

АКТУАЛЬНІСТЬ СТВОРЕННЯ СІНЕМАТИКА ДЛЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ІГОР

Чеботарьова І.Б., старший викладач, кафедра МСТ, ХНУРЕ

Мартиненко Ю.С., студент, кафедра МСТ, ХНУРЕ

Анотація. У даній роботі досліджено актуальність створення сінематиків у комп'ютерних іграх як засобу емоційного впливу, поглиблення сюжету та просування продукту. Визначено відмінності між сінематиком і кат-сценою, охарактеризовано процес створення сінематиків і розкрито їх роль у маркетингових цілях через трейлери та тизери. Робота підкреслює значення сінематиків для сучасної ігрової індустрії.

Ключові слова. СІНЕМАТИК, КАТ-СЦЕНА, КОМП'ЮТЕРНА ГРА, ТРЕЙЛЕР, ГЕЙМДЕВ, СЮЖЕТ, АНІМАЦІЯ, ІГРОВА ІНДУСТРІЯ.

Сучасна індустрія комп'ютерних ігор давно вийшла за межі простої взаємодії гравця з графікою. Ігри перетворились на повноцінне медіа, здатне передавати глибокі емоції, розповідати складні історії й створювати сильну атмосферу. Одним із ключових інструментів для досягнення цього є сінематик – кінематографічні вставки, що використовуються для побудови сюжету, поглиблення занурення у гру, формування стилістики та естетики. Метою роботи є дослідження особливостей створення сінематика для комп'ютерних ігор. В роботі розглядається що таке сінематик, чим він відрізняється від кат-сцен, а головне – чому його створення є надзвичайно актуальним у сучасному геймдеві.

Сінематик (від англ. cinematic) – це відеофрагмент у комп'ютерній грі, виконаний із використанням кінематографічних прийомів. На відміну від звичайного геймплею, у сінематиках гравець зазвичай не має контролю над персонажем. Сінематики можуть бути як повністю змодельовані на ігровому рушії, так і створені у вигляді попередньо рендереного відео. Їх основна мета – представлення сюжету, емоційних моментів, розвитку персонажів або світу гри у візуально насиченій формі.

Хоча поняття сінематика й кат-сцени іноді використовують як синоніми, між ними існує різниця. Кат-сцена (від англ. cutscene) – це будь-який сюжетний фрагмент гри, який перериває геймплей і зазвичай показується в ігровому рушії. Кат-сцени часто більш інтегровані в геймплей і можуть бути короткими чи функціональними (наприклад, показ переходу між рівнями). Сінематик же – це переважно більш масштабна, кінематографічна постановка, створена з акцентом на якість візуалу, анімації, музики та драматургії. Сінематики часто використовуються в трейлерах, вступних або ключових сюжетних моментах гри.

В ігровій індустрії створення сінематиків є не лише ознакою високої якості продукту, але й інструментом, що виконує низку важливих функцій. Перша й одна з найголовніших – нарративна функція. Сінематики дають змогу передавати ключові сюжетні події, розкривати характери персонажів, показувати складні емоційні сцени, які важко втілити через геймплей. Вони дозволяють гравцеві глибше зануритися в історію, посилити емоційний зв'язок із подіями у грі, що сприяє загальному залученню до ігрового процесу.

Друга важлива функція – естетична. Сінематик дозволяє реалізувати художнє бачення розробників, продемонструвати якість графіки, візуального стилю, анімації, світла та звуку. Часто саме сінематик створює перше враження про гру й формує очікування. Завдяки кінематографічним прийомам, наприклад, постановці кадру, глибоким планам, кольоровій палітрі чи динаміці монтажу, гравець може повністю зануритися у світ гри, навіть якщо ще не торкався геймплею.

Третя – маркетингова. Сінематики широко використовуються для рекламного просування гри, особливо на етапі анонсів. Розробники інвестують значні кошти у створення видовищних трейлерів, які часто не містять реального геймплею, але формують настрій, стиль і передають загальну атмосферу гри. Саме ці відео найчастіше використовуються у соціальних мережах, на виставках (E3, Gamescom, TGS тощо), або в онлайн-магазинах для залучення уваги потенційних покупців.

Четверта – пояснювальна. У деяких іграх сінематики виконують функцію підказок, пояснення завдань, передісторії або мотивації гравця. Вони зручно подають інформацію, не обтяжуючи геймплей великою кількістю тексту.

П'ята – структурна. Сінематики часто використовуються для логічного поділу ігрового процесу: між місіями, після досягнення важливої сюжетної точки або як нагорода за проходження складної частини гри. Вони створюють відчуття прогресу та розвитку сюжету.

Актуальність сінематиків постійно зростає завдяки стрімкому розвитку технологій та зростаючим очікуванням гравців. Сучасні користувачі вже звикли до високого рівня візуального і наративного контенту, тому якісний сінематик може суттєво вплинути на комерційний успіх гри, а іноді й стати її візитною картою. Особливо це помітно у великих AAA-проектах, де сінематики можуть досягати рівня повнометражного анімаційного фільму.

Окрім внутрішньоігрового використання, як зазначалося вище, сінематики часто виконують роль трейлерів або тизерів ще до релізу гри. Короткі тизери тривалістю 15–60 секунд створюються для того, щоб швидко привернути увагу глядача, передати атмосферу гри або показати ключовий образ. Повноцінні трейлери, які можуть тривати від 1,5 до 4 хвилин, зазвичай включають фрагменти сюжету, показ персонажів, бойову систему або стилістику світу. Такий розподіл на короткі та довші сінематики обумовлений цілями: перші працюють на емоційне зацікавлення, другі – на глибше ознайомлення з продуктом. І те, й інше активно використовується як частина маркетингової стратегії.

Один із вдалих прикладів тизера – коротке 40-секундне відео до гри Stray, де камера слідує за безіменним котом, який блукає покинутим футуристичним містом. Завдяки тривожній музиці та відсутності діалогів тизер одразу викликає емоційний відгук, демонструючи атмосферу гри без розкриття деталей сюжету. На противагу цьому, трейлер до Baldur's Gate 3 – це приклад масштабного сінематика, що включає трансформацію персонажа у ілітіда, сцени бою, демонстрацію взаємодії героїв і загрозу, що нависає над світом. Цей трейлер не тільки показує сюжет і графіку, але й

виконує важливу маркетингову функцію – передає гравцям дух класичної D&D-пригоди, адаптованої до сучасних технологій.

Сінематики створюються в кілька етапів: починається все зі сценарію та сторіборду, які визначають сюжет, структуру сцен і емоційний настрій. Далі відбувається моделювання персонажів і локацій, анімація, постановка світла та камер. Якщо це попередньо рендерений сінематик, сцени створюються поза межами ігрового рушія для досягнення високої якості зображення. Завершальні етапи включають озвучення голосами акторів, додавання музики та монтаж.

Розглянуті етапи реалізовані під час створення сінематика для гри Wuthering Waves. У межах проєкту було розроблено вступний кінематографічний ролик, що мав на меті занурити гравця у постапокаліптичний світ, показати основні теми гри – ізоляцію, відвагу та надію. Робота розпочалась зі сценарію, в якому визначили три ключові сцени: падіння героя з неба, перше зіткнення з аномалією та момент емоційного пробудження. Сторіборд складався з понад 25 сцен. Персонажів і локації змодельовано в Blender, анімацію виконано в Maya, рендеринг здійснено в Unreal Engine 5 з використанням технології Nanite для високодеталізованих поверхонь. Композитор створив оригінальну музичну тему, що підкреслює епічність подій, а озвучення було виконано англійськими й китайськими акторами для мультирегіональної аудиторії. У результаті сінематик отримав схвальні відгуки на виставці Gamescom і став частиною офіційного трейлера до релізу гри.

Приклади сцен сінематика наведено на рисунках 1-3.

Підводячи підсумки, сінематик – це не просто красива вставка, а потужний нарративний та естетичний інструмент, який значною мірою впливає на сприйняття гри. У сучасних умовах конкуренції в ігровій індустрії саме якісно створені сінематики можуть стати ключовим чинником успіху проєкту. Вони допомагають розповісти історію, продавати продукт, формувати емоційне тло. Саме тому актуальність створення сінематика зростає з кожним роком.



Рисунок 1 – Сцена сінематику у сторіборді



Рисунок 2 – Сцена сінематику у сторіборді



Рисунок 3 – Сцена сінематику

Література.

1. Скурко, В.В. (2021). Ігрова індустрія: історія, тенденції, технології. Київ: Ліра.
2. Wolf, M.J.P. (2012). Encyclopedia of Video Games: The Culture, Technology, and Art of Gaming. Santa Barbara: ABC-CLIO.
3. Чеботарьова, І.Б., & Трохін, К.О. (2024). Проектування тривимірних моделей для комп'ютерної гри AAA-проекту. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 2. (с. 226-230).
4. Chebotarova, I., & Astakhova, A. (2024). Analysing the impact of motion design on audience engagement in social media. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 2. (с. 56-58).
5. Chebotarova, I., & Astakhova, A. (2023). Developing character animation with AUTODESK MAYA. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 2. (с. 68-72).
6. Вовк, О.В., & Чорний, Д.В. (2024). Поліграфічна продукція в комп'ютерних іграх. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 2. (с. 59-63).