкод: 00:04:26*

батьків просила, там мені було 4-5 років, я просила зупинити мені. І коли мені подався якийсь кадр, я просто брала листочок і перемальовувала. І що писати не вміла, а малювати вміла. І навіть коли зараз я переглядаю ці малюнки, я думаю, ну, нормально малювала. Я пам'ятаю, коли мені батьки віддали художню школу, тобто я ходила в художню школу з 5 років, коли мені батьки віддали художню школу, вони не повірили, що батьки приносять мої малюнки, що ця дитина може так малювати.

[00:00:32] В Академію Шах я частково вивчила 3D Я вивчила як моделювати, мені не цікавила анімація Мені просто був цікавий моделінг І коли я вже закінчувала навчання в шах То один з викладачів запропонував мені Піти на студію у Львові 3D студія, яка робила... Вона називалась Dave and Ava І вона робила маленькі ютуб-серії для діток.

[00:01:50] але я вже і працювала реставратором, мені це набагато цікавіше було. І я думаю, студенти лишні гроші ніколи не лишні. І я погодилась, і я уявлення не мала, як анімувати.

[00:02:31] І не те, щоб мені анімація спочатку дуже подобалась, оскільки я поняття не мала, як це робиться, і мені не сильно щось виходило І потім я вже подумала, що ладно, якщо я вже це роблю, я почала дивитися якісь більш коштовні уроки в інтернеті, як це робиться, і задавати собі питання, чому моя анімація не виглядає, як анімація Дісней, і що не так.

[00:05:27] я почала брати онлайн анімаційні курси, просто шукати аніматорів, які мені подобаються, наприклад, Supervisor з Disney. І він вчить в такій теж онлайн уніційній школі на таких-то курсах І я почала подивитися на ці курси І вчитися в тих, кого анімація мені подобається Для цього прийшла сьогодні вчити англійську І напевно так я прийшла в анімацію Я завжди говорю, що спочатку, коли я її два роки робила, мені її зовсім не подобалось Але потім я зрозуміла, що це моє і мені почало дуже сильно подобатись

*Таймкод: 01:55:47*

Для мене анімація це приносити людям позитивні відчуття Щоб,коли вони дивляться мою анімацію, вони розуміли, що все в житті може бути краще Люди можуть бути добрими Світ може бути хорошим Неважливо, що з тобою стається В результаті станеться так, що все буде добре Не те, що станеться все, як має бути А якщо ми будемо працювати над тим, що нам потрібно працювати То ми досягнемо того, чого ми хочемо досягнути Світ може бути прекрасним в залежності від того, як ми на нього дивимось І я хочу своєю анімацією показати, що Світ може бути кращим. Я хочу, щоб люди, дивлячись мою анімацію, мої сцени, у них були хороші емоції. Сміялися і плакали від того, наскільки все добре. Я думаю, що це моя найважливіша місія в анімації. Просто дарувати людям щось хороше, коли вони дивляться те, що я зробила.

**Синхрон: Олег Маламуж (02:07:45)**

Тобто, все, що я можу зробити,

Цікавого я легко можу зробити в анімації. Тобто тут немає обмежень взагалі ніяких. По-друге, це ж мистецтво нашого дитинства.

[02:10:51] Для мене це космос, який я ще не до кінця вивчив. 02:11:14 реалізувати в анімації, я опираюся в свою уяву.

[02:08:28] По-перше, я не можу знайти мистецтва більш крутого в плані такого. Тобто я можу зробити все, що завгодно.

Я дещо не можу зробити в кінематографі, те, що я можу зробити в анімації. Тут я можу зробити все. Я можу практично тільки своєю уявою обмежений. Все. Чому йти з найліпшого для себе мистецтва, я не бачу сенсу. Тобто, якщо я хочу помалювати на папері, я це роблю, але цього мені мало.

*Таймкод: 02:09:19*

для мене це ще й місія. Тобто я для себе бачу в анімації можливість сформувати нову Україну. Якщо я починаю з дитиною розмовляти про важливе в три роки, то, можливо, вона ніколи не стане Путіним.

[02:09:50] це бажання почати розмовляти з наступним поколінням українців з самого початку, бути першим, хто до них звернеться, це для мене на рівні місії, намагатися це робити.

**Синхрон: Саша Рубан (01:37:41)**

не маю власних дітей і я б хотіла зробити якомога більше навколо мене щасливих дітей історіями, які я створюю. Для мене було б дуже важливо, щоб я допомагала батькам розважати і, можливо, трішечки виховувати і трішечки ставати на ноги і давати якусь соломинку щастя і класного дитинства через історію. І я вибрала для себе такий шлях.

[01:38:16] Я просто знаю щасливі очі дітей, які дивляться захоплюючи якийсь мультик, а якщо вони фанатіють по якомусь персонажу і наживаються спати з іграшкою цієї історії, для мене це прям вау. Мені дуже хочеться створити багато таких персонажів, багато світів, в якому дорослі досліджувати цей світ, відкривати його, бути щасливим, приємно, безпечно, цікаво. І щоб це стало підґрунтям для якогось щасливого подальшого життя майбутньої дорослої людини.

**Синхрон: Аліна**

— Хто б міг подумати, що відповідь настільки на поверхні...

**Синхрон: Діана**

— Ага. Виходить, свою частину ми зробили.

**Синхрон:**

– Виходить... усе, що може популяризувати українську анімацію —

Це ТИ

## АНОТАЦІЯ

**Карлова Д.Г. «Українська анімація: перспективи виходу на світовий ринок».**

*Ключові слова: українська анімація, документальний проєкт, YouTube, культурна журналістика, інді-анімація, анімаційна індустрія, світовий ринок, медіапроєкт.*

Кваліфікаційна бакалаврська робота присвячена створенню документального медіапроєкту «Українська анімація: перспективи виходу на світовий ринок». У пояснювальній записці обґрунтовано актуальність теми, визначено мету, завдання, об'єкт, предмет і методи роботи. У теоретичній частині розглянуто специфіку документального медіапроєкту, культурної журналістики, блогерського формату та YouTube як платформи поширення аудіовізуального контенту. У практичній частині проаналізовано структуру, жанрову палітру, аудиторію, візуальне оформлення й авторську ідею проєкту. Основну увагу приділено українським анімаційним проєктам «Наша Файта», «Чортовийки» та «Університет Чупарського», а також інтерв'ю з авторами, аніматорами, продюсерами, блогерами й експертами. У роботі визначено проблеми розвитку української анімації, серед яких недостатнє фінансування, слабка промоція, обмежена державна підтримка та низька видимість проєктів. Водночас підкреслено потенціал української анімації для міжнародного просування завдяки локальній унікальності, цифровим платформам і зацікавленій аудиторії.

**Diana Karlova “Ukrainian Animation: Prospects for Entering the Global Market”.**

*Keywords: Ukrainian animation, documentary project, YouTube, cultural journalism, indie animation, animation industry, global market, media project.*

The bachelor's qualification paper is devoted to the creation of the documentary media project “Ukrainian Animation: Prospects for Entering the Global Market”. The explanatory note substantiates the relevance of the topic and defines the aim, tasks, object, subject, and methods of the work. The theoretical part examines the specifics

of a documentary media project, cultural journalism, the blogging format, and YouTube as a platform for distributing audiovisual content. The practical part analyzes the structure, genre range, audience, visual design, and authorial concept of the project. The main focus is placed on the Ukrainian animated projects “Nasha Faita”, “Chortovyiky”, and “Chuparskyi University”, as well as on interviews with authors, animators, producers, bloggers, and experts. The paper identifies key problems in the development of Ukrainian animation, including insufficient funding, weak promotion, limited state support, and low visibility of projects. At the same time, it emphasizes the potential of Ukrainian animation for international promotion due to its local uniqueness, digital platforms, and engaged audience.