

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕАТРУ,
КІНО І ТЕЛЕБАЧЕННЯ ІМЕНІ І.К.КАРПЕНКА-КАРОГО
ІНСТИТУТ ЕКРАННИХ МИСТЕЦТВ
Кафедра продюсерства аудіовізуального мистецтва та виробництва

Допустити до захисту
Завідувач кафедри ПАМВ

_____ Людмила НОВІКОВА

(підпис)

«19» травня 2026 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ
021 «АУДІОВІЗУАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО ТА ВИРОБНИЦТВО»,
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ
«ОРГАНІЗАЦІЯ КІНОТЕЛЕВИРОБНИЦТВА»,
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 02 КУЛЬТУРА І МИСТЕЦТВО

**АНАЛІТИЧНИЙ КОМЕНТАР ДО ПРОДЮСЕРСЬКОГО ПРОЄКТУ
«Вихід»**

Виконавець: МОТРИЧ Максим Ігорович _____

(ПБ, підпис)

Керівник: викладач кафедри продюсерства
аудіовізуального мистецтва та виробництва
ХРАПКО Галина Іванівна _____

(науковий ступінь, вчене, почесне звання, ПБ, підпис)

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота присвячена розробці продюсерської концепції реалізації повнометражного художнього фільму «ВИХІД» – соціально-психологічної драми з елементами трилера. У центрі проєкту – історія виживання цивільних людей та військових, подолання ними внутрішніх конфліктів та страхів, етичних виборів та солідарності між незнайомими людьми в екстремальних ситуаціях.

У роботі проаналізовано сучасний стан української аудіовізуальної індустрії в умовах російсько-української повномасштабної війни, особливості кіноринку, тенденції розвитку авторського кіно та специфіку створення проєктів для міжнародного та національного культурного середовища. Сформовано логлайн, синопсис, тритмент, продюсерську стратегію, візуальне, маркетингове та фінансове бачення реалізації проєкту

Особливу увагу приділено дослідженню психології колективного виживання, побудові ансамблевої драми, роботі з замкнутим простором, а також питанням міжнародного фестивального просування, національного релізу та цифрової дистрибуції в сучасних умовах.

Практичне значення роботи – формування продюсерського пакета документів придатного для подачі на грантові програми, фонди підтримки, пітчінги Державного агентства України з питань кіно, пошук партнерів для копродукції та представлення на європейських фестивальних платформах.

Ключові слова: продюсування, кіновиробництво, повний метр, ігрове кіно, трилер, соціально-психологічна драма, маркетинг, копродукція, дистрибуція, «ВИХІД».

ABSTRACT

This thesis is dedicated to developing a production concept for the feature film “EXIT”—a socio-psychological drama with thriller elements. At the heart of the project is the story of the survival of civilians and military personnel, their overcoming of internal conflicts and fears, ethical choices, and solidarity among strangers in extreme situations.

The work analyzes the current state of the Ukrainian audiovisual industry amid the full-scale Russian-Ukrainian war, the characteristics of the film market, trends in the development of auteur cinema, and the specifics of creating projects for the international and national cultural spheres. A logline, synopsis, treatment, production strategy, and visual, marketing, and financial vision for the project’s implementation have been developed.

Particular attention was paid to researching the psychology of collective survival, constructing ensemble drama, working with confined spaces, as well as issues of international festival promotion, national release, and digital distribution in the current environment.

The practical significance of the work lies in the creation of a production package suitable for submission to grant programs, support funds, and the State Film Agency of Ukraine’s pitching sessions, as well as for seeking co-production partners and presenting the project at European festival platforms.

Keywords: production, film production, feature film, narrative film, thriller, socio-psychological drama, marketing, co-production, distribution, “EXIT.”

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ВСТУП | 6 |
| РОЗДІЛ 1. СУЧАСНИЙ СТАН ГАЛУЗІ КІНОВИРОБНИЦТВА ТА МОДЕЛІ ПРОДЮСЕРСЬКОЇ ПРАКТИКИ | 10 |
| 1.1 Теоретико-джерельна база дослідження | 10 |
| 1.2 Ключові поняття: кіновиробництво, кіноринок, продюсерська практика | 12 |
| 1.3 Короткий огляд наукових і професійних джерел | 13 |
| 1.4 Сучасний стан кіновиробництва у міжнародному та українському контекстах | 15 |
| 1.5 Значення дослідження глядача для розуміння галузі | 18 |
| 1.6 Міжнародні та українські моделі продюсерської практики | 19 |
| РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПЦІЯ ПРОЄКТУ «ВИХІД» | 21 |
| 2.1 Логлайн фільму «ВИХІД» | 21 |
| 2.2 Цільова аудиторія проєкту | 21 |
| 2.3 Формат | 23 |
| 2.4 Жанр | 24 |
| 2.5 Обґрунтування продюсерського задуму та його соціально- культурної цінності | 25 |
| РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА ТА ПРОДЮСЕРСЬКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ | 27 |
| 3.1 Опис планування реалізації проєкту | 27 |
| 3.2 Структура команди | 31 |
| 3.3 Бюджет | 35 |
| 3.4 Ризики | 37 |
| 3.5 Юридичний супровід | 40 |

| | |
|--|----|
| РОЗДІЛ 4. МАРКЕТИНГ, ДИСТРИБУЦІЯ І ПЕРСПЕКТИВИ РЕАЛІЗАЦІЇ | 43 |
| 4.1 PR-стратегія | 43 |
| 4.2 Потенціал розповсюдження | 47 |
| 4.3 Фестивальні плани | 49 |
| 4.4 Можливості копродукції | 51 |
| ВИСНОВКИ | 52 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 54 |
| ДОДАТКИ | 59 |

ВСТУП

У сучасному мистецтві кінематограф постає дієвим інструментом рефлексії та віддзеркаленням глибинних проблем суспільства й людини, як особистості. Повнометражний ігровий формат дозволяє винести в площину публічного обговорення теми, що стали визначальними для сучасної України: колективна травма, вибір між особистими бажаннями та громадянським обов'язком, а також, пошук людяності в умовах деморалізуючого впливу війни. Особливої уваги набувають проєкти, де внутрішня трагедія героя розгортається в межах герметично закритого простору, що стає метафорою соціальної ізоляції та спільної долі героїв. Подібні художні рішення простежуються у фільмах «Медовий місяць» Жанни Озірної та «Безвихідь» Тараса Костанчука.

Актуальність кваліфікаційного проєкту «ВИХІД» полягає у художньому продюсерському осмисленні теми психологічної стійкості людини в умовах гострої ситуації – масованого ракетного обстрілу, вимушеної ізоляції, в підземному просторі метрополітену. Проєкт досліджує механізми подолання внутрішнього хаосу і тривоги, еволюцію міжособистісних зв'язків та конфліктів, формування нових контактів перед обличчям смертельної небезпеки.

У центрі сюжету – багатоплоскова композиція з персонажів, що представляють різні верстви населення, з різними внутрішніми конфліктами та переживаннями, що об'єднані спільним перебуванням в замкненому просторі київського метрополітену.

Концепція фільму апелює до ідеї, що реальне виживання зумовлене не фізичною силою одного індивіда, а здатністю до емпатії, солідарності та взаємодопомоги. В умовах енергетичного та комунікаційного блекауту проблематика проєкту виходить за межі драми військового часу, набуваючи

ознак універсального екзистенційного дослідження людської природи. Це і робить цей проєкт актуальним поза часовими рамками.

Назва фільму «ВИХІД» має багаторівневий, багат шаровий контекст, адже виходить далеко за межі сюжетної потреби покинути заблоковану станцію метро. Вона апелює до екзистенційного вибору особистості: це вихід з внутрішньої темряви, подолання паралізуючого страху, звільнення від тягаря самотності та деструктивних патернів минулого.

В умовах війни та ізоляції, коли звичайні соціальні зв'язки та безпекові моделі зруйновані, пошук виходу стає метафорою переродження людини. Таким чином, ключовим центом аналітичного фокусу проєкту «ВИХІД» є внутрішній, особистий вибір людини, її спроможність протистояти тиску зовнішнього середовища.

Саме це надає проблематиці проєкту особливої культурної значущості, перетворюючи його з драми військового часу на соціально-психологічне дослідження людської стійкості.

Метою кваліфікаційного проєкту є теоретичне та практико-орієнтоване обґрунтування продюсерської реалізації повнометражного художнього фільму «ВИХІД» як авторського аудіовізуального твору у жанрі соціально-психологічної драми з елементами трилера.

Для досягнення поставленої мети визначено такі **завдання**:

- дослідити концептуальні, жанрові та драматургічні особливості проєкту;
- сформувати продюсерське бачення та модель виробництва повнометражного ігрового фільму;
- систематизувати процеси предпродакшну, фільмування та постпродакшну;

- розробити фінансову модель та маркетингову стратегію просування фільму;
- визначити цільову аудиторію фільму;
- визначити напрям дистрибуції та фестивального просування авторського кіно.

Об'єкт дослідження: процес створення, організації та реалізації повнометражного ігрового проєкту в жанрі соціально-психологічної драми з елементами трилеру.

Предмет дослідження: діяльність продюсера, організаційно-фінансові механізми та художньо-естетичні засоби втілення кінопроєкту «ВИХІД».

Методи дослідження:

- аналіз драматургічної структури сценарію;
- порівняльний метод для визначення жанрового та ринкового позиціонування проєкту;
- метод продюсерського моделювання для розробки етапів реалізації;
- структурно-функціональний метод для аналізу виробничого процесу;
- описовий метод для характеристики цільової аудиторії, каналів просування та дистрибуції.

Практичне значення. Одержані результати кваліфікаційного проєкту, а саме: продюсерську концепцію, виробничий план, цільову аудиторію, маркетингову, фестивальну, дистрибуційну стратегії, – можна буде використати для підготовки пітчінгового пакета документів, створення презентаційних матеріалів, планування роботи та подальшого просування фільму.

Реалізація проєкту «ВИХІД» має на меті стимулювати публічну рефлексію над гострими соціально-психологічними наслідками повномасштабної війни.

Фільм актуалізує дискусію навколо теми «фантомного» життя цивільних в умовах постійної загрози, трансформації особистості під тиском колективного стресу та пошуку нових опор у моменти тотальної ізоляції.

Проєкт перетворює особистий біль кожного з персонажів на універсальний досвід подолання криз, що є критично важливим для процесу національної психологічної реабілітації.

Створення авторського ігрового кіно такого формату посилює роль сучасного українського кінематографу як потужного інструменту колективної пам'яті та культурної саморефлексії. Фільм «ВИХІД» пропонує не лише фіксацію трагедії, а й терапевтичний пошук сенсів.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота «ВИХІД» складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Перший розділ присвячений короткому огляду наукових і професійних джерел, аналізу сучасного стану галузі, ключових понять, міжнародних і національних моделей продюсерської практики. Другий розділ фокусується на концепції проєкту, обґрунтуванні продюсерського задуму та його соціально-культурної цінності. У третьому розділі розглянуто організацію виробництва і продюсерський менеджмент проєкту, а в четвертому – маркетинг, дистрибуцію і перспективи реалізації.

РОЗДІЛ 1. СУЧАСНИЙ СТАН ГАЛУЗІ КІНОВИРОБНИЦТВА ТА МОДЕЛІ ПРОДЮСЕРСЬКОЇ ПРАКТИКИ

1.1 Теоретико-джерельна база дослідження

Дослідження сучасних тенденцій у кіноіндустрії вимагає комплексного підходу, що ґрунтується на перетині трьох ключових напрямків джерел: наукових праць, вузько направлених спеціалізованих аналітичних матеріалів та нормативно-правових документів. Такий підхід у дослідженні дозволяє розглядати явище кінематографу як цілісну систему, де творча складова є невід’ємною частиною бізнес-стратегії [2, с.9].

В дослідженнях аудіовізуальної галузі останніх років роль продюсера дедалі частіше розглядається не лише як адміністративна, а і як творча та комунікаційна [5, с.38]. Сучасний продюсер бере участь у формуванні художньої концепції проекту, організації фінансування, а також у побудові комунікації з аудиторією та професійним середовищем. Також можна відзначити поліфункціональність і мультидисциплінарний характер продюсерської діяльності.

Звіти міжнародних організацій (UNESCO, Creative Europe MEDIA, European Audiovisual Observatory) розглядають кіногалузь як «систему повного циклу», індустрію, що функціонує через мережу інституцій і транскордонних партнерств, у яких продюсер виконує головну роль [5,с.74].

Український сегмент кіновиробництва керується Законами України «Про кінематографію» та «Про державну підтримку кінематографії в Україні». Саме вони визначають правові основи та норми виробництва, дистрибуції, показу та реалізації фільмів [11].

Важливим, також, є дослідження «Портрет глядача українського кіно в кінотеатрі», що було виконано на замовлення ГО «Детектор медіа» Київським міжнародним інститутом соціології у співпраці з центром «Соціальні індикатори» у 2019-2020 рр. Використання методу face-to-face інтерв'ю дозволило отримати верифіковані дані про реальні вподобання публіки з 26-ти кінотеатрів України (Київ, Харків, Одеса, Львів). Це дослідження є компатєбильним, оскільки воно поєднує теоретичне планування з реальними показниками попиту, що дає вдосконалити розробку ефективної стратегії промоції продукту [24].

1.2 Ключові поняття: кіновиробництво, кіноринок, продюсерська практика

Сьогодні, у науковому та практичному середовищі процес кіновиробництва позиціонується як багатовекторний цикл, що виходить за межі знімального майданчика. Адже він охоплює всі процеси виготовлення фільму: від зародження ідеї (development) до фінального показу глядачу (exhibition) [44]. Такий підхід нівелює застарілий погляд на виробництво фільму, що закінчується на процесі фільмування. Саме тому в глобальній аналітиці домінує концепція «value chain» – ланцюга створення вартості, де кіновиробництво розглядається, як мережева екосистема зі створення та циркуляції аудіовізуального продукту.

Кіноринок зараз можна розглядати як динамічний простір для взаємодії між ключовими гравцями: фондами/донорами, приватним капіталом, творчими командами, стримінговими платформами та глядачами. З цього випливає, що кризові стани ринку часто спровоковані не дефіцитом контенту чи його якістю, а неефективністю комунікації між «авторами» та «споживачами». Це яскраво демонструє українське дослідження 2020 року [24], де значна увага приділена саме каналам отримання інформації, факторам вибору та бар'єрам купівлі квитка.

Сучасна продюсерська діяльність трансформувалась у стратегічне управління життєвим циклом кінопроєкту, що поєднує правові, творчі та фінансові компетенції. Продюсер забезпечує баланс між авторським творчим задумом, фінансовими можливостями та вимогами ринку.

1.3 Короткий огляд наукових і професійних джерел

У науковій літературі роль «продюсера» у кіновиробництві розглядається через три основні призми:

1. творчо-організаційна – де продюсер виконує роль посередника між авторським задумом режисера та реалізацією проєкту;
2. індустріально-економічна – тут продюсер виконує роль фінансового менеджера, а також, займається питанням прав та пошуком каналів монетизації та комерціалізації готового продукту;
3. соціокультурна – у якій продюсерська діяльність пов'язується з формуванням національних наративів, культурною політикою, репрезентацією, тощо[44, 4, с.50].

Такі погляди на професію продюсера не є взаємовиключними, а навпаки, комплексно, формують найбільш повну картину реальних обов'язків та принципів роботи у сучасній європейській та українській сфері аудіовізуального мистецтва.

Цю тезу яскраво підтверджено у матеріалах UNESCO [31, с. 62], де наголошується на дуалістичній природі кінематографу в цілому: він є одночасно і економічним ресурсом, і носієм культурних цінностей.

Емпіричні дані Європейської аудіовізуальної обсерваторії за 2024 рік демонструють складну динаміку: попри незначне скорочення кількості відвідувачів (841 млн у Європі – на 2% менше показників 2023 року), фінансові показники залишились сталими – на рівні 6,66 млрд. євро. Ключовою характеристикою ринку залишається національна орієнтованість: 68% переглядів європейського кіно припадає на внутрішні ринки країни-виробника. Отже, життєздатність кіносектору напряму залежить від ефективності локальних продюсерських та дистрибуційних стратегій [19].

Регламенти Ради Європи та ініціативи Creative Europe MEDIA підкреслюють тезу трансформації індустріальних стандартів: сучасний продюсер фокусується на крос-культурній взаємодії та початковий етап створення фільму з прицілом на глобальний ринок [2, с. 11]. А модель класичного прокату фільму в межах однієї країни-виробника витісняється стратегією трансграничної дистрибуції. А отже, життєздатність фільму тепер залежить від здатності залучати капітал з різних джерел та інтегруватися в мережі міжнародних стрімінгових платформ та мовників.

1.4 Сучасний стан кіновиробництва у міжнародному та українському контекстах

Нині сучасна сфера кіноіндустрії перебуває у стані перебудови та змін. Пандемія COVID-19 пришвидшила довгострокові зміни, через скорочення відвідуваності кінотеатрів:

- зросла роль стрімінгових сервісів (Netflix, Disney, Amazon Prime Video, HBO Max, Apple TV+, тощо...)
- скоротився проміжок між кінотеатральним прокатом фільму та його релізом на стрімінгових сервісах;
- касовий потенціал дедалі більше концентрується в подієвих, франшизних або висококонцептуальних проєктах [21, с. 124].

Пріоритети споживачів зміщуються від традиційного прокату фільму до мультиплатформного споживання, що змушує продюсерів переглядати класичні схеми дистрибуційних вікон. Це означає, що в сучасних реаліях успіх фільму залежить не лише від виробничої якості, а й від стратегії адаптації до стрімінгових сервісів та здатностей продюсера залучати аудиторію в позакінотеатральних просторах [25].

На відміну від голлівудської вертикально-інтегрованої системи (де ключову роль відіграє масштаб приватного капіталу і вертикальна інтеграція великих компаній), європейський сектор функціонує як розгалужена система публічної та інституційної підтримки (акцент йде на мережу фондів, регіональних інституцій, програм підтримки та ко-продукційних механізмів) [5, с. 42].

Саме тому сучасні продюсерські практики рухаються у бік гібридних моделей: поєднання державної підтримки, приватних інвестицій, ко-продукцій, попередніх продажів, тощо.

Сучасний етап розвитку вітчизняного кінематографу слід визначати як асиметрично-трансформаційний. З одного боку, галузь опирається на розгалужену нормативну базу, що забезпечують правове врегулювання процесів створення, дистрибуції та збереження аудіовізуального контенту. Також, важливим вектором залишається інтеграція у європейську індустріальну мережу, що підкріплено приєднання до оновленої Конвенції Ради Європи про кінематографічну ко-продукцію [27, с. 17].

З іншого боку, повномасштабне вторгнення і військовий стан в країні стали каталізатором критичної інституційної вразливості сектору. Аналітичні звіти Держкіно за 2023 рік фіксують вимушене призупинення грантових конкурсів через дефіцит державного фінансування. Водночас за підтримки Держкіно в цей же рік було створено 19 фільмів різних форматів, зокрема повнометражних ігрових, документальних та короткометражних стрічок [24].

Поточна міжнародна видимість українського кіновиробництва значною мірою стала можливою завдяки міжнародним партнерствам, фестивальним контактам та професійним зв'язкам, сформованим ще до повномасштабної війни.

Разом з тим українська кіноіндустрія демонструє міжнародний потенціал. У 2023 році українські та копродукційні проєкти були широко представлені на провідних міжнародних кінофестивалях і професійних кіноринках. Зокрема документальний фільм «Ми не згаснемо» Аліси Коваленко було представлено на Берлінале, стрічку «Photophobia» Івана Остроховського — на Венеційському кінофестивалі, а фільм «Ля Палісіада» Філіпа Сотниченка отримав міжнародне фестивальне представництво в межах Роттердамського міжнародного кінофестивалю.

Внутрішній ринок також підтверджує стійкий попит на якісний національний продукт: анімаційний фільм «Мавка. Лісова пісня» зібрав понад 156 млн грн у прокаті 2023 року, а стрічка «Люксембург, Люксембург» — понад 34 млн грн за результатами українського прокату 2022 року.

Отже, можемо зробити висновок, що українське кіно може бути комерційно успішним, проте це залежить від масовості таких кейсів та сталої роботи всієї екосистеми ринку.

1.5 Значення дослідження глядача для розуміння галузі

Результати соціологічного моніторингу «Портрет глядача українського кіно в кінотеатрі» показують, що основна прогалина лежить саме у розриві між творчим продуктом та потенційним глядачем. Дослідники акцентують на необхідності вивчення поведінки споживача. Анкета, що зосереджена на мотивації та бар'єрах відвідування кінотеатрів, доводить: наявність фільму – ще не гарантує його зустрічі з глядачем [23].

Статистика відвідуваності вказує на відсутність інерційного попиту: навіть лояльні глядачі (понад 50% з яких відвідують кіно рідше ніж раз на місяць) щоразу потребують нових стимулів для купівлі квитка.

Портрет аудиторії вказує на те, що українське кіно має потужне ядро в інтелектуальному сегменті освічених глядачів віком 18-44 роки. Проте воно все одно програє при виході на масові національні масштаби [23].

Особливо показовим є висновки документа щодо промоції – системна слабкість лежить в комунікації, маркетингу, промоції. Українські продюсери починають просування фільму напередодні старту прокату, зазвичай одноманітно, одноканально та передбачувано. Через слабку та недостатню рекламну кампанію українські якісні фільми зазвичай провалюються в національному прокаті.

1.6 Міжнародні та українські моделі продюсерської практики

На основі аналізу світової практики побудови кінопроцесу можна виокремити три основні напрямки:

1. Корпоративно-індустріальна модель (голівудський тип)

Характерно: великий приватний капітал, франшизність, маркетингово орієнтована логіка виробництва, висока роль мейджорів, максимальна інтеграція розробки, виробництва, дистрибуції та мерчандайзингу.

Попри глобальну експансію, ця модель рідко стає базовою для європейських країн, оскільки несе ризик нівелювання національній культурній самобутності.

2. Публічно-партнерська модель (європейський тип)

Характерно: національні фонди, регіональні програми, телеканали, міжнародні фонди, Creative Europe MEDIA, Eurimages, фестивальні ринки, приватні партнери, тощо.

Головна місія продюсера тут – поєднати автентичність проєкту з його потенціалом для міжнародного співробітництва.

3. Гібридно-цифрова модель (платформний тип)

Характерно: виробництво орієнтоване на серіальність, цифрову дистрибуцію, замовлення платформ, співпрацю з мовниками.

Важливим стає популяризація проєкту через різні цифрові канали та пошук інвестицій в ґрунтовний девелопмент проєкту.

Історично українська продюсерська практика розвивалась як гібридна система, де важливу роль відігравала держава. Це сформувало специфічний тип професійних компетенцій: продюсер мав одночасно володіти навичками грантового менеджера, вести переговори з державними інституціями, формувати пакет необхідних документів, забезпечувати прозору звітність, а також, не

забувати про творчу складову професії, займатись креативним управлінням, промоцією, маркетингом та рекламою.

В умовах війни, українська модель ще більше наблизилась до гібридної і стала, певним чином, «виживальною» для вітчизняного кінематографу. Аби забезпечити реалізацію проєкту продюсер має поєднувати механізми національної співпраці, приватні партнерства, ко-продукції, міжнародні грантові системи та інші платформні можливості.

Таким чином, це наближує Україну до європейської моделі, але не тому що український ринок до цього готовий, а тому що війна стала каталізатором екстремальних змін і зробила кооперацію і диверсифікацію фінансування майже безальтернативними [34, с. 27].

Сучасну сферу аудіовізуального мистецтва варто розглядати як цілісну екосистему, де творча складова проєкту є невід'ємною і нерозривною частиною від фінансової, правової, маркетингової та промоушн складових. Глобальна світова практика доводить, що життєздатність проєкту забезпечує не лише якісний сценарій та цікава форма подачі, але й спроможність інтегрувати це в єдину стратегію по просуванню кінопродукту.

У ХХІ столітті роль продюсера трансформується – він стає ключовою особою стратегічного управління, що поєднує в собі всі вектори реалізації проєкту.

РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПЦІЯ ПРОЄКТУ «ВИХІД»

1. Логлайн фільму «ВИХІД»

Коли вихід метро завалює після вибуху ракети, група випадкових пасажирів опиняється в ізоляції. У боротьбі за обмежені ресурси та кисень їхніми головними ворогами стають не обставини, а конфлікти, які кожен приніс із собою під землю.

Цільова аудиторія

Цільова аудиторія фільму «ВИХІД» формується на основі жанрової специфіки (соціально-психологічна драма з елементами трилера), екзистенційної тематики та позиціонування даного проєкту як соціально значущого авторського кіно з високим потенціалом для міжнародної та фестивальної дистрибуції.

До первинної цільової аудиторії проєкту належать:

- люди 18-55 років, які мають безпосередній або опосередкований досвід перебування в укриттях, переживання ракетних атак та блекаутів. Аудиторія, що шукає механізми осмислення колективної травми;
- військові, ветерани, АТО-шники та їхні родини: через лінію головних героїв Олександра та Аліни, фільм рефлексує над проблемами реінтеграції, ПТСР та вибору між обов'язком і особистим життям;
- молодь та інтелектуальні верстви населення, що цікавляться питанням етики, гуманізму та психології поведінки людини в критичних та екстремальних умовах;

- міжнародний фестивальний глядач, який прагне зрозуміти людське обличчя української війни через універсальні та зрозумілі теми страху, зради, любові та виживання;
- студенти гуманітарних, мистецьких, соціальних спеціальностей;
- поціновувачі авторського українського сучасного кінематографу;
- відвідувачі подій, культурних фестивалів, дискусій, тощо.

До вторинної цільової аудиторії фільму належать:

- професійне кіно- та фестивальне середовище, кінокритики, дистриб'ютори, куратори міжнародних програм і тд;
- глядачі цифрових платформ та стрімінгових сервісів;
- лідери думок та активісти, просувають наративи української стійкості;
- медіа, life-style видання, які пишуть про сучасну Україну та політичну ситуацію в країні.

Аналітичні дані Медіатреку 2025 року дозволяють скорегувати остаточні очікування від прокату фільму. Завдяки грамотному комбінуванню жанрів проєкт «ВИХІД» долає загальне сприйняття фільму як воєнної драми. А інтеграція елементів трилера, саспенсу та динамічного сюжету дозволяє вийти за межі класного артхаусу.

Таким чином, фільм «ВИХІД» має великий потенціал залучення масового глядача. Проєкт вдало балансує між емоційним катарсисом та інтелектуальним викликом, що робить його конкурентноспроможним як та внутрішньому ринку України, так і в межах міжнародної та фестивальної дистрибуції.

2. Формат

Вибір формату повнометражного фільму для реалізації проєкту «ВИХІД» є найбільш доцільним рішенням, що впливає зі структури та жанрової специфіки сценарію.

Жанр соціально-психологічної драми з елементами трилера в умовах замкнутого простору потребує значного екранного часу, щоб поступово розкрити кожного персонажа. Оскільки проєкт «ВИХІД» є ансамблевою драмою, де історія кожного героя має свою завершену арку. В такому випадку формат повного метру дозволяє:

- вибудувати психологічну динаміку всередині замкненого простору: від шоку, паніки, до стадії соціальної деградації і фінальної – солідаризації;
- передати трансформацію «незнайомців у спільноту»;
- розкрити метафоричність локації – метрополітен не просто сховище, а місце очищення та переродження людей.

Використання ігрової форми кіно дозволить якісно попрацювати з візуальною та шумово-звуковою складовими: тиша тунелів, далекі вибухи ззовні, гра світла ліхтариків у суцільній темряві станції та ін. Все це створить необхідний рівень напруги та атмосфери, що є ключовим для авторського проєкту.

Орієнтовна тривалість фільму становить 90-100 хвилин. Такий хронометраж є оптимальним для збереження ритмічної структури трилера в закритому просторі. Це дозволить повноцінно розкрити не лише центральний конфлікт Олександра та Аліни, але побічні лінії, що в сукупності створить картину цілісного зрізу українського суспільства перед обличчям катастрофи.

3. Жанр

Жанр проєкту «ВИХІД» визначено як соціально-психологічна драма з елементами трилера. Такий вибір жанру зумовлений необхідністю поєднати гострі зовнішні обставини (повітряна тривога, вибухи, замкнений простір) із глибоким аналізом психології внутрішнього стану героїв. Основа історії – це власні конфлікти персонажів та їхня здатність до об'єднання в умовах смертельної небезпеки. Попри елементи саспенсу, основою драматургії є не напруга як самоціль, а особисті історії героїв, що розгортаються в умовах ізоляції та постійної загрози.

Соціальна складова жанру реалізується через зображення зрізу сучасного українського суспільства в кризовий момент. Київський метрополітен стає мікромоделлю соціуму, де оголюється найактуальніші питання: ПТСР, криза сімейних стосунків, ідеологічна прірва та самотність, професійна етика, тощо.

Фільм «ВИХІД» рефлексує над досвідом життя в умовах постійної загрози та вимушеної спільності, який став близьким багатьом українцям після початку повномасштабного вторгнення.

Елементи трилера в проєкті виконують функцію певного каталізатора. Адже саме вони працюють на створення психологічного тиску, підсилення внутрішньої вразливості героїв, змушуючи їх зняти маски та продемонструвати їхню справжню природу.

Проєкт «ВИХІД» – це історія про пошук світла у темряві. Саме це перетворює фільм з воєнної хроніки на універсальну екзистенційну «притчу» про вихід із внутрішнього лабіринту.

4. Обґрунтування продюсерського задуму та його соціально-культурної цінності

Продюсерська концепція фільму «ВИХІД» базується на синтезі виразної авторської кіномови, актуального національного дискурсу та високої виробничої складності. Основна мета проєкту – створення повнометражного ігрового фільму, що трансформує герметичний простір київського метрополітену в широкий майданчик для суспільного обговорення колективної травми, етики, виживання та збереження моральних цінностей в умовах війни.

«ВИХІД» – це авторське кіно з чітко окресленою ідентичністю, орієнтоване на міжнародні фестивальні майданчики класу «А» та широку національну дистрибуцію. Одна з головних задач – створення напруженого, емоційно насиченого наративу, де кожен звук та кадр працюють на розкриття внутрішнього світу персонажів. Висвітлення болючих тем – від ідеологічних розколів до особистої зради – є головною конкурентною перевагою проєкту.

Культурна цінність продукту полягає в чіткій артикуляції тем, які є суспільно значущими для сучасного українського глядача: подолання ПТСР, вибір між власним життям і громадянським обов'язком, єдність як шлях до порятунку, деконструкція проросійських наративів.

Фільм «ВИХІД» демонструє як екстремальна ситуація зриває соціальні маски з людей, оголює їхню сутність, змушуючи кожного пройти через «внутрішній суд». Сюжет перетворюється на історію цілої нації, що живе в стані граничної вразливості, але не втрачає здатності до взаємодопомоги.

Продюсерський задум полягає у створенні цілісного аудіовізуального твору, що поєднує в собі:

- емоційну достовірність – залучення акторів, що здатні передати складні психологічні стани в умовах замкненого простору;
- виробничу реалістичність – розробка плану та графіку зйомок у діючому просторі метрополітену з використанням сучасних технологій освітлення та звукового дизайну;
- фестивальний та ринковий потенціал – позиціонування фільму як «української екзистенційної драми нового типу», що цікава світу не лише через контекст війни, а й через універсальну історію про людську витривалість.

РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА ТА ПРОДЮСЕРСЬКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

1. Опис планування реалізації проєкту

Процес планування та виробництва фільму «ВИХІД» розглянуто як складний, багатошаровий, комплексний процес, що охоплює не тільки технічну організацію знімального процесу, а й вибудовування фінансової, правової, комунікаційної, маркетингової та дистрибуційної стратегії. Такий підхід для реалізації даного проєкту – максимально сучасний (за міжнародними критеріями продюсування) та оптимальним для забезпечення балансу між художньою та виробничою частинами. Кожен етап роботи спрямований на те, що зберегти унікальність фільму, адаптуючи її до вимог ринку та бюджету.

Для зручності реалізації повнометражного ігрового фільму «ВИХІД» у жанрі соціально-психологічної драми з елементами трилера було розділено діяльність на логічні етапи роботи.

Девелопмент. На цьому етапі відбувається основна робота над драматургічним матеріалом, закладаються параметри, що визначають успіх пітчінгу та подальшого фінансування.

У межах етапу девелопменту проєкту «ВИХІД» передбачено:

1. фіналізація сценарію з акцентом на багатолінійній структурі (ансамбль персонажів), чіткому визначені арок кожного з персонажів та їхніх етичних дилем;
2. узгодження темпоритму «герметичного трилера», де напруга має постійно зростати в умовах однієї локації;

3. створення повного пакета документів (логлайн, синопсис, тритмент, режисерське бачення, продюсерська заявка, moodboard, тощо), для презентації проєкту стрічки іноземним партнерам та фондам.

Фінансове та правове моделювання. На цьому етапі важливо зафіксувати за рахунок яких джерел буде профінансовано створення фільму, яка частина витрат є фіксованою, а яка змінною, на яких етапах необхідний найбільший фінансовий ресурс, а на яких можна обійтись коригуванням витрат без втрати художньої якості.

Ключові завдання фінансового та правового етапів:

1. складання детального кошторису з виділеннями виробничого ядра резервного фонду;
2. пошук можливостей для копродукції та державної підтримки;
3. оформлення авторських прав на сценарій;
4. укладання угод із ключовим творчим складом команди (режисер, оператор, композитор);
5. отримання дозволів на зйомку на об'єктах критичної інфраструктури метрополітену;
6. врегулювання питання використання музики та локації для зйомок.

Препродакшн. На цьому етапі роботи над проєктом «ВИХІД» команда переходить до реального виробничого процесу.

Основні пріоритети етапу препродакшину:

1. вибір і фіксація локацій для зйомок (вибір станцій метро, що підходять за архітектурою, технічне освоєння тунелів метрополітену, службових приміщень, тощо);
2. проведення кастингу акторів у фільм;

3. складання календарно-постановочного плану (КПП);
4. погодження виробничої логістики проєкту (для великої кількості масовки – пасажирів метро);
5. організацію технічного забезпечення;
6. синхронізація роботи всіх департаментів.

Виробництво. Період найвищої концентрації усіх ресурсів виробництва фільму. Продюсерський контроль спрямований тут на дотримання графіку в умовах складних нічних змін та емоційно виснажливих сцен.

У межах етапу виробництва передбачено:

1. контроль дотримання КПП;
2. забезпечення роботи всіх департаментів на знімальному майданчику;
3. контроль виконання фінансового плану проєкту;
4. оперативне реагування та вирішення форс-мажорних ситуацій;
5. координація виробничої комунікації між усією командою.

Постпродакшн. У стрічці «ВИХІД» велике значення має атмосфера, пауза, тиша, темрява, темпоритм. Саме фінальний монтаж та звуково-шумова обробка матиме вирішальне художнє значення.

На етапі постпродакшину стоять такі завдання:

1. побудова та контроль виконання графіку монтажу;
2. організація та контроль етапу sound-дизайну;
3. виконання кольорокорекції фільму;
4. підготовка фінальних технічних носіїв;
5. виготовлення фестивальних копії, субтитрування фільму, трейлера, постеру, преспаків.

Дистрибуція та PR. В рамках продюсерського підходу планування виготовлення повнометражного фільму, завдання продюсера не закінчуються на етапі постпродакшину. Важливим етапом є виконання дистрибуційної та PR-стратегій.

Для етапу дистрибуції та PR заплановано виконання таких завдань:

1. розробка календарного плану подач на фестивалі та спеціалізовані тематичні майданчики;
2. створення візуального PR-стилю для просування фільму;
3. робота з медіа: підготовка ексклюзивних матеріалів, організація інтерв'ю з командою;
4. співпраця з лідерами думок (блогери, психологи, волонтери) для обговорення теми колективної стійкості та ПТСР;
5. планування національного кінорелізу;
6. перемовини з стримінговими сервісами.

Підсумовуючи опис планування проєкту «ВИХІД» вибудовується повноцінна цілісна стратегічна продюсерська модель.

2. Структура команди

| Посада | Основні функції | Значення для реалізації проєкту |
|--|--|---|
| Продюсер фільму | Загальна координація проєкту, формування виробничої, фінансової, правової, фестивальної та дистрибуційної стратегії | Забезпечує цілісність проєкту на всіх етапах — від девелопменту до просування готового фільму |
| Виконавчий продюсер | Контроль щоденної реалізації виробничого плану, бюджету, графіка, взаємодія з виробничими службами | Підтримує стабільність виробничого процесу та виконання продюсерських рішень у практичній площині |
| Лінійний продюсер / координатор виробництва | Організація знімального процесу, контроль логістики, графіків, оренди техніки, транспорту, координація департаментів | Забезпечує ефективне функціонування виробничої системи в межах конкретного бюджету і строків |
| Режисер-постановник | Художнє втілення сценарію, робота з акторами, простором, ритмом, мізансценами, атмосферою та візуальною мовою | Формує авторське висловлювання фільму і відповідає за його художню цілісність |
| Другий режисер | Організація знімального дня, виклик акторів, координація сцен, контроль виконання денного плану | Поєднує творчу частину з виробничою дисципліною, забезпечує керуваність знімального процесу |

| | | |
|--|---|---|
| Скрипт-супервайзер | Контроль безперервності сцен, фіксація змін, відповідність знятого матеріалу сценарію | Допомагає зберегти драматургічну логіку та точність монтажного матеріалу |
| Оператор-постановник | Робота в умовах екстремально низької освітленості, використання мобільних камер для динамічних сцен у тунелях | Створює візуальне відчуття клаустрофобії та «лімбу» підземки |
| Фокус-пулер / асистенти оператора | Забезпечення технічної точності роботи камери, фокусування, підготовка оптики та обладнання | Підтримують стабільність операторського процесу й технічну якість зйомки |
| Гафер | Робота з нестандартними джерелами світла: ліхтарики, екрани телефонів, аварійне освітлення | Світло є повноцінним «персонажем», що дає надію або лякає |
| Освітлювальна група | Технічна реалізація світлових схем, встановлення та обслуговування освітлювального обладнання | Забезпечує практичне втілення візуального стилю фільму |
| Художник-постановник | Створення декорацій зруйнованих станцій, завалів, тощо | Відповідає за масштабність катастрофи та візуальну достовірність «пастки» |
| Декоратор / художник по реквізиту | Підбір і оформлення предметного середовища, реквізиту, деталей інтер'єру | Підсилює психологічну достовірність і художню виразність локацій |

| | | |
|-----------------------------------|---|---|
| Художник по костюмах | Розробка візуального образу персонажів через костюм, соціальне маркування героїв | Допомагає розкривати характер, стан і трансформацію персонажів |
| Гример / художник із гриму | Робота з фактурним гримом (пил, піт, сажа, кров) та відтворення «старіння» травм протягом ночі | Підсилює реалізм фізичного виснаження героїв |
| Акторський склад | Втілення персонажів, психологічна й емоційна реалізація драматургічного матеріалу, взаємодія великої кількості людей в закритому просторі | Через мікроміміку та голоси передає трансформацію від паніки до об'єднання |
| Звукорежисер майданчика | Робота з акустикою бетонних залів, відлунням, звуками кроків у тунелі та глухими вибухами згори | Важливий для фільму, де звук є частиною атмосфери, напруги й просторової фактури, створює 50% напруги трилера |
| Бум-оператор | Технічне забезпечення запису звуку на майданчику | Підтримує якість синхронного звуку й чистоту матеріалу для постпродакшну |
| DIT / data manager | Збереження, копіювання, сортування й контроль відзнятого матеріалу | Забезпечує безпеку відзнятого матеріалу й організованість цифрового архіву |
| Директор картини | Організація матеріально-виробничого забезпечення, контроль побутових, технічних і адміністративних потреб | Координує функціонування знімального процесу як виробничої системи |

| | | |
|---|--|---|
| Локейшн-менеджер | Координація з КП «Київський метрополітен», погодження нічних зйомок на об'єктах критичної інфраструктури | Забезпечує доступ до унікальних локацій, що є основою візуального ряду |
| Адміністратор майданчика / виробничі асистенти | Поточна організаційна підтримка знімального процесу, комунікація між підрозділами | Підтримують ритм щоденного виробництва та дисципліну майданчика |
| Монтажер / режисер монтажу | Формування остаточного ритму фільму, відбір і побудова монтажної структури | Визначає фінальну драматургічну й емоційну форму стрічки |
| Саунд-дизайнер | Створення звукової концепції, робота з тишею, шумом, просторовою глибиною, психологічною напругою | Має особливе значення для проекту, де звук є повноцінним носієм атмосфери |
| Композитор / музичний редактор | Формування музичного шару, підбір або створення музики | Підсилює емоційний тон і художню єдність фільму |
| Колорист | Фінальна кольорокорекція та побудова візуальної палітри | Забезпечує цілісність нуарної стилістики й тональності проекту |
| Фахівець із титрування та фінальних носіїв | Підготовка субтитрів, DCP, фестивальных копій та фінальних технічних версій | Робить фільм готовим до фестивального, прокатного та платформеного життя |
| Каскадери / постановники трюків | Розробка сцен обвалів, падіння уламків на акторів, складних переходів через завали | Забезпечення безпеки акторів у сценах фізичної небезпеки |

3. Бюджет

Бюджет проєкту «ВИХІД» представлений у Додатку 1 і відображає фінансову модель повнометражного ігрового фільму (90 хвилин) із запланованим знімальним періодом у 25 змін.

Нижче наведено аналіз основних показників та опис структури бюджету на основі даних з Додатку 1.

Загальні виробничі параметри:

- девелопмент – 120 днів;
- кастинг – 30 днів;
- підготовчий та знімальний періоди – по 45 днів кожен;
- постпродакшн – 90 днів;
- загальна тривалість виробництва – приблизно 11 місяців.

Гонорари та авторська винагорода:

- сценарист – 440 000 грн;
- режисер-постановник – 660 000 грн;
- оператор-постановник – 300 000 грн;
- композитор – 220 000 грн;
- художник-постановник – 300 000 грн (за період).

Акторський склад:

- виконавець ролі Олександр – 625 000 грн (25 000 грн зміна);
- виконавиця ролі Аліна – 550 000 грн (22 000 грн зміна);
- актори масових сцен – 1000 000 грн (800 грн зміна);
- каскадери – 36 000 грн (6000 грн зміна).

Бюджет дуже детально прописує акторський склад (від головних героїв до епізодичних ролей, масовки та ін.). Наявність каскадерів та великої кількості змін свідчить про насиченість фільму активною дією, динамікою, трюками та емоційно-фізичними сценами.

Важливо, що бюджет проєкту (Додаток 1) підготовлений у форматі подачі відповідній для грантових інституцій, що відповідає продюсерській стратегії змішаного фінансування, описаній вище.

Отже, бюджет проєкту «ВИХІД» представлений у Додатку 1 є реалістичним та відповідає стандартам реалізації авторського кіно. Він збалансований між гонорарами та витратами на виробничу якість. Основним фінансовим викликом для продюсера проєкту є забезпечення стабільного фінансового потоку.

4. Ризики

Системний ризик-менеджмент у проєкті «ВИХІД» дозволяє розглядати виробництво фільму не лише як творчий процес, а як структуру, де кожен етап захищений від потенційних загроз і чітко прописаний план вирішення кризових ситуацій.

Драматургічні ризики.

Загрози: перевантаження сюжету великою кількістю персонажів, втрата фокусу уваги глядача; перетворення соціально-психологічної драми на військову катастрофу без глибинного переосмислення; складність балансу ідеологічних ліній, щоб вони не виглядали плакатно.

Мінімізація: ретельне доопрацювання структури ансамблевої драми, проведення фокус-груп задля перевірки розуміння мотивації та арки кожного героя, робота з кожним виконавцем над внутрішнім монологом його персонажу в умовах тиші і темряви.

Виробничі-безпекові ризики. Основний виклик полягає в чіткій організації логістичних та технічних нюансів в умовах військового стану в країні.

Загрози: реальні ракетні обстріли під час зйомок, обмежений доступ до об'єктів критичної інфраструктури (метро), технічна складність зйомок у тунелях метрополітену, збої енергопостачання.

Мінімізація: отримання спеціальних дозволів Міністерства оборони та КМДА, розробка безпекових протоколів швидкої евакуації знімальної групи, використання автономних систем живлення, комбінування натурних зйомок у метро з павільйонними декораціями для сцен завалів.

Фінансові ризики. Можливі загрози пов'язані з неправильним / нерівномірним розподілом бюджету між всіма етапами реалізації проєкту.

Загрози: недооцінка витрат на звук, колір, фестивалльне просування, перевитрати через нічні зміни, затримки, тощо, зростання вартості оренди спец обладнання.

Мінімізація: складання детального кошторису з резервним фондом на випадок незапланованих ситуацій, пріоритетне бюджетування критичних, надважливих статей, жорсткий фінансовий контроль на кожному етапі виробництва фільму.

Кадрові та етичні ризики. Оскільки проєкт «ВИХІД» досліджує реакцію людської психіки та її поведінку під час сильного стресу і загрози смерті, тому захист акторського касти є важливою частиною виробничої етики.

Загрози: помилка кастингу, емоційне вигорання / виснаження акторів та команди, ретравматизація акторів / масовки через відтворення реальних трагічних подій.

Мінімізація: залучення психологів як консультантів на майданчик, впровадження протоколів «декомпресії» для всієї команди після важких нічних змін, чітке розмежування реальної небезпеки та кінематографічної інтерпретації подій, робота з інтимним координатором для сцени пологів.

Дистрибуційні ризики. Можлива помилка у позиціонуванні авторського кіно на комерційному ринку.

Загрози: втрата фестивального статусу через передчасний реліз, невідповідність маркетингової та PR-стратегії жанру «соціально-психологічна драма з елементами трилера», перенасичення ринку воєнним контентом, етична чутливість даної теми.

Мінімізація: стратегія festival-first, збереження прем'єрного статусу для фестивалів класу «А», позиціонування не як фільму «про війну», а як «екзистенційний трилер про людяність», активна комунікація з лідерами думок, ветеранської та волонтерської спільноти.

Наведена система ризик-менеджменту забезпечує комплексний підхід запобігання форс-мажорних обставин та створює чіткий алгоритм дій для мінімізації потенційних вразливостей. Пріоритет безпеки знімальної групи та психологічного комфорту акторів у поєднанні з жорстким фінансовим контролем дозволяє мінімізувати вплив зовнішніх форс-мажорних обставин. Такий підхід робить фільм не лише мистецьким висловлюванням, а й зразком відповідального кіновиробництва в умовах кризи, що значно підвищує його шанси на отримання міжнародної підтримки та довіру майбутнього глядача.

5. Юридичний супровід

Юридичний супровід проєкту «ВИХІД» передбачає створення цілісної правової стратегії на всіх етапах реалізації кінострічки.

Легітимізація сценарної основи. Оскільки сценарій фільму – є першоджерелом аудіовізуального твору, критично важливо врегулювати відносини між продюсером та авторкою/режисеркою тексту через договір, що буде охоплювати:

- обсяг майнових прав: чітке визначення меж переданих або умов ліцензування;
- виробнича гнучкість: право на редакторське доопрацювання тексту відповідно до потреб знімального процесу;
- презентаційне використання: можливість залучення сценарію для участі у пітчінгах, грантових програм та конкурсах держпідтримки;
- похідні твори: закріплення прав на синопсиси, тритменти, та промо-матеріали, створені на основі сценарію.

Договірні відносини з творчим складом команди. Правова стабілізація взаємодії з ключовими учасниками творчого процесу, де детально буде прописано:

- фіксація функціоналу, посадових обов'язків, дедлайнів та умов винагороди;
- гарантія того, що всі результати творчої праці (візуальне рішення, монтаж, виконання) переходять до продюсера;
- в контрактах з акторським складом передбачені окремі умови щодо зйомок у психологічно складних сценах або епізодах з фізичною напругою, інтимними сценами, тощо. Це буде гарантувати безпеку всіх сторін.

Дозвільна документація локацій включає в себе:

- дозволи на зйомку на об'єктах критичної інфраструктури, що чітко регламентують графік зйомок, доступ техніки та відповідальність за цінність майна;
- перевірку прав на використання в інтер'єрах знаків чи брендів, що можуть бути об'єктами авторського права.

Музичний та аудіовізуальний контент. Створення атмосфери для авторського кіно потребує особливого підходу до звукового та шумового оформлення, що в свою чергу потребує врегулювання прав таким чином:

- договори з композитором на створення оригінального саундтреку вистави;
- оформлення прав на вже існуючі треки / звуки / шуми, що можуть бути використані у фільмі.

Юридичний супровід виробничого циклу забезпечується:

- договорами оренди обладнання, транспортних послуг та роботи сервісних компаній;
- врегулюванням питань техніки безпеки на майданчику;
- страхуванням життя, здоров'я учасників та дорогої техніки.

Поствиробничий етап та міжнародна дистрибуція переводить роботу в площину формування фінального аудіовізуального твору. Юридичний супровід цього етапу забезпечується:

- узгодження порядку зазначення авторства всіх учасників проєкту;
- підготовка пакет документів, що підтверджують безперечність прав продюсера для участі в міжнародних кінофестивалях;

— розробка прозорої правої, юридичної бази для залучення іноземних партнерів, що включає розподіл часток участі та територій дистрибуції.

Таким чином, юридичний супровід проєкту «ВИХІД» є комплексним та захищає інтелектуальні, майнові та етичні права усіх учасників творчого процесу. Упорядкована правова база проєкту створює надійний фундамент для потенційних копродукцій.

РОЗДІЛ 4. МАРКЕТИНГ, ДИСТРИБУЦІЯ І ПЕРСПЕКТИВИ РЕАЛІЗАЦІЇ

4.1. PR-стратегія

Комунікаційна стратегія фільму «ВИХІД» базується на принципі поетапного розгортання, де головний акцент зроблений на резонуванням з особистим досвідом кожного українця. Для авторського кіно в умовах військово часу цей формат є найоптимальнішим, оскільки він концентрує спільний біль та рефлексує його мовою зрозумілою для різної аудиторії.

Якщо провести швидку аналітику українських кейсів, масштабні історичні чи пригодницькі екшнни, наприклад «Довбуш», використовували масову стратегію промоції з широким охопленням. Натомість успішні авторські проєкти, такі як «Люксембург, Люксембург» вибудовували свою PR-стратегію через фестивальну репутацію. З огляду на це, фільм «ВИХІД» обирає шлях інтелектуального трилера з глибоким соціально-психологічним підтекстом, подібно до кейсів проєктів «Памфір» та «Бачення метелика», де фестивальний успіх стає фундаментом для національного просування [5, с. 112].

Перший етап – Девелопмент і формування комунікаційної стратегії

Головна мета – сформувати візуальний та змістовний маніфест стрічки. Важливо зафіксувати естетичний код фільму: від монументальної, холодної, сирієї архітектури метрополітену до інтимного світла телефонних ліхтариків у повній темряві метро.

Інструменти:

- mood teaser, концептуальні кадри;
- розгорнуті інтерв'ю/заяви продюсера та режисера;
- базовий преспакет двома мовами (англійська, українська);

— участь у сценарних лабораторіях, пітчингах, тощо.

Інфоприводами на цьому етапі стануть анонси тізера, назви та логлайну, презентація концепт-арту «заблокованої станції». Комунікація здійснюватиметься через власні сторінки проєкту у соціальних мережах Instagram, Facebook, Threads, TikTok. Також заплановано створення україномовної промосторінки проєкту та публікації у професійних і культурних медіа: Детектор Медіа, Moviegram, Кіно-Коло, Суспільне Культура, The Village Україна, Лівий берег, Vogue, тощо.

Другий етап – Виробництво та постпродакшн

На цьому етапі комунікаційна стратегія просування фільму «ВИХІД» має зосередитись на атмосфері занурення та технічній унікальності проєкту.

Інструменти:

- естетизовані виробничі щоденники проєкту (робота на знімальному майданчику, робота над монтажем, звуком, костюмами, тощо);
- атмосферне представлення акторського ансамблю, зйомка тематичних відео для розкриття характерів;
- перші офіційні кадри.

Інфоприводами стане: оголошення касту, перші кадри зі зйомок фільму, початок та завершення зйомок, презентація естетичної та музичної концепції.

Третій етап – Фестивальне позиціонування проєкту

Фільм «ВИХІД» має позиціонуватись як «дзеркало української стійкості», що яскраво демонструється через універсальні людські долі.

Основні акценти фестивальної комунікації:

- сучасний український контекст;
- дослідження етики виживання;
- солідарність незнайомців у замкнутому просторі;
- деконструкція «руського міра» через персонажа Тетяни Григорівни.

Головним інфоприводом тут має стати світова прем'єра фільму, участь у конкурсних програмах, перші відгуки критиків, отримані нагороди. Успіх та відгуки світової критики (Variety, Screen International) створять необхідний статус «важливого кіно», що обов'язкове до перегляду в Україні.

Четвертий етап – Національна кампанія та прокат

PR-стратегія просування фільму в Україні ґрунтується на точковій роботі з різними групами аудиторії:

- прем'єра фільму та серія спецпоказів у приміщенні метрополітену (для максимального імерсивного ефекту);
- дискусійні панелі, Q&A за участі психологів, військових, істориків, тощо.

Також, для посилення ефекту планується чотири типи партнерства:

- культурні: мережеві кінотеатри та артцентри;
- соціально-гуманітарні: фонди підтримки ветеранів, парамедиків, організацій, що працюють з постраждалими від війни, волонтери;
- освітні: профільні факультети (психологія, кінознавство, соціологія);
- аудіо-візуальні: музичні та відео платформи для поширення саундтреків, промороликів тощо, для створення атмосфери навколо показів;
- інституційні: партнерство з КП «Київський метрополітен» (інформаційні плакати, промо на моніторах у вагонах).

Обрана PR-стратегія для просування фільму «ВИХІД» є найбільш релевантною, оскільки вона конвертує художню значущість фільму в репутаційний капітал всієї країни. Вона вибудовує образ фільму як головного маніфесту року, що потрапляє в нерв та біль кожного українця та пропонує шлях до колективного катарсису.

4.2. Потенціал розповсюдження

Модель festival-first як репутаційний фундамент.

Оскільки проєкт «ВИХІД» орієнтований на глибоку ґрунтовну рефлексію над колективним військовим досвідом, найбільш доцільною моделлю розповсюдження є festival-first. За такої стратегії початковим етапом життя фільму стає міжнародна фестивальна прем'єра, що дає основний поштовх для подальшого просування.

Фестивальний етап виконує чотири ключові функції:

- Підтвердження художньої цінності фільму в середовищі світових кіноекспертів;
- відбір у конкурсну програму класу «А» стає маркером якості для міжнародних сейлз-агентів та стрімінгових платформ (Netflix, MUBI);
- генерація перших професійних рецензій та інтерв'ю;
- національний резонанс (український глядач краще реагує на фільм, що отримав міжнародне визнання).

Пріоритетні майданчики та прем'єрна дисципліна

З огляду на жанрову природу та тематику, найбільш релевантними майданчиками є Berlinale (Panorama), Locarno Film Festival та Sarajevo Film Festival, який традиційно фокусується на темах подолання наслідків воєнних конфліктів.

Важливим інструментом для проєкту є програма proMOTION від Українського інституту. Така підтримка для проєкту є критично важливою, адже успіх авторського кіно залежить не від масової реклами, а від точної комунікації з міжнародними публіцистами та пресою.

Селективний український прокат та арт-хаузна дистрибуція

Після завершення фестивального міжнародного циклу планується покази у кінотеатрах по всіх містах України.

Прем'єра фільму має відбуватись, як подія для аудиторії, що включає в себе:

- спеціальні покази;
- Q&A сесії з творчою групою проєкту;
- дискусії на базі ветеранських хабів та центрів.

Важлива перевага цього фільму – це те, що його тематика, гострота та актуальність тем поза часом дозволяють йому жити і після прокату у кінотеатрах. Партнерство з волонтерськими та психологічними організаціями дозволить організувати заходи та перегляди фільму, що будуть супроводжуватись обговоренням, що значно продовжить життєвий цикл фільму.

Цифрова дистрибуція

Після фестивалів, селективного прокату, спецпоказів логічним є показ фільму на стрімінгових платформах. Це дозволить охопити глядачів, які цікавляться соціально-психологічним кіно, але з якихось причин не змогли подивитись його у кінотеатрі. А існуючі відгуки, рецензії та нагороди слугуватимуть головним маркетинговим стимулом.

Обрана комунікаційна стратегія проєкту «ВИХІД» перетворює його на глобальний інтелектуальний продукт масового споживання. Послідовне вибудовування образу фільму як «головного висловлювання про незламність» забезпечує йому не лише ринкову стабільність, а й статус важливого культурного артефакту сучасної України.

4.3. Фестивальні плани

Для авторської соціально-психологічної драми з елементами трилера найбільш ефективним є така стратегія:

- міжнародний дебют;
- європейське просування;
- національна презентація.

Такий підхід допоможе нам отримати максимальну користь від головного активу авторського кіно – його фестивальну новизну – і тим самим підготувати ґрунт для виходу в національний культурний простір.

Стратегічним початком шляху визначено Berlinale (секція Panorama). Участь у цьому фестивалі дозволить презентувати фільм як актуальний соціально-політичний маніфест, що поєднує високу художню якість із гострим гуманістичним меседжем.

Наступним ключовим етапом стане Locarno Film Festival, який ідеально підходить для авторського кіно з акцентом на візуальну мову та психологізм. Sarajevo Film Festival залишається головним майданчиком для регіонального лідерства та верифікації воєнного контексту.

Наступними кроками стануть Warsaw International Film Festival та Tallin Black Nights. В Україні стратегічно важливим стане КМКФ «Молодість». Це дозволить претендувати на участь у міжнародній конкурсній секції FIAPF.

Фестивальний графік на 2027 рік:

- Лютий 2027: Berlinale (секція Panorama) — Світова прем'єра, запуск міжнародного PR;

- Серпень 2027: Sarajevo Film Festival — Регіональна прем'єра, фокус на балканський та український контекст;
- Серпень 2027: Locarno Film Festival — Презентація авторського бачення та візуальної естетики;
- Осінь 2027: Warsaw International Film Festival та Tallinn Black Nights — Європейська дистрибуція та робота з критиками;
- Жовтень 2027: КМКФ «Молодість» — Національна прем'єра, старт української промо-кампанії.

Кінотеатральний всеукраїнський реліз заплановано на 2028 рік.

4.4. Можливості копродукції

Стрічка «ВИХІД» володіє високим копродукційним потенціалом (модель, де українська сторона зберігає статус мажоритарного продюсера). Основними чинниками, що сприяють копродукції є:

- наявність іноземного персонажа – це створює пряму драматургічну підставу для залучення партнерів з Німеччини та ЄС, відкриваючи доступ до локальних європейських грантових програм та фондів;
- універсальність конфлікту: тема виживання людини в екстремальних умовах та пошук виходу є зрозумілим будь-якому глядачу в незалежності від географії існування;
- наявність в Україні дієвих механізмів державної підтримки мажоритарних та міноритарних міжнародних проєктів;
- чітко вибудована міжнародна законодавча база у сфері кінематографічної співпраці;
- універсальність драматургічного конфлікту, що робить проєкт привабливим для закордонного ринку.

Пріоритетними партнерами для фільму «ВИХІД» є компанії з країн Європи, оскільки вони зможуть забезпечити не лише фінансову підтримку, але й внесок у PR, sales та постпродакшину.

Отже, копродукційна модель для фільму «ВИХІД» - не лише спосіб оптимізації бюджету проєкту, але й інструмент для створення глобального інтелектуального продукту, що поєднує українську автентичність із європейськими стандартами кіновиробництва.

ВИСНОВКИ

У межах аналітичного коментаря до продюсерського проєкту «ВИХІД» було сформовано та обґрунтовано повний цикл реалізації повнометражного ігрового фільму у жанрі соціально-психологічної драми з елементами трилера.

У результаті проведеної роботи було повністю досягнуто мети через вирішення поставлених завдань:

- досліджено концептуальні, жанрові та драматургічні особливості проєкту, визначено, що поєднання соціально-психологічної драми з елементами герметичного трилера дозволяє найбільш ефективно розкрити тему колективної стійкості;
- сформоване продюсерське бачення та повна модель виробництва, обґрунтовано формат авторського кіно з великим глядацьким потенціалом, стратегія базується на збереженні авторської ідентичності як головної конкурентної переваги для міжнародного кіноринку;
- систематизовано процеси препродакшину, продакшину та постпродакшину, розроблено детальний поетапний план реалізації проєкту, що включає специфічні умови роботи на об'єкті критичної інфраструктури. Описано структуру команди, впроваджено систему кризис-менеджменту, де враховано всі нюанси: від ризиків до етичних протоколів;
- розроблено фінансову модель та маркетингову стратегію просування, сформовано реалістичний бюджет на 25 знімальних змін, що передбачає змішане співфінансування, маркетингова стратегія просування базується на поетапному просуванні проєкту – від створення візуального маніфесту до імерсивних спецпоказів у метрополітені;

- визначено цільову аудиторію фільму, проведено сегментацію глядачів;
- визначено напрямки дистрибуції та фестивального просування, обґрунтовано стратегію «festival-first» із пріоритетом на фестивалі класу «А», розроблено план національного прокату, що поєднує широкий кінопрокат з цифровою дистрибуцією та тривалим життям проєкту через соціальні та освітні проєкти.

Враховуючи вищезгадане, можна зробити висновок що аналітичний коментар до продюсерського проєкту «ВИХІД» є концептуально цілісним, завершеним та стратегічно життєздатним. Головними перевагами проєкту є його драматургічна поліфонічна структура, здатність потрапляти в «нерв» українського суспільства, чітка виробнича логіка та високий копродукційним потенціал з країнами ЄС.

Отримані результати даного проєкту можуть бути використані для підготовки пітчінгового пакету документів, запуску виробництва фільму та успішної інтеграції готового продукту в міжнародний та національний прокат.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азарян О. Формування маркетингової стратегії просування аудіовізуальних творів в анімаційній індустрії. *Наукові записки*. КНЕУ, 2021.
2. Алфьоров А. М., Алфьорова З. І. Аудіовізуальна сфера та креативні індустрії: морфологічні трансформації в першій чверті ХХІ ст. *Культура України*. 2022. Вип. 77. С. 7–18.
3. Афанасьєва К. Продюсер в аудіовізуальному бізнесі: правові аспекти діяльності. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2011. № 2. С. 47–53.
4. Батюк А. Стан та перспективи розвитку ринку праці креативного сектору України в умовах війни. *Молодий вчений*. 2023. Вип. 9 (121). С. 47–52.
5. Бондарчук, М. Продюсерські стратегії у сучасному кінематографі: український контекст. Львів, 2022. 176 с.
6. Борисович Д. Стратегія розвитку кіно в Україні до 2027 року. Журнал “Лірум” URL: <https://liroom.com.ua/news/kabmin-strategy-cinematography-development/>
7. Галкін Л. Інтерв’ю з директором Arthouse Traffic Денисом Івановим. URL: <https://moviegram.com.ua/interview-arthouse-traffic>
8. Данькова Н. Медійне меню українців. Що показує нове дослідження Суспільного про медіаспоживання-2025. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/rinok/article/248814/2026-04-03-mediyne-menyu-ukraintsiv-shcho-pokazuie-nove-doslidzhennya-suspilnogo-pro-mediaspozhyvannya-2025/>
9. Деркач Д. Маркетинг-стратегії нової реальності: інтерв’ю . URL: <https://vctr.media/ua/dmytroderkach-planeta-kino>.
10. Десятерик Д. Олег Кохан: У наших силах дати світові український новий кінематограф. ГО «Детектор медіа» : офіційний сайт. 2011. URL:

- <https://detector.media/withoutsection/article/58971/2011-01-07-oleg-kokhan-u-nashykh-sylakh-daty-svitovi-ukrainskyu-novyu-kinematograf>.
11. Ігрова індустрія: структура і перспективи розвитку. Ринок ігрової індустрії. URL: <http://hi-news.pp.ua/kompyuteri/4183-grova-ndustry-a-struktura-perspektivirozvitku-rinok-grovoyi-ndustryi>
 12. Калантай С. Українське кіно в умовах війни: особливості та виклики. – 2024. URL: <https://www.ktm.ukma.edu.ua> (дата звернення: 28.10.2025).
 13. Кіналь Н. Основні проблеми фінансування розвитку сфери кінематографії в Україні. *Socio-Economic Relations in the Digital Society*. 2021. № 1 (40).
 14. Ковальчук М. Штучний інтелект в кіно та креативі. Українська Кіношкола. 2023. URL: <https://filmschool.com.ua/ai-v-kino>
 15. Конівицька Т. Мова кінематографа України як інструмент національної ідентичності. 2023. С.306-312. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/3_2023/52.pdf
 16. Левицький Л. Нам потрібно переформатувати кінематограф у бізнес: інтерв'ю. *Детектор медіа*, 2016 URL: <https://detector.media/rinok/article/119597/2016-10-11>
 17. Ленглі С. Театральний менеджмент і продюсерство : американський досвід / пер. з англ. за ред. І. Д. Безгіна. Київ : Компас, 2000. 639 с.
 18. Леонова С. Ю. Маркетингова привабливість вітчизняних кінотеатрів в умовах воєнного часу. *Economy and Society*, 2023. № 51 URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3140>.
 19. Маккензі Дж. Економіка кінофільмів: огляд останніх досліджень. *Journal of Economic Surveys*, 2022. Vol. 36, No. 2. P. 345–367. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/joes.12434>
 20. Мусієнко О. Продюсер як творча особистість в контексті аудіовізуальної культури : дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.04. Київ, 2011. 202 с.
 21. Печеранський І. П. Цифрова трансформація кінематографу як чинник формування нової візуальної естетики: аналіз зарубіжного кінодискурсу

- початку XXI століття. *Культура України*. 2024. Вип. 86. С. 120–130. URL: https://www.researchgate.net/publication/387495609_Digital_transformation_of_cine
22. Погребняк Г. Авторський кінематограф у культурному просторі другої половини XX – початку XXI століття : монографія. Київ : НАКККіМ, 2020. 448 с.
23. Портрет глядача українського кіно в кінотеатрі URL:<https://go.detector.media/portret-glyadacha-ukrayinskogo-kino-v-kinoteatri-doslidzhennya/>
24. Міранков С. Публічний доступ до аудіовізуальних продуктів, профінансованих державою на безоплатній основі, як інструмент державної культурної політики: міжнародні практики та перспективи України URL:<http://nv.knutkt.edu.ua/article/view/332773>.
25. Савченко О. Трансформація маркетингових комунікацій в умовах диджиталізації : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2021. 215 с.
26. Санніков Є. . Як штучний інтелект допомагає створювати кіно. URL: <https://www.ukr.net/news/details/technologies/109508711.html>
27. Семешко Р., Шекера С. Основи практичного продюсування: створення і реалізація творів аудіовізуальної культури : юридичний практикум. Київ, 2020. 318 с. URL: https://www.producer.com.ua/?page_id=1553#dearflip-df_1550/17/9.
28. Слабошпицький, М. Українське кіно у світі: досвід фестивальної стратегії. Київ : Довженко-Центр, 2018. 112 с.
29. Петрова С. Маркетингові стратегії кінофестивалів та їх вплив на ринок. Львів: ЛНУКіМ, 2020. 175 с.
30. Смирнов А. Правовий статус продюсера як суб'єкта прав на аудіовізуальний твір. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Юридичні науки. 2019. Т. 30 (69). № 4. С. 72–75.

31. Стогній О. Роль продюсера в контексті європейських цінностей. Діяльність продюсера в культурно-мистецькому просторі ХХІ століття: виклики та концепції сьогодення. Київ : НАКККиМ, 2018. С. 60–65.
32. Сушко П. Війна та кінематограф: вплив російсько-української війни на творчий процес. *Продюсування фільмів у 21 столітті: основні виклики : матеріали I Щорічної міжнародної науково-практичної конференції*. м. Київ, 28–29 вересня 2023 р. С. 83–85.
33. Сушко П. Особливості формування особистості продюсера в контексті культурної ідентичності. *Культура України*. 2022. № 77. С. 35–42.
34. Сушко П. Продюсерство з аудіовізуального мистецтва та виробництва в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. Тенденції розвитку Української анімації: історія та сучасність : матеріали загальноуніверситетської наукової викладацько-аспірантської конференції, м. Київ, 2023. С. 27–28.
35. Сушко П. Роль інституту продюсерства у формуванні громадянського суспільства в Україні. Актуальні проблеми розвитку українського мистецтва: культурологічний, мистецтвознавчий, педагогічний аспекти : матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції, м. Луцьк, 17–19 червня 2022 р. Луцьк, 2022. С. 146–150
36. Ткаченко М. Становлення світового інституту кінопродюсерів в системі кіновиробництва кінця ХХ – початку ХХІ століття : автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.01 «Теорія та історія культури». Київ, 2002. 23 с.
37. Трілленберг В. Проектний менеджмент: конспект лекцій і семінарів. Тернопіль: *Економічна думка*, 2001. 95 с. URL: http://library.wunu.edu.ua/files/EVD/kl_proekt_men_trillinberg.pdf
38. AUL VIRILIO - WAR AND CINEMA The Logistics of Perception URL: <https://www.vasulka.org/archive/Writings/war-cinema.pdf>
39. Benchmark Report ,2024. URL: <https://influencemarketinghub.com>

40. The State of PC & Console Gaming 2024. URL: <https://newzoo.com/resources>.
41. The Complete Guide to Social Media Video Specs in 2024 URL: <https://blog.hootsuite.com/social-media-video-specs>
42. Can't Read, Won't Buy - B2B CSA Research. 2020. URL: <https://csa-research.com>
43. Honohan E. L. The Complete Film Production Handbook. Routledge, 2013. 496 p. URL: <https://cutt.ly/WeBQMmxH>
44. Influencer marketing market size worldwide from 2016 to 2024. Statista Research Department. 2024. URL: <https://www.statista.com> .
45. Media Rights and Intellectual Property (Media Topics) URL: <https://www.amazon.com/Media-Rights>
46. Variety. Lodge, Guy. «Atlantis» Review: Ukrainian Director Valentin Vasyanovych's Vision of Postwar Healing. 06.09.2019. [Електронний ресурс]. URL: <https://variety.com/2019/film/reviews/atlantisreview-1203319682/>