

ПРЕПРОДАКШЕН В АНІМАЦІЇ. ЕТАПИ ПІДГОТОВКИ ТА ОПТИМІЗАЦІЯ РОБОЧОГО ПРОЦЕСУ

Товма С.С., Вовк О.В.

e-mail: sofia.tovma@nure.ua

Харківський національний університет радіоелектроніки, каф. МСТ
м. Харків, Україна

Pre-production is a crucial phase in animation, shaping its quality and efficiency. It includes concept development, scriptwriting, storyboarding, and design of characters and environments. The storyboard outlines composition, movement, and transitions. Design work establishes visual identity and stylistic consistency. Technical planning sets parameters like resolution and frame rate. Animatics offer a preview to adjust before full production. Specialized software optimizes workflow and collaboration. Effective pre-production minimizes risks and ensures project success.

Препродакшен є фундаментальним етапом у виробництві анімаційних проєктів, що визначає якість та ефективність усього процесу. На цьому етапі здійснюється комплекс підготовчих заходів, спрямованих на детальне планування та організацію майбутньої роботи [1, 2].

Першочерговим завданням препродакшену є розробка концепції та сценарію. Це включає визначення основної ідеї, тематики та цільової аудиторії проєкту. Сценарій деталізує сюжетну лінію, характери персонажів та ключові події, що забезпечує спільне розуміння напрямку роботи всією командою. Наступним етапом є створення розкадровки (сторіборду), що є візуальним представленням сценарію у вигляді послідовних ескізів (рис. 1).



Рисунок 1 – Розкадровка для анімаційного відео

Це дозволяє оцінити композицію кадрів, рух персонажів і динаміку сцен, сприяючи виявленню потенційних проблем на ранніх етапах виробництва. Розкадровка є важливим інструментом для оптимізації знімального процесу, адже дозволяє планувати темп і ритм сцени, а також

зменшити кількість знімальних днів. Вона також є ефективним засобом комунікації між режисером, знімальною групою та акторами, оскільки надає чітке уявлення про організацію сцени, взаємодію персонажів і технічні деталі. Розкадровка може включати як прості ескізи, так і детальні малюнки з додатковими вказівками щодо освітлення, кута зйомки та спецефектів.

Розробка дизайну персонажів та локацій є критичним аспектом препродакшену. Дизайнери створюють візуальні образи персонажів, визначають їхню зовнішність, міміку та жестикуляцію, а також розробляють деталі оточення, де відбуватиметься дія. Це забезпечує цілісність візуального стилю та відповідність естетичним вимогам проекту.

Технічна підготовка включає визначення параметрів виробництва: формат зображення, частота кадрів, роздільна здатність. Розробляється детальний план робіт, який охоплює розподіл завдань між членами команди, встановлення термінів виконання та бюджетування. Це дозволяє оптимізувати ресурси та забезпечити ефективність робочого процесу.

Створення аніматика, тобто чорнового варіанту анімації на основі розкадровки, дозволяє оцінити ритм, темп та загальну динаміку проекту [3, 4]. Це дає можливість внести необхідні корективи перед початком фінальної анімації, що сприяє економії часу та ресурсів.

Оптимізація робочого процесу в препродакшен включає впровадження сучасних технологій та інструментів для планування, комунікації та управління проектом. Використання спеціалізованого програмного забезпечення дозволяє підвищити продуктивність, забезпечити прозорість процесів та злагоджену роботу команди.

Таким чином, препродакшен є комплексним етапом, що охоплює як творчі, так і технічні аспекти підготовки анімаційного проекту. Ретельне планування та організація на цій стадії є запорукою успішної реалізації задуму, забезпечуючи високу якість кінцевого продукту та ефективне використання ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Анімаційне відео: що це та як його створити? https://luminescence.com.ua/blog/animation_video/.

2. Вовк, О.В., Чеботарьова, І.Б., & Шарун, Д.А. (2024). Просування бренду дизайнера через LINKEDIN. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Інновації та розвиток: монографія. (с. 59-81).

3. Вовк, О.В., & Чуб, Л.О. (2024). Створення анімаційної відеореклами спеціальності 186 для залучення абітурієнтів. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 2. (с. 31-33).

4. Вовк, О.В., & Задорожна, В.К. (2024). Сумісність кольору і звуку у рекламі та відео. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 2. (с. 102-104).