



зображати) — це галузь культури та економіки, що об'єднує всі види професійної діяльності, пов'язаної з виробництвом, розповсюдженням, зберіганням та демонструванням фільмів, а також навчально-наукову роботу (див. кінознавство).

Значною частиною кінематографії є кіноіндустрія — галузь промисловості, що виготовляє кінофільми, спецефекти до них та анімацію. У багатьох країнах кіноіндустрія є важливою галуззю економіки. Виробництво кінофільмів зосереджено у кіностудіях. Готові фільми демонструються у кінотеатрах, по телебаченню, поширюються на носіях інформації для перегляду на домашній аудіо-відео техніці, зокрема

Словом *кінематографія* іноді позначають
також:

Кіномистецтво — вид образотворчого мистецтва,
що винайдений у 19 столітті і став
найпопулярнішим у 20 столітті.

Кінознімання — комплекс пристроїв та методів,
що необхідні для знімання рухомих об'єктів
на кіноплівку, і для наступного відображення
отриманих знімків, шляхом проектування їх на
екран.

У свою чергу кінематографію можуть
називати *кіномистецтво*, *кінематограф*,
зрідка *сінематограф* чи *сінематографія* (фр. *cin
ématographe*).

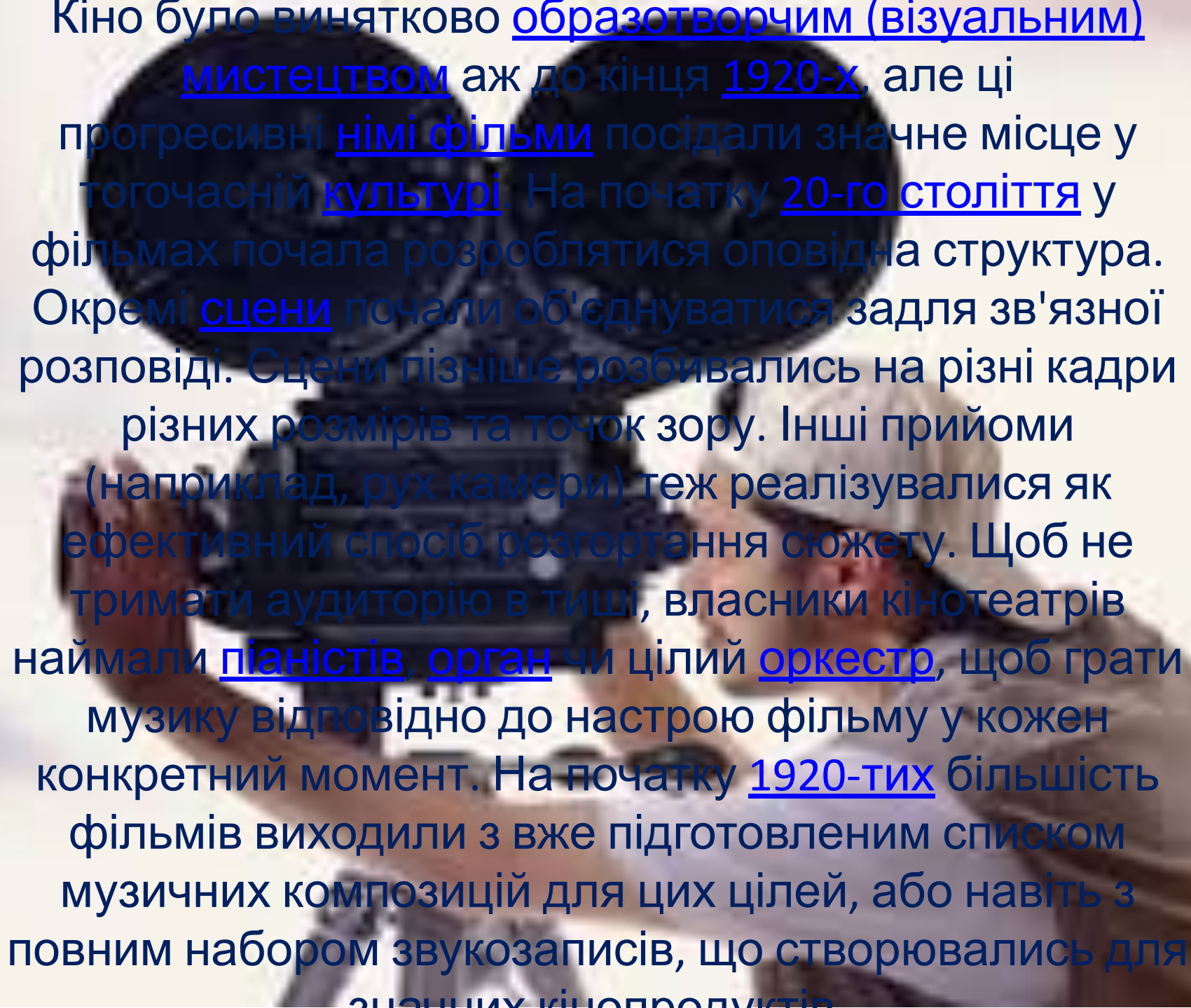
Історія кіно

Механізми для виробництва штучно створених двомірних зображень у русі демонструвались ще у 1860-тих. Це були такі прилади як зоетроп та праксіноскоп. Ці машини походили від простих оптичних приладів (як «магічні ліхтарі»), і могли показувати послідовність нерухомих картинок з достатньою швидкістю, щоб зображення на картинках здавались рухомими (таке явище зветься інертність зорового сприйняття). Зрозуміло, що зображення повинні були бути ретельно підібрані, аби досягти бажаного ефекту. Принципи цього стали основою для подальшого розвитку анімації.

З розвитком целулоїдної плівки

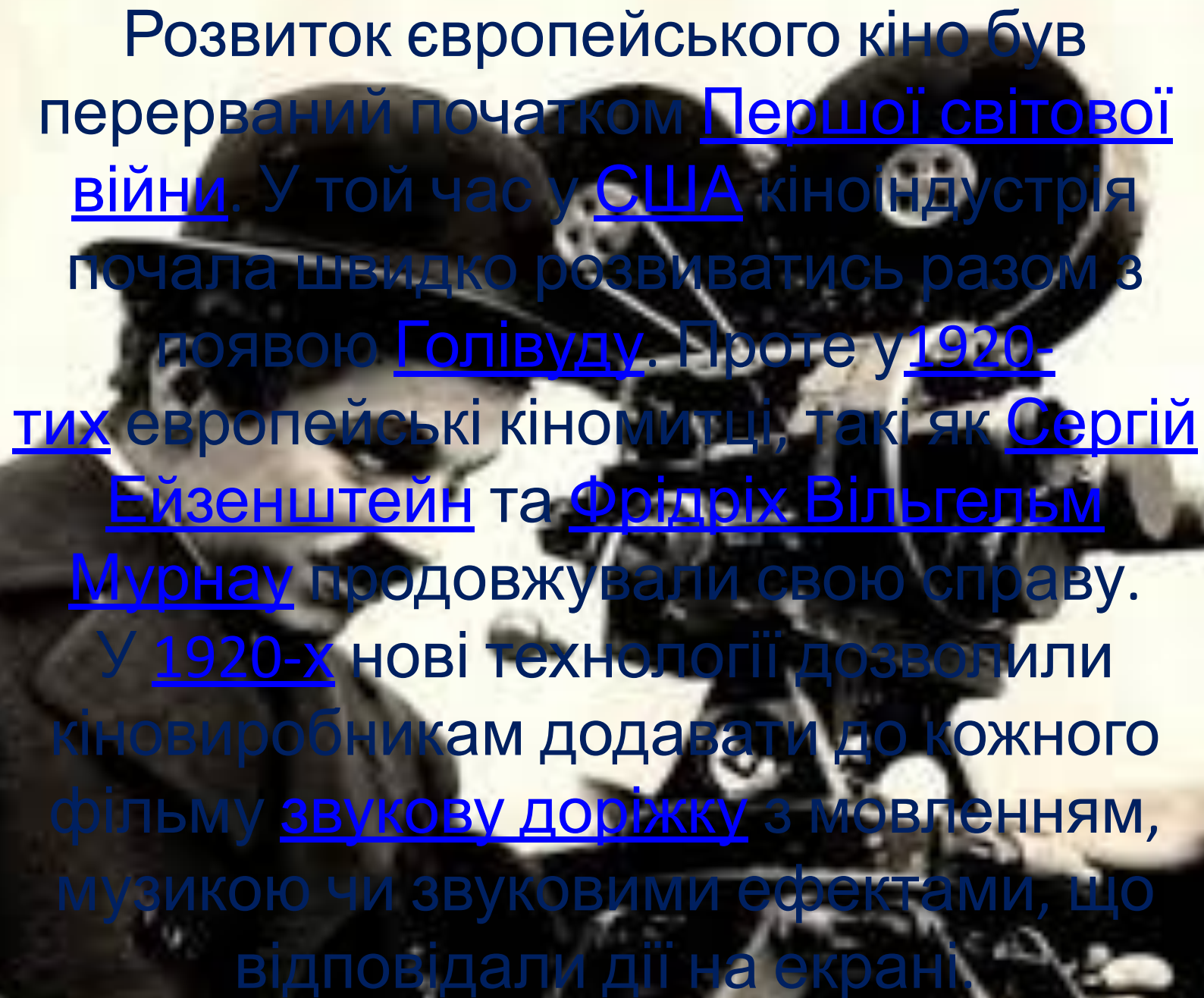
для фотографій стало можливим захоплювати об'єкти у русі в реальному часі. Ранні версії технології вимагали від глядача дивитись у спеціальний прилад, щоб побачити картину.

У 1880-тих розвиток кінокамер дозволив захоплювати і зберігати окремі зображення на одній плівці у рулоні. Це призвело до швидкого розвитку кінопроектору, що освічував знятий і віддрукований фільм та переносив зображення на екран, створював кінопоказ для великої аудиторії. Ці рулони стали називатись «рухомі зображення», звідки і походить англійське слово «movie». Ранні фільми були статичними планами, що показували подію безмонтажу чи інших кінематографічних прийомів



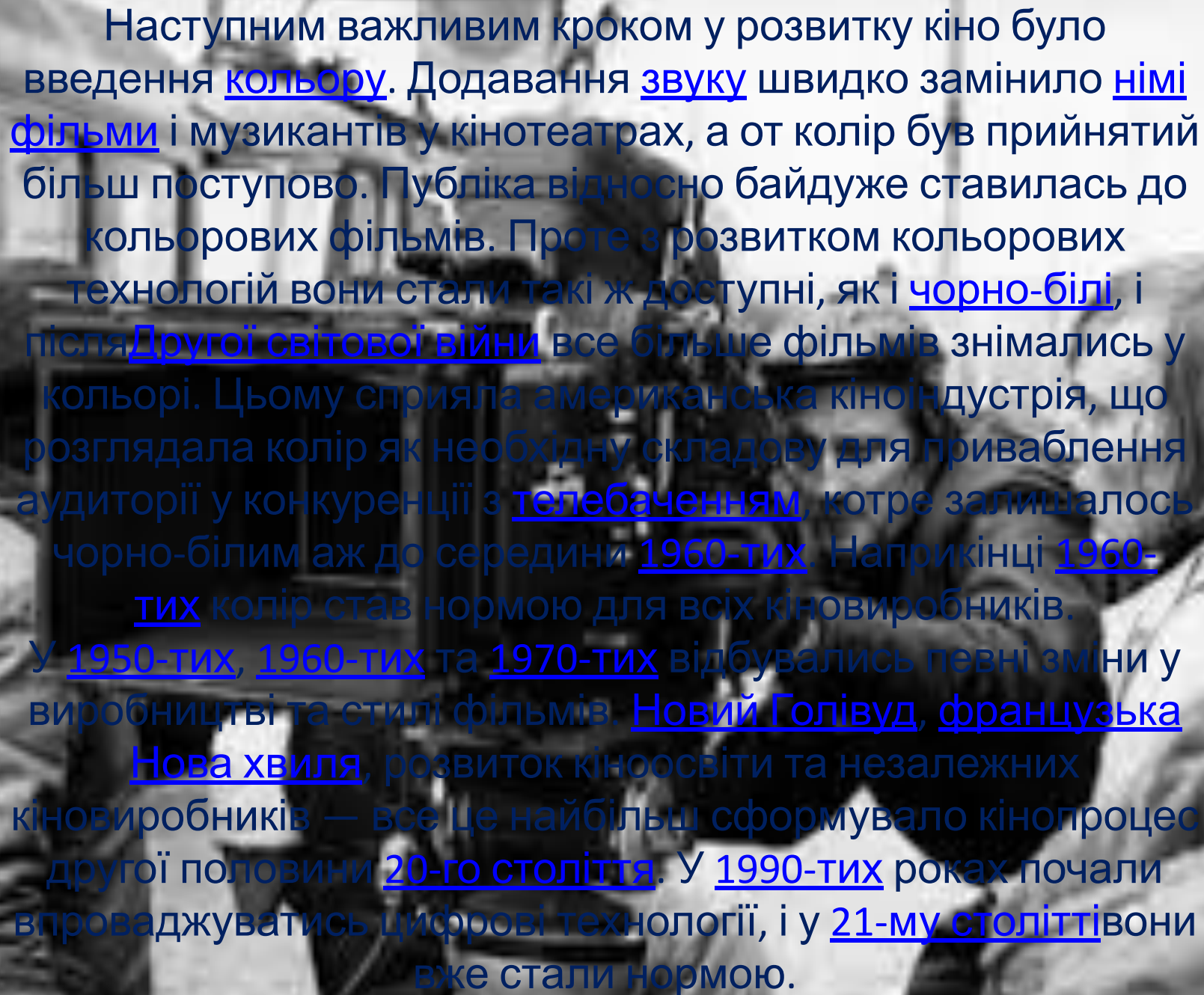
Кіно було винятково образотворчим (візуальним) мистецтвом аж до кінця 1920-х, але ці прогресивні німі фільми посідали значне місце у тогочасній культурі. На початку 20-го століття у фільмах почала розроблятися оповідна структура. Окремі сцени почали об'єднуватися задля зв'язної розповіді. Сцени пізніше розбивались на різні кадри різних розмірів та точок зору. Інші прийоми (наприклад, рух камери) теж реалізувалися як ефективний спосіб розгортання сюжету. Щоб не тримати аудиторію в тиші, власники кінотеатрів наймали піаністів, орган чи цілий оркестр, щоб грати музику відповідно до настрою фільму у кожен конкретний момент. На початку 1920-тих більшість фільмів виходили з вже підготовленим списком музичних композицій для цих цілей, або навіть з повним набором звукозаписів, що створювались для звучаючих кінопродуктів.

Кіно було винятково образотворчим (візуальним) мистецтвом аж до кінця 1920-х, але ці прогресивні німі фільми посідали значне місце у тогочасній культурі. На початку 20-го століття у фільмах почала розроблятися оповідна структура. Окремі сцени почали об'єднуватися задля зв'язної розповіді. Сцени пізніше розбивались на різні кадри різних розмірів та точок зору. Інші прийоми (наприклад, рух камери) теж реалізувалися як ефективний спосіб розгортання сюжету. Щоб не тримати аудиторію в тиші, власники кінотеатрів наймали піаністів, орган чи цілий оркестр, щоб грати музику відповідно до настрою фільму у кожен конкретний момент. На початку 1920-тих більшість фільмів виходили з вже підготовленим списком музичних композицій для цих цілей, або навіть з повним набором звукозаписів, що створювались для

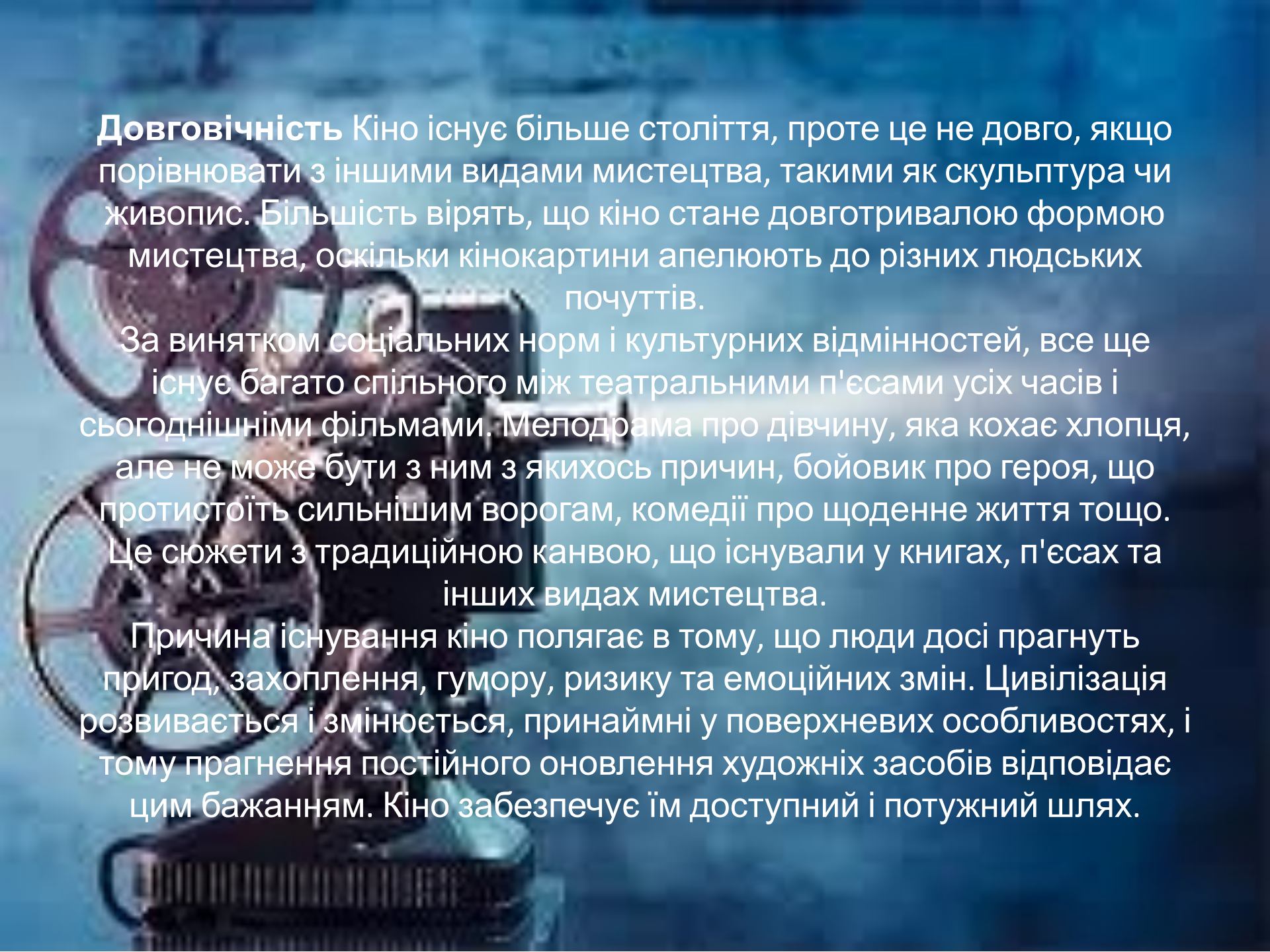


Розвиток європейського кіно був перерваний початком Першої світової війни. У той час у США кіноіндустрія почала швидко розвиватись разом з появою Голівуду. Проте у 1920-тих європейські кіномитці, такі як Сергій Ейзенштейн та Фрідріх Вільгельм Мурнау продовжували свою справу.

У 1920-х нові технології дозволили кіновиробникам додавати до кожного фільму звукову доріжку з мовленням, музикою чи звуковими ефектами, що відповідали дії на екрані.

A black and white photograph of a man and a woman in a film set. The man is in the foreground, wearing a dark jacket and holding a camera. The woman is behind him, looking towards the camera. The background is slightly blurred, showing other people and equipment.

Наступним важливим кроком у розвитку кіно було введення кольору. Додавання звучу швидко замінило німі фільми і музикантів у кінотеатрах, а от колір був прийнятий більш поступово. Публіка відносно байдуже ставилась до кольорових фільмів. Проте з розвитком кольорових технологій вони стали такі ж доступні, як і чорно-білі, і після Другої світової війни все більше фільмів знімались у кольорі. Цьому сприяла американська кіноіндустрія, що розглядала колір як необхідну складову для приваблення аудиторії у конкуренції з телебаченням, котре залишалось чорно-білим аж до середини 1960-тих. Наприкінці 1960-тих колір став нормою для всіх кіновиробників. У 1950-тих, 1960-тих та 1970-тих відбувались певні зміни у виробництві та стилі фільмів. Новий Голівуд, французька Нова хвиля, розвиток кіноосвіти та незалежних кіновиробників — все це найбільш сформувало кінопроцес другої половини 20-го століття. У 1990-тих роках почали впроваджуватись цифрові технології, і у 21-му столітті вони вже стали нормою.



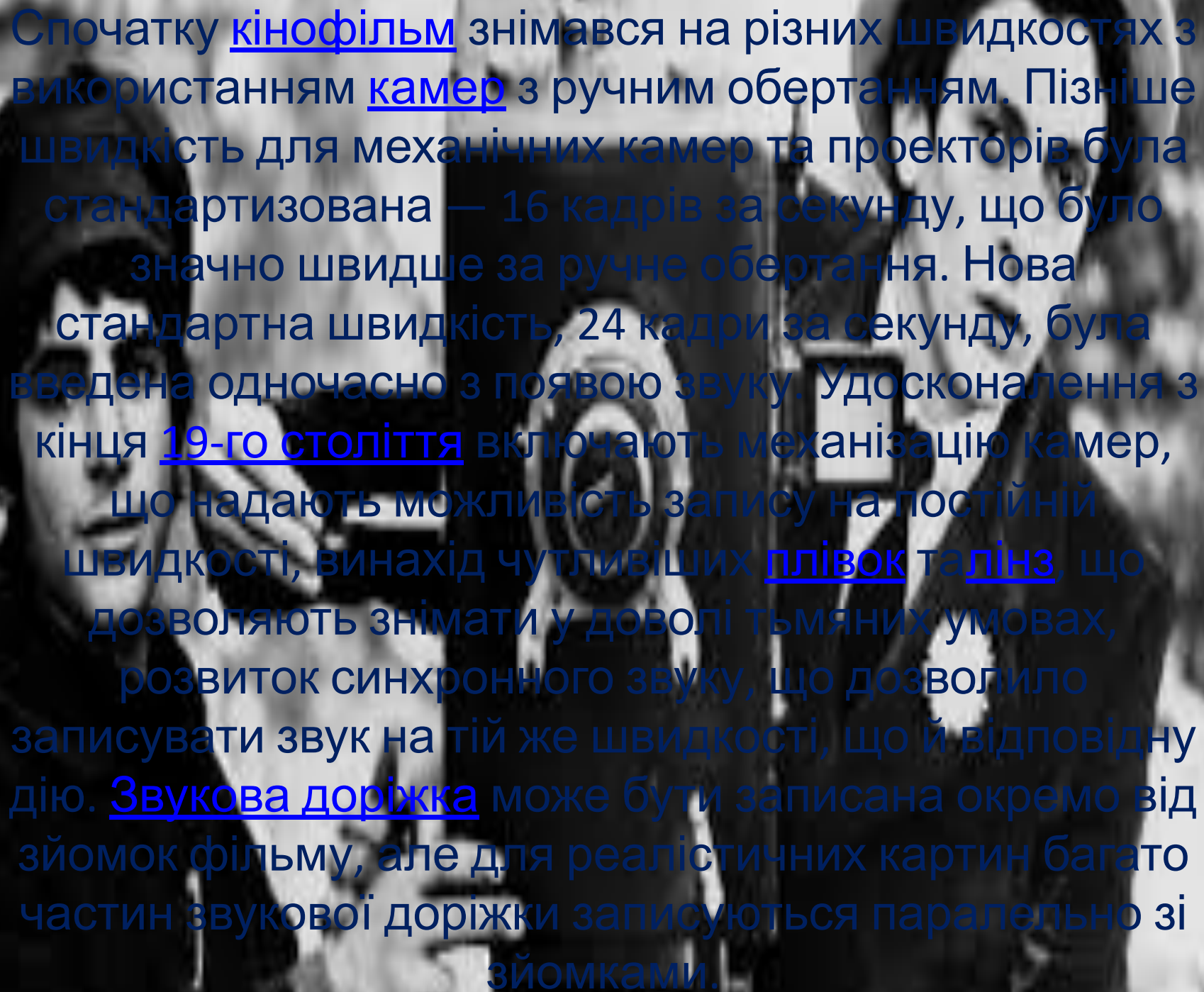
Довговічність Кіно існує більше століття, проте це не довго, якщо порівнювати з іншими видами мистецтва, такими як скульптура чи живопис. Більшість вірять, що кіно стане довготривалою формою мистецтва, оскільки кінокартини апелюють до різних людських почуттів.

За винятком соціальних норм і культурних відмінностей, все ще існує багато спільного між театральними п'єсами усіх часів і сьогоdnішніми фільмами. Мелодрама про дівчину, яка кохає хлопця, але не може бути з ним з якихось причин, бойовик про героя, що протистоїть сильнішим ворогам, комедії про щоденне життя тощо. Це сюжети з традиційною канвою, що існували у книгах, п'єсах та інших видах мистецтва.

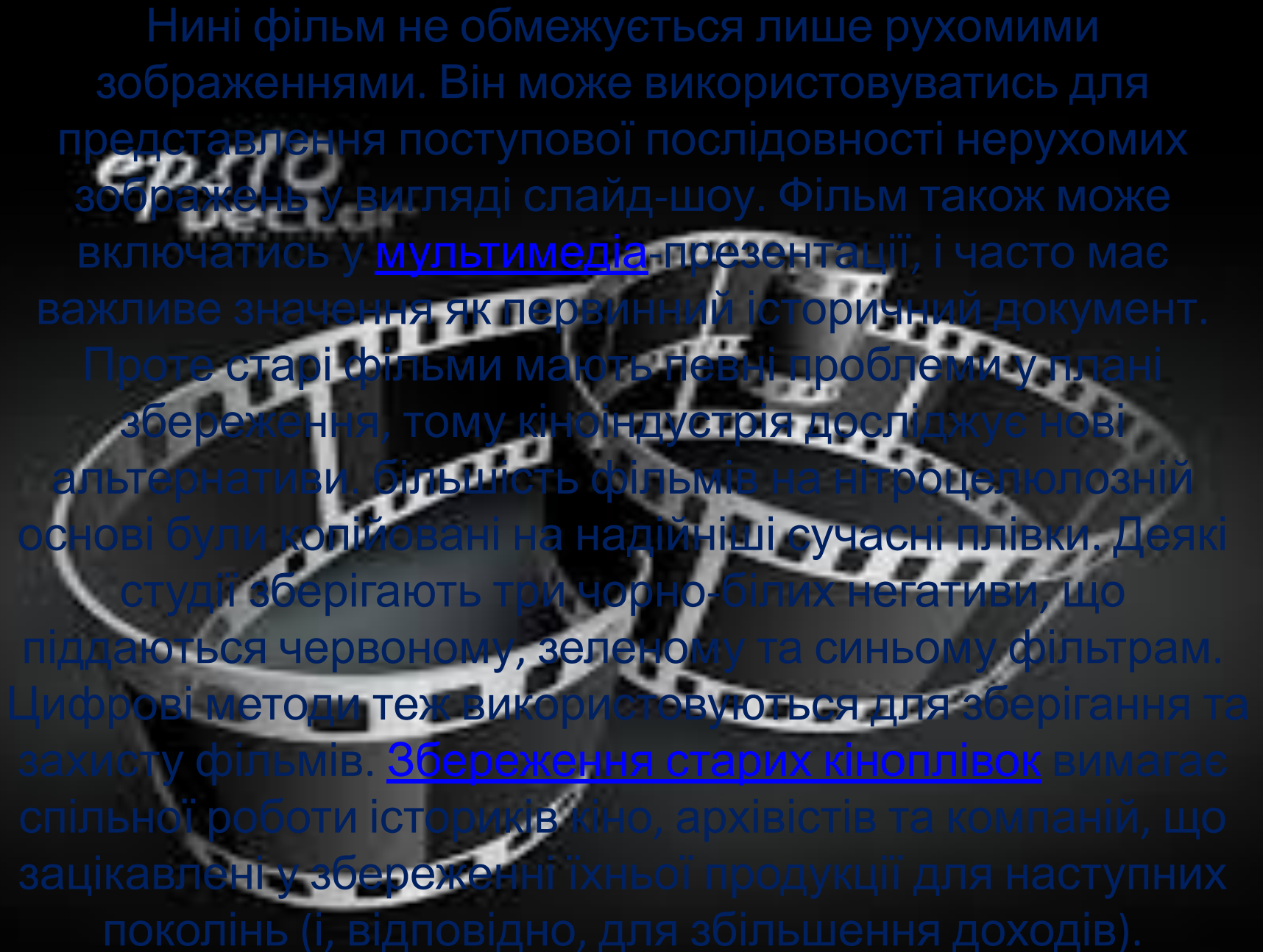
Причина існування кіно полягає в тому, що люди досі прагнуть пригод, захоплення, гумору, ризику та емоційних змін. Цивілізація розвивається і змінюється, принаймні у поверхневих особливостях, і тому прагнення постійного оновлення художніх засобів відповідає цим бажанням. Кіно забезпечує їм доступний і потужний шлях.

Розвиток кінотехнологій [ред. • ред. код]

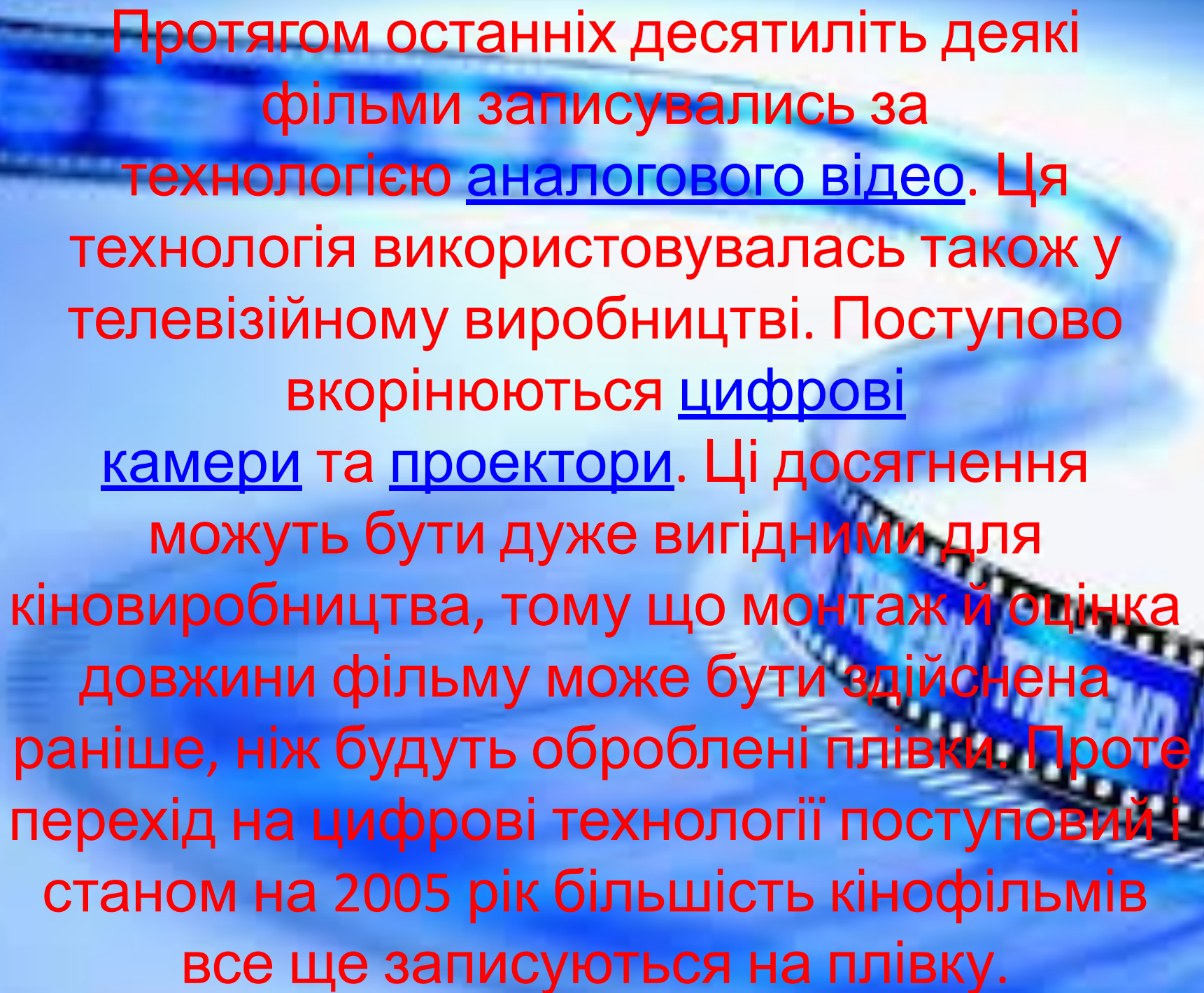
Неекспонована кіноплівка складається з прозорого целулоїду, поліестру чи іншої пластичної основи, що покрита емульсією з вмістом світлочутливих хімічних речовин. Нітроцелюзо́за була першим типом плівки, що використовувалась для запису рухомих зображень, але через легкозаймистість була замінена безпечнішими матеріалами. Визначення ширини плівки та формату зображення у рулоні мають багату історію, але сьогодні більшість комерційних фільмів все ще знімаються на 35-міліметровій плівці.



Спочатку кінофільм знімався на різних швидкостях з використанням камер з ручним обертанням. Пізніше швидкість для механічних камер та проекторів була стандартизована — 16 кадрів за секунду, що було значно швидше за ручне обертання. Нова стандартна швидкість, 24 кадри за секунду, була введена одночасно з появою звуку. Удосконалення з кінця 19-го століття включають механізацію камер, що надають можливість запису на постійній швидкості, винахід чутливіших плівок талінз, що дозволяють знімати у доволі тьмяних умовах, розвиток синхронного звуку, що дозволило записувати звук на тій же швидкості, що й відповідну дію. Звукова доріжка може бути записана окремо від зйомок фільму, але для реалістичних картин багато частин звукової доріжки записуються паралельно зі зйомками.



Нині фільм не обмежується лише рухомими зображеннями. Він може використовуватись для представлення поступової послідовності нерухомих зображень у вигляді слайд-шоу. Фільм також може включатись у [мультимедіа-презентації](#), і часто має важливе значення як первинний історичний документ. Проте старі фільми мають певні проблеми у плані збереження, тому кіноіндустрія досліджує нові альтернативи. Більшість фільмів на нітроцелюлозній основі були копійовані на надійніші сучасні плівки. Деякі студії зберігають три чорно-білих негативи, що піддаються червоному, зеленому та синьому фільтрам. Цифрові методи теж використовуються для зберігання та захисту фільмів. [Збереження старих кіноплівок](#) вимагає спільної роботи істориків кіно, архівістів та компаній, що зацікавлені у збереженні їхньої продукції для наступних поколінь (і, відповідно, для збільшення доходів).

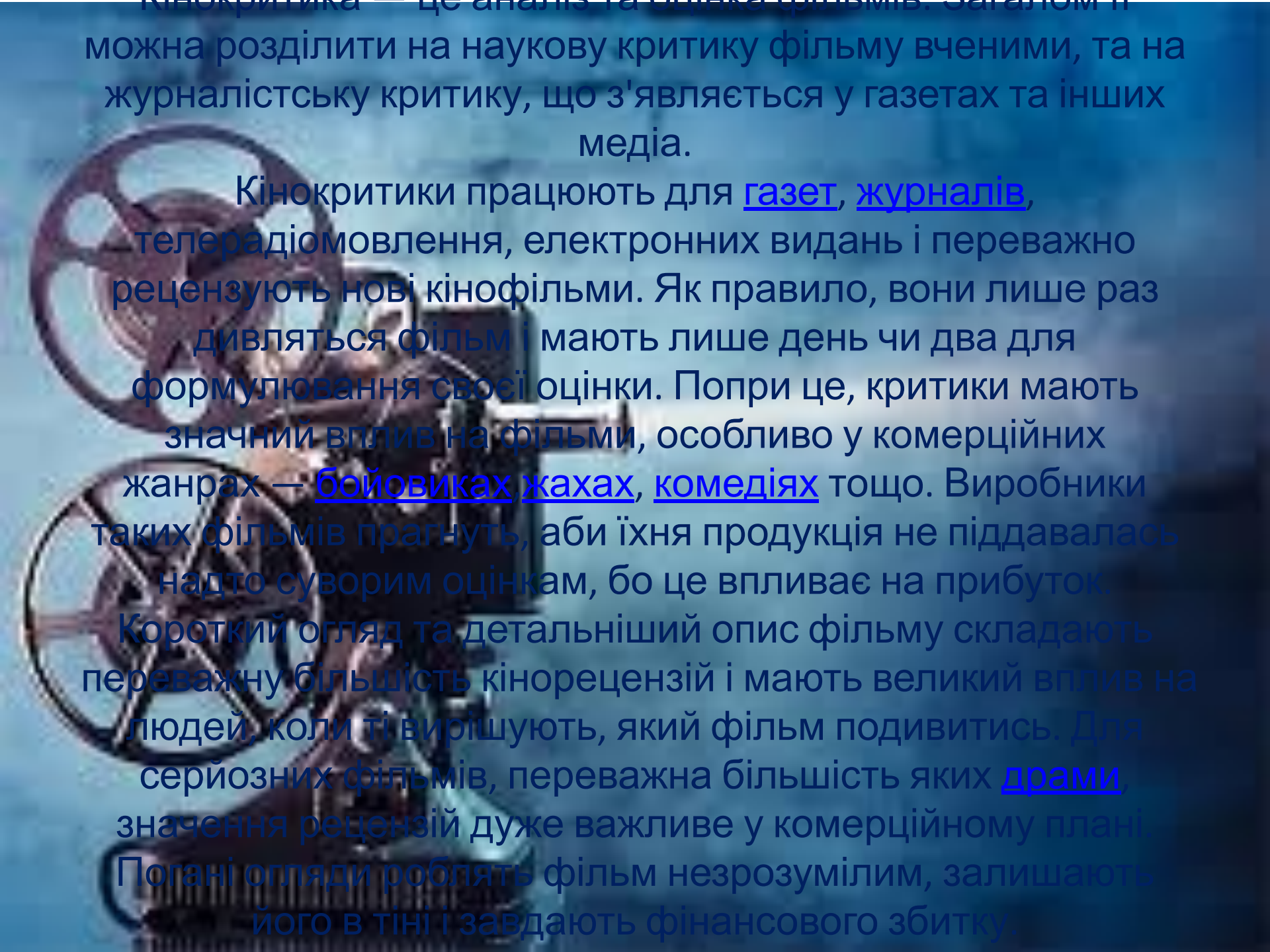


Протягом останніх десятиліть деякі фільми записувались за технологією аналогового відео. Ця технологія використовувалась також у телевізійному виробництві. Поступово вкорінюються цифрові камери та проектори. Ці досягнення можуть бути дуже вигідними для кіновиробництва, тому що монтаж й оцінка довжини фільму може бути здійснена раніше, ніж будуть оброблені плівки. Проте перехід на цифрові технології поступовий і станом на 2005 рік більшість кінофільмів все ще записуються на плівку.

Теорія кіно

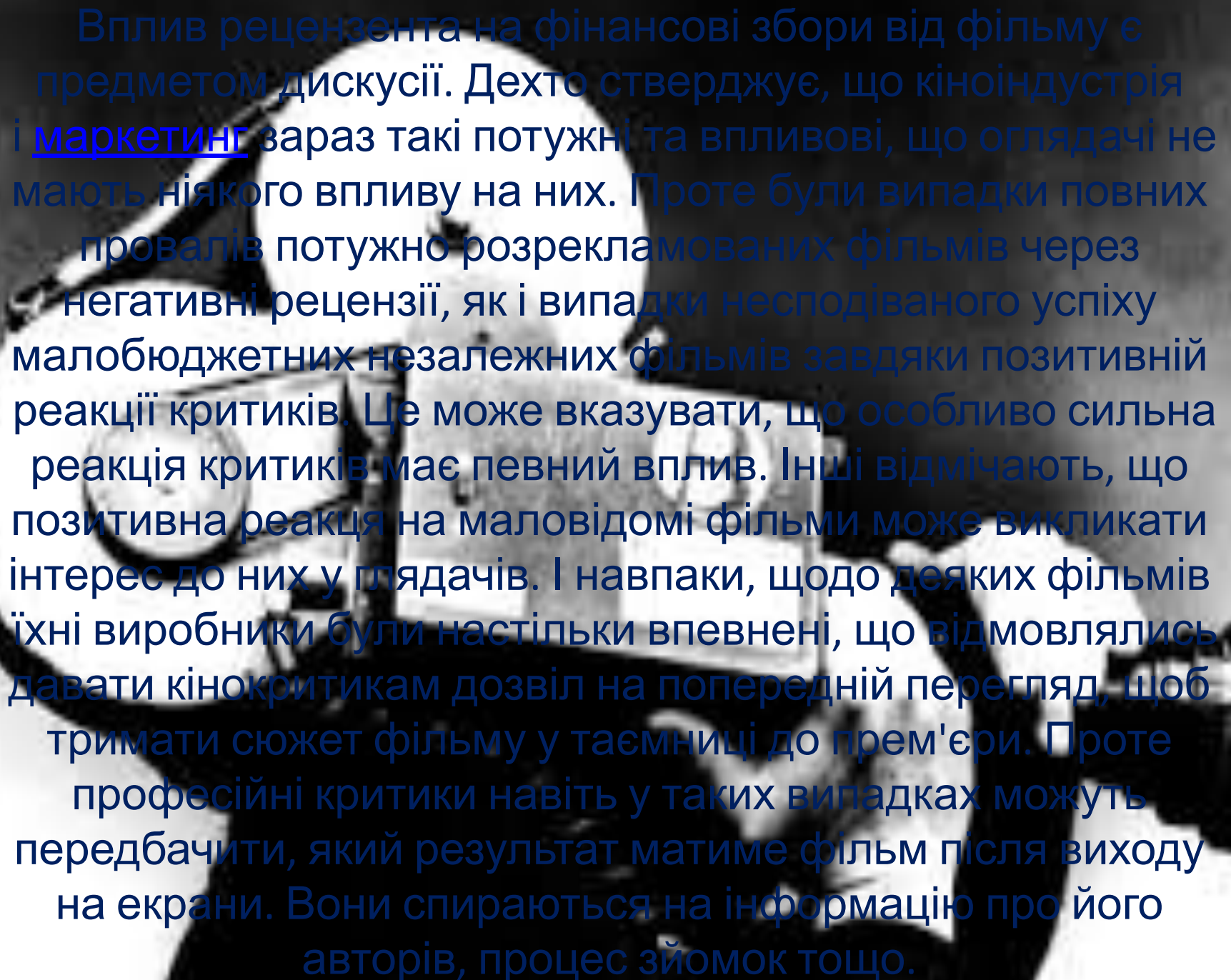
Теорія кіно намагається розробляти короткі, систематичні поняття, що застосовуються у дослідженні кінофільму як мистецтва.

Класична теорія кіно забезпечує структурний каркас, який заповнюється традиційними питаннями технології, оповіді, кінематографічного коду, образу, жанру, суб'єктивності та авторства. Новіші аналізи породили психоаналітичну теорію кіно, структуралістську теорію кіно, феміністську теорію кіно та інші.



кінокритика — це аналіз та оцінка фільмів. Загалом її можна розділити на наукову критику фільму вченими, та на журналістську критику, що з'являється у газетах та інших медіа.

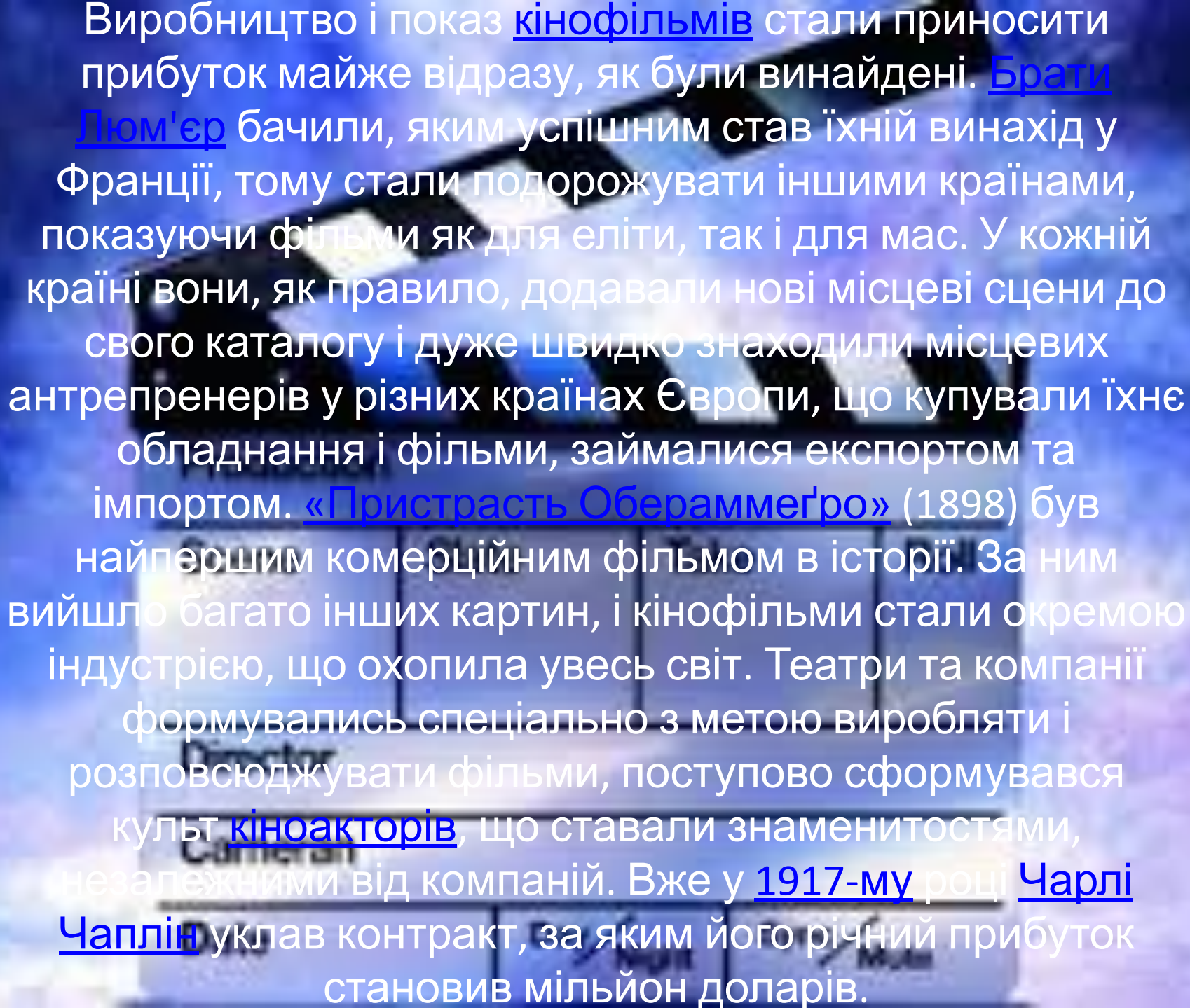
Кінокритики працюють для [газет](#), [журналів](#), телерадіомовлення, електронних видань і переважно рецензують нові кінофільми. Як правило, вони лише раз дивляться фільм і мають лише день чи два для формулювання своєї оцінки. Попри це, критики мають значний вплив на фільми, особливо у комерційних жанрах — [бойовиках жахах](#), [комедіях](#) тощо. Виробники таких фільмів прагнуть, аби їхня продукція не піддавалась надто суворим оцінкам, бо це впливає на прибуток. Короткий огляд та детальніший опис фільму складають переважну більшість кінорецензій і мають великий вплив на людей, коли ті вирішують, який фільм подивитись. Для серйозних фільмів, переважна більшість яких [драми](#), значення рецензій дуже важливе у комерційному плані. Погані огляди роблять фільм незрозумілим, залишають його в тіні і завдають фінансового збитку.



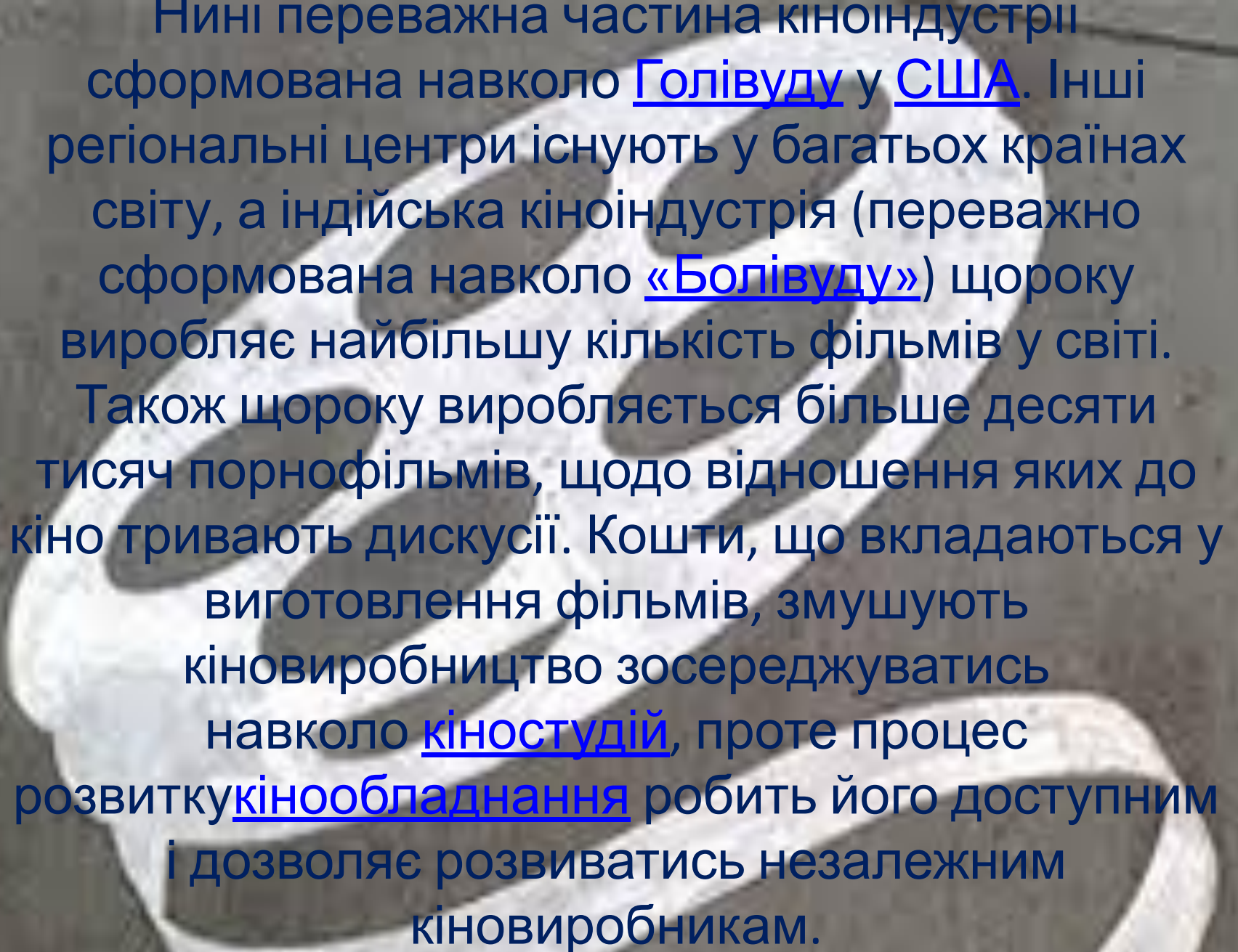
Вплив рецензента на фінансові збори від фільму є предметом дискусії. Дехто стверджує, що кіноіндустрія і маркетинг зараз такі потужні та впливові, що оглядачі не мають ніякого впливу на них. Проте були випадки повних провалів потужно розрекламованих фільмів через негативні рецензії, як і випадки несподіваного успіху малобюджетних незалежних фільмів завдяки позитивній реакції критиків. Це може вказувати, що особливо сильна реакція критиків має певний вплив. Інші відмічають, що позитивна реакція на маловідомі фільми може викликати інтерес до них у глядачів. І навпаки, щодо деяких фільмів їхні виробники були настільки впевнені, що відмовлялись давати кінокритикам дозвіл на попередній перегляд, щоб тримати сюжет фільму у таємниці до прем'єри. Проте професійні критики навіть у таких випадках можуть передбачити, який результат матиме фільм після виходу на екрани. Вони спираються на інформацію про його авторів, процес зйомок тощо.

Дехто вимагає називати кінокритиків-журналістів кінооглядачами, а справжніми кінокритиками — науковців, котрі проводять більш глибокий аналіз фільму.

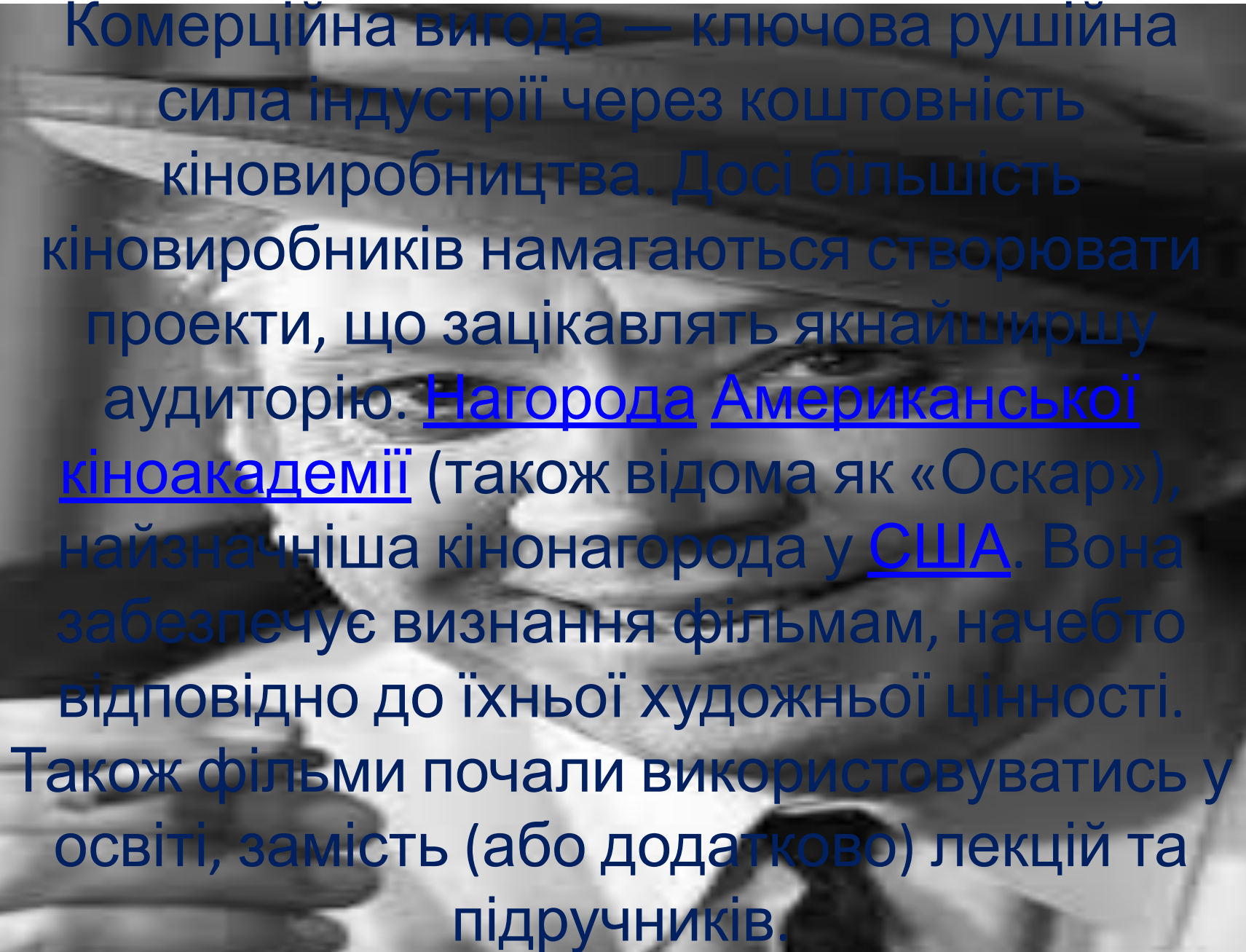
Ця робота часто називається теорією кіно чи вивченням кіно. Такі критики намагаються зрозуміти з якою метою робиться фільм, як він робиться, і як він впливає на людей. Їхні дослідження публікуються переважно у наукових збірках та періодичних виданнях. Також вони співпрацюють з закладами вищої освіти.



Виробництво і показ кінофільмів стали приносити прибуток майже відразу, як були винайдені. Брати Люм'єр бачили, яким успішним став їхній винахід у Франції, тому стали подорожувати іншими країнами, показуючи фільми як для еліти, так і для мас. У кожній країні вони, як правило, додавали нові місцеві сцени до свого каталогу і дуже швидко знаходили місцевих антрепренерів у різних країнах Європи, що купували їхнє обладнання і фільми, займалися експортом та імпортом. «Пристрасть Обераммеґро» (1898) був найпершим комерційним фільмом в історії. За ним вийшло багато інших картин, і кінофільми стали окремою індустрією, що охопила увесь світ. Театри та компанії формувались спеціально з метою виробляти і розповсюджувати фільми, поступово сформувався культ кіноакторів, що ставали знаменитостями, незалежними від компаній. Вже у 1917-му році Чарлі Чаплін уклав контракт, за яким його річний прибуток становив мільйон доларів.



Нині переважна частина кіноіндустрії сформована навколо [Голівуду](#) у [США](#). Інші регіональні центри існують у багатьох країнах світу, а індійська кіноіндустрія (переважно сформована навколо [«Болівуду»](#)) щороку виробляє найбільшу кількість фільмів у світі. Також щороку виробляється більше десяти тисяч порнофільмів, щодо відношення яких до кіно тривають дискусії. Кошти, що вкладаються у виготовлення фільмів, змушують кіновиробництво зосереджуватись навколо [кіностудій](#), проте процес розвитку [кінообладнання](#) робить його доступним і дозволяє розвиватись незалежним кіновиробникам.



Комерційна вигода — ключова рушійна сила індустрії через кошовність кіновиробництва. Досі більшість кіновиробників намагаються створювати проекти, що зацікавлять якнайширшу аудиторію. Нагорода Американської кіноакадемії (також відома як «Оскар»), найзначніша кінонагорода у США. Вона забезпечує визнання фільмам, начебто відповідно до їхньої художньої цінності. Також фільми почали використовуватись у освіті, замість (або додатково) лекцій та підручників.

Стадії кіновиробництва

Детальніші відомості з цієї теми Ви можете знайти в статті [Кіновиробництво](#).

Знімання фільму передбачає певну команду людей, що працюють протягом кіновиробництва. Багато [голівудських пригодницьких фільмів](#) вимагають [комп'ютерної генерації образів](#), що створюються багатьма [3D-дизайнерами](#) об'єктів, [аніматорами](#), композиторами. Проте малобюджетний незалежний фільм може бути створений невеликою групою людей, що отримують мінімальну платню. Кіновиробництво існує у всьому світі, воно використовує різні технології, стилі дії та жанри, і фінансується за різними схемами — від державного замовлення у [Китаї](#) до орієнтованої на прибуток американської [студійної системи](#).

Типовий голівудський [цикл виробництва](#) фільму складається з п'яти основних стадій:

Розробка

Довиробнича підготовка (препродакшн)

Виробництво (продакшн)

Пост-виробництво ([постпродакшн](#))

Розповсюдження (дистрибуція)

Цей виробничий цикл традиційно займає три роки. Перший рік ведеться розробка, другий підготовка і виробництво. На третьому році відбувається пост-виробництво та розповсюдження.



Кінокоманда

Детальніші відомості з цієї теми Ви можете знайти в статті [Кінокоманда](#).

Кінокоманда (film crew) — це група людей, що найняті [кінокомпанією](#) для виробництва фільму. Кінокоманда розглядається окремо від [складу фільму](#) — акторів, що з'являються перед [камерою](#) та озвучують персонажів фільму.

Анімація

Детальніші відомості з цієї теми Ви можете знайти в статті [Анімація](#).

Анімація — це технологія, за якої кожен [кадр](#) фільму виготовляється окремо. Це може бути автоматично генерована [комп'ютерна графіка](#), фото намальованих зображень, або коли ряд незначних змін у моделі фотографує спеціальна [анімаційна камера](#). Коли кадри об'єднуються і остаточний фільм переглядається зі швидкістю 16 кадрів за секунду або більше виникає ілюзія безперервного руху (тобто [інерція зорового сприйняття](#)). Створення такого фільму вкрай трудомістке, важке і одноманітне, хоча розвиток [комп'ютерної анімації](#) значно прискорив цей процес.

[Графічні файли у форматах GIF, MNG, SVG та «флеш»](#) (Flash) дозволяють переглядати анімацію на комп'ютері або через [Інтернет](#).

Оскільки анімація дуже тривала у виробництві і часто дуже коштовна, більшість анімації для [телебачення](#) та кінофільмів створюють професійні анімаційні студії. [Незалежна анімація](#) теж існує — це невеликі незалежні анімаційні студії, що іноді складаються з однієї особи. Проте багато незалежних виробників анімації увійшли до професійної анімаційної індустрії.

[Обмежена анімація](#) — це шлях пришвидшити виробництво і зменшити вартість фільму шляхом використання ключових кадрів у процесі анімації. Цей метод був вперше використаний студією [«ЮПА»](#) і популяризований студією [«Ганна-Барбера»](#). Він став використовуватись у інших студіях, коли мультфільми перейшли з екранів [кінотеатрів](#) на телеекрани.

Кінопоказ

Після виготовлення фільму, його, як правило, показують глядачам у [кінотеатрі](#).

Перший театр спроектований винятково для кінофільмів був відкритий у [Пітсбурзі](#) (штат [Пенсильванія](#)) у [1905](#) році. Тисячі подібних театрів були збудовані або переобладнані протягом кількох наступних років. У [США](#) такі театри називались [нікелдеони](#), оскільки вхід коштував нікел — п'ять центів.

Зазвичай кінопоказ складався з одного фільму. Бували подвійні покази, що склалися з високоякісної «картини А» взятої на прокат незалежним театром за одночасну плату, та «картини Б» нижчої якості, яка бралась у прокат за відсоток від зборів. Нині кінопоказ починається не з самого фільму, а з оглядів фільмів, що невдовзі вийдуть на екрани. Ці огляди називаються [трейлерами](#). Також у деяких кінотеатрах фільму може передувати реклама.

З самого початку фільми виготовлялись тільки для показу в кінотеатрах. Розвиток [телебачення](#) дозволив показувати фільм значно більшій аудиторії, але й прибутки були менші, тому фільм показувався по телебаченню вже після прокату у кінотеатрах. Технології запису з часом дозволили споживачам брати у прокат чи купувати копії фільми на [відеокасетах](#) або [ді-ві-ді](#) (чи на старіших форматах [відеодисків](#) — лазерних дисках, VCD, SelectaVision). З розвитком Інтернету стали можливі завантаження фільмів, що стало ще одним джерелом доходів для компаній. Щоправда це приносить і збитки через піратство та у зв'язку з розвитком [файлообмінних мереж](#), до яких майже неможливо застосувати [закон про авторське право](#). Нині багато фільмів виготовляються для цих спеціальних цілей — це [телефільми](#) та [відеофільми](#). Часто вважається, що такі фільми нижчої якості у порівнянні з театральними версіями. І справді, більшість фільмів, чиє виробництво припинялось їхніми власними студіями, належать до цих ринків.

У середньому кінотеатр сплачує близько 55 % з продажів квитків [кіностудії](#), як плату за прокат. Справжній відсоток вищий за цей у перші дні прокату, а потім поступово знижується для того, щоб стимулювати кінотеатри утримувати фільми у прокаті довше. Проте більшість комерційних фільмів йдуть у прокаті не більше восьми тижнів. Кілька фільмів щороку ігнорують це правило, бо їх покази стартують лише у кількох кінотеатрах. Відповідно до дослідження 2000-го року (AVN AMRO) близько 26 % прибутків голівудських студій складала надходження від продажу квитків у кінотеатрах; 46 % — від продаж [відеокасет](#) та [ді-ві-ді](#); 28 % — від [телебачення](#) (загального, кабельного та платного).

Незалежне кіно

Детальніші відомості з цієї теми Ви можете знайти в статті [Незалежне кіновиробництво](#). Кіновиробництво також відбувається і за межами [студійної системи](#) голівудського типу і, як правило, називається незалежним кіновиробництвом.

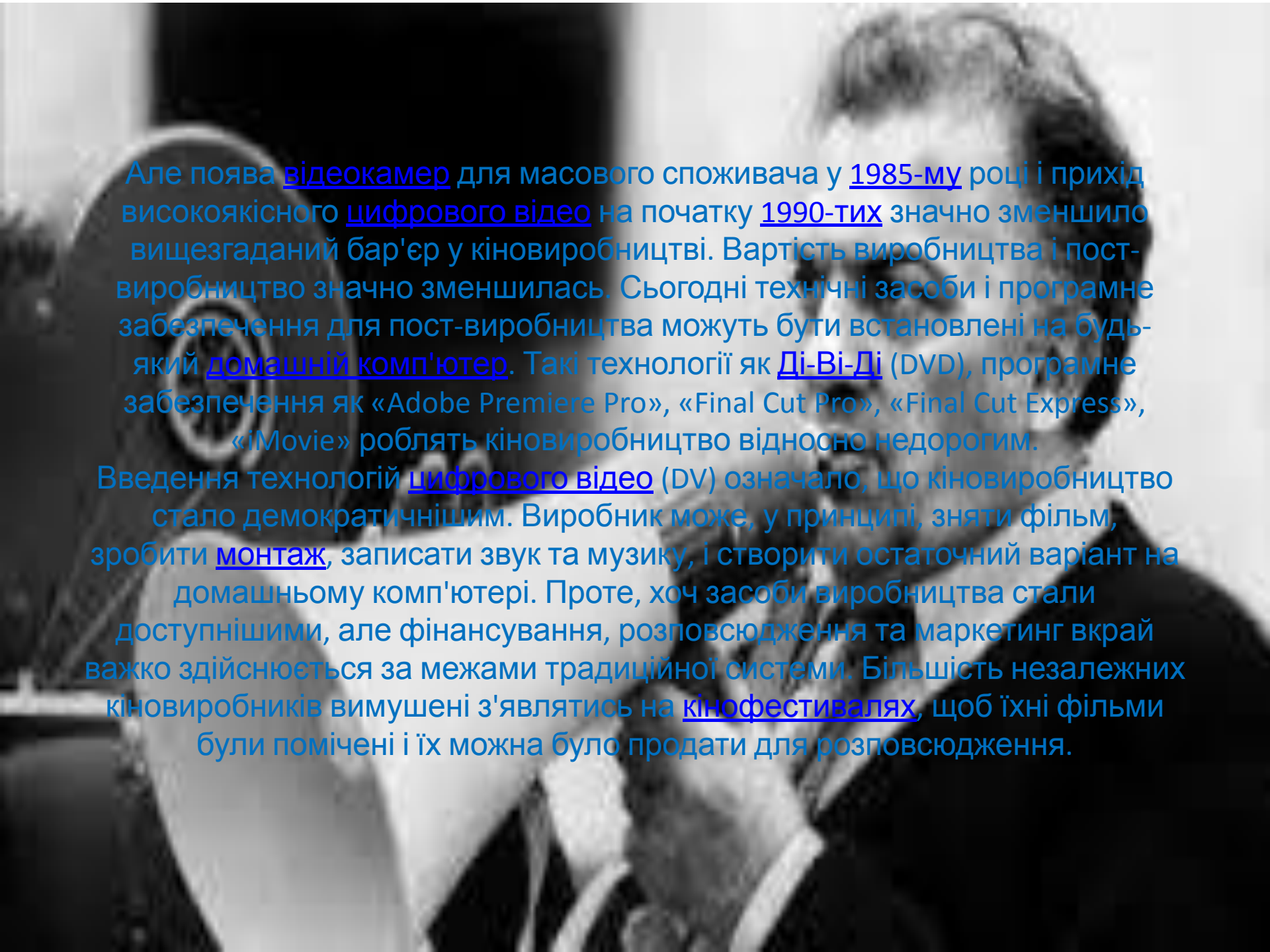
Незалежний фільм («фільм інді») — це фільм, що створений без фінансування чи розповсюдження відомої [кіностудії](#). Творчі, бізнесові та технологічні причини разом спричинили зростання незалежного кіновиробництва наприкінці [20-го](#) і на початку [21-го століття](#).

У творчому аспекті стало все важче схилити студію для зйомок експериментального фільму.

Експериментальні елементи у змісті та формі — подразники для великих студій.

У бізнесовому аспекті коштовність високобюджетних фільмів призводила до консервативних тенденцій у виборі [команди](#) і [акторського складу](#). Проблема поглибилась переходом до співфінансування. Більше 2/3 фільмів, що випустила студія [«Ворнер Броз»](#) у [2000-му](#) році, фінансувалися з різних джерел, а у [1987-му](#) році таких було лише 10 %. Режисер-початківець майже ніколи не отримує можливості зняти фільм у відомій студії, якщо він не має чималого досвіду у виробництві кіно чи у телебаченні. Також вкрай рідко виходять фільми з невідомими акторами у головних ролях.

До появи цифрових альтернатив вартість професійного кінообладнання також була бар'єром у можливості виготовлення чи зйомок у традиційному студійному фільмі. Вартість [35-міліметрового плівки](#) випереджала інфляцію — у [2002](#) році вартість негативів зросла на 23 % відсотки. Фільм вимагає дорогого освітлення та засобів пост-виробництва.



Але поява відеокамер для масового споживача у 1985-му році і прихід високоякісного цифрового відео на початку 1990-тих значно зменшило вищезгаданий бар'єр у кіновиробництві. Вартість виробництва і пост-виробництва значно зменшилась. Сьогодні технічні засоби і програмне забезпечення для пост-виробництва можуть бути встановлені на будь-який домашній комп'ютер. Такі технології як Ді-Ві-Ді (DVD), програмне забезпечення як «Adobe Premiere Pro», «Final Cut Pro», «Final Cut Express», «iMovie» роблять кіновиробництво відносно недорогим.

Введення технологій цифрового відео (DV) означало, що кіновиробництво стало демократичнішим. Виробник може, у принципі, зняти фільм, зробити монтаж, записати звук та музику, і створити остаточний варіант на домашньому комп'ютері. Проте, хоч засоби виробництва стали доступнішими, але фінансування, розповсюдження та маркетинг вкрай важко здійснюється за межами традиційної системи. Більшість незалежних кіновиробників вимушені з'являтися на кінофестивалях, щоб їхні фільми були помічені і їх можна було продати для розповсюдження.



КАНЕС