

УДК: 791.43:316.77

ORCID ID <https://orcid.org/0009-0000-4237-1254>DOI: <https://doi.org/10.37627/2311-9489-27-2025-1.171-185>

## РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ БЛОКБАСТЕРА ЯК ГОЛОВНОГО АУДІОВІЗУАЛЬНОГО ТВОРУ СУЧАСНОЇ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ

**Лепшов****Борис Валерійович**

аспірант кафедри теорії та історії  
культури, Національна  
музична академія України  
імені П. І. Чайковського,  
м. Київ  
lepshov.borys@gmail.com

**Borys Liepshov**

postgraduate student of the  
Department of Theory and History  
of Culture, Ukrainian National  
Tchaikovsky Academy of Music,  
Kyiv  
lepshov.borys@gmail.com

*Анотація.* Метою статті є аналіз репрезентації блокбастера як головного аудіовізуального твору сучасної масової культури. Методологічне підґрунтя окреслено використанням культурологічного аналізу та будується на принципах об'єктивності. Результати дослідження формують висновок, що кінематограф є справді невід'ємною складовою культурного життя суспільства, яка формує смаки, уподобання, планування дозвілля. Упродовж багатьох десятиліть цей вид мистецтва уособлює творчо-технічну систему, яка перебуває в постійному розвитку та формує цілісне емоційне враження. Важливість не лише впливу на соціокультурне середовище, а й можливості реалізації комерційного базису проекту зумовили появу масштабних кінокартин, спрямованих на отримання бажаного для виробника та споживача результату. Успіх блокбастерів супроводжується послідовними кроками, які беруть початок від відповіді на запитання, у чому полягає головна ідея зі створення фільмів цього стилю (жанру), та закінчуються статистикою кількості людей, які переглянули за власні кошти кінцевий продукт. План побудови стратегії має бути досить виваженим, конкретним, зрозумілим, він повинен бути розрахованим на те, аби вкладені час, гроші, людська енергія та зусилля обов'язково знайшли відгук у глядачів та дозволили виконаній роботі принести істотний споживчий успіх для творців і керівництва кінопроекту. Наукова новизна й актуальність теми статті пропонують сучасний погляд на роль високобюджетних видовищних фільмів у світовому кінематографі, розрахованих на значну глядацьку аудиторію. Наведено конкретні приклади й чинники, які зумовлюють популярність аудіовізуальних творів цього типу, здійснено виокремлення конкретної стратегії блокбастерів. Практичне значення викладених матеріалів полягає в такому: знання складових чинників, які є необхідними для репрезентації блокбастера, разом зі значущими елементами щодо потрібної побудови цих фільмів виокремлюють вектор, який пронизує сучасну масову культуру й акцентує на вагомій ролі кінематографу у світі.

Ключові слова: аудіовізуальний твір, блокбастер, задум, кінокартина, проєкт, фільм, фінанси.

*Постановка проблеми.* У добу глобального розповсюдження Інтернету, поширення його інформаційних можливостей кіновиробництво має відповідати різноманітним запитам



Іл. 1. Кадр з х/ф «Нестримні» (англ. "The Expendables")

глядацької аудиторії, аби мати змогу задовольнити смаки поціновувачів аудіовізуального мистецтва й отримати належний зворотній зв'язок від них у вигляді фінансового доходу. Найкращим рішенням для виконання намічених цілей щодо захоплення масової аудиторії є саме блокбастери, які мають давню історію, постійно трансформуються, здатні бути цікавими для різного віку споживачів, навіть для різних поколінь. Дослідження теми є досить важливим фактором не лише для розуміння природи функціонування глобального кінематографу, а й для розкриття нової аудіовізуальної культури, що має необмежені можливості для реалізації найсміливіших ідей та навіть нових форм сприйняття реальності.

*Останні дослідження і публікації.* Цілісно зазначена проблема в сучасному українському кінознавстві не розглядалася. Акцентуючи на тому, що масове поширення терміну «блокбастер» з описом головних характеристик цього мистецького проєкту виникло після появи фільму американського кінорежисера Стівена Спілберга «Щелепи» (англ. "Jaws") 1975 року, доречно буде зазначити, що окремим аспектам теми присвячено книжку А. Ельберс «Блокбастери: Як ризикувати і створювати світові хіти», а також праці Т. Шона, К. Кенворті. Автори наукових матеріалів досить ретельно проводять взаємозв'язок між ідеєю щодо створення масштабних кінокартин і успішною бізнес-стратегією для розуміння пересічною людиною сенсу масового виробництва блокбастерів. Остаточного

твердження, що ставило би крапку в питанні провідного напрямку фільмів для сучасного широкого кола глядачів, названі праці не фіксують, проте завдяки ним достатньо змістовно вдається простежити думку дослідників стосовно чинників та історичної ролі проаналізованих аудіовізуальних творів для успішного функціонування мережі висококохідного кіноконтенту з його реалізацією в подальших процесах глобалізації.

*Мета дослідження.* У наш час стримінгові сервіси, які надають можливість переглядати нові кінопрем'єри онлайн, стають доволі серйозним конкурентом для кінотеатрів, які упродовж багатьох десятиліть були основним лідером на ринку. Особливо ситуація змінилася після початку пандемії COVID-19 та всесвітнього закриття розважальних закладів, зокрема припинення чи навіть припинення діяльності кіностудій зі створення величезної кількості фільмів. Тож виникає вимога появи максимальної кількості проєктів, які справді зможуть виправдати очікування виробника та споживача, використовуючи необхідні для цього творчо-технічні засоби. А враховуючи також сучасний тренд на вагому роль використання в повсякденному житті соціальних мереж, зростає і попит на яскраве зображення із якісним донесенням додаткової інформації. Докорінне занурення у сферу розважального кіномистецтва, яке охоплює усі верстви населення, дозволить зрозуміти його великий інтерес для соціуму, простежити взаємозв'язок між формуванням творчого смаку аудиторії і тенденці-



Іл. 2. Кадр з х/ф «Людина-павук: Додому шляху нема» (англ. "Spider-Man: No Way Home")

ями часу, з'ясувати актуальність створення та презентації цих кінопроектів для глядачів усього світу впродовж багатьох десятиліть. Тому можемо зазначити, що головною метою статті є репрезентація блокбастеру як провідного аудіовізуального твору сучасної масової культури.

*Виклад основного матеріалу дослідження.* Блокбастер (англ. *blockbuster* — потужна авіабомба, що здатна зруйнувати міський квартал) — це введений в ужиток у 1970-х роках кінематографічний термін, що означає високобюджетний фільм, який зробив для глядачів враження бомби, що розірвалася, тобто будь-який популярний і високододічний художній твір. Першочергове визначення назви з'явилося на початку 1940-х, що описувало найбільш потужні авіабомби виробництва Великої Британії, які застосовувалися методом килимового бомбардування під час Другої світової війни на території Німеччини. 1943 року термін почав стосуватися кіно, коли рекламні оголошення в американських журналах *Variety* та *Motion Picture Herald* описували фільм кіностудії RKO Pictures «Бомбардир» (англ. "Bombardier") як «Блокбастер усіх шоу з бойовими гострими відчуттями!» (англ. "The block-buster of all action-thrill-service shows!") (*Variety*, 1943, p. 14–15).

Досліджуючи блокбастер як явище, що відіграє достатньо вагоме значення у світовому кінематографі впродовж багатьох десятиліть, варто звернути увагу на чинники, які розкривають сутність цього терміну й дозволяють виокремити певну сис-

тему, що формує культуру масових фільмів.

Фінансова складова в кінобізнесі є разом із головним задумом мистецького проекту основою для успішного започаткування, організації та виробництва аудіовізуального твору. Аналізуючи щорічні касові збори у світі, вдається простежити чіткий вектор популярності фільмів, розрахованих на широку глядацьку аудиторію з центром розповсюдження зі США (IMDB). Важливе місце в сучасній кіноіндустрії займають такі держави, як Індія, Китай, Нігерія, що уособлюють провідних гравців на міжнародному майданчику, хоч і функціонують вони ефективно здебільшого лише на локальному ринку. Проте беззаперечним лідером у створенні та просуванні власних фільмів є американські студії, які впевнено можна назвати авторитетним учасником процесу глобалізації, а слово «Голлівуд» міцно увійшло до лексики багатьох країн, як «фабрика мрій» (англ. "Dream Factory"), що і демонструє збіг місця Голлівуду з кінематографічною столицею світу.

Розмірковуючи про причину провідної ролі блокбастерів у масовій культурі, необхідно розуміти першочергові механізми, які творці цього кінопроекту призводять до дії.

Філософія їхньої діяльності полягає в такому: кожний масштабний фільм має коштувати дешевше, аніж надійде від нього грошей, тобто завданням є отримати чітку різницю між бюджетом виробництва та чистим прибутком, де фінальний результат має виправдати необхідні очікування



Іл. 3. Кадр з х/ф «Термінатор 3: Повстання машин» (англ. "Terminator 3: Rise of the Machines")

студії. Відмінність між мейнстрімним кіно (англ. "mainstream" – основна течія), яке презентує собою видовище для великої кількості глядачів, та арт-хаусом (авторське кіно), розрахованим на вузьке коло поціновувачів цього напрямку, простежується саме в питанні фінансової складової.

Якщо останнім притаманний насамперед фестивальний рух, який є важливим для демонстрації суспільству своїх відчуттів, роздумів, бажання донести іншим певну ідею, заради яких цей фільм і було вирішено створити, то для масового блокбастеру принциповою позицією незмінно залишаються касові збори, завдяки яким і виголошується загальна думка щодо успішності чи провалу тієї чи тієї кінокартини.

Звичайно, кожному випадку притаманні винятки. Наприклад, фільми режисера Крістофера Нолана можна розглядати і як високобюджетні хіти, які створюються не тільки для охоплення «нишевої аудиторії», але й як авторські мистецькі проекти, у яких закладено базис режисерського трактування, що формує основну мету всіх подальших етапів виробництва кожної кінострічки митця.

Вагомим фактором, що описує стратегію зі створення блокбастерів, можемо назвати поняття «тентпол» (англ. "tent-pole"). Це дороговартісний проект, на який кіностудія робить ставку і який за умови успіху зможе покрити витрати на інші, менш вдалі фільми.

Фахівець у галузі американської індустрії розваг Алан Хорн, який у період з 1999 по 2012 рік

був президентом та виконавчим директором кінокомпанії Warner Bros. Entertainment Inc., вирішив змінити політику компанії та скерувати курс на створення лише декількох яскравих масштабних кінокартин на рік, замість двох–трьох десятків прохідних фільмів, як це було раніше, аби мати змогу залучити до кінотеатрів максимальну кількість глядачів. Як бачимо, порівняно з іншими, саме на цю невелику кількість аудіовізуальних творів мусять бути виділені левову частку виробничого та маркетингового бюджету. Ось як Хорн обґрунтовує своє бачення з випуску на ринок блокбастерів:

«У кінобізнесі кінцевий продукт незалежно від вкладеної в його виробництво суми: чи то п'ятнадцять мільйонів доларів, чи то сто п'ятдесят мільйонів – обходиться споживачеві в одну й ту саму ціну. Здавалося б, за такої ситуації не має жодного здорового глузду підвищувати витрати. Однак для нас найважливіше – зуміти заманити людей у кінотеатр. Думка моя досить проста: залучити потенційних глядачів зможуть саме фільми з великим бюджетом. Публіка любить кінозірок – а їхня участь обходиться досить дорого. Публіці подобаються спецефекти – але й вони вимагають збільшення витрат. Ба більше, до глядачів необхідно донести, що наш майбутній фільм стане по-справжньому важливою подією, – і така маркетингова кампанія значно підвищує вартість картини. Виходячи з усього сказаного,



Лл. 4. Кадр з х/ф «Кінг-Конг» (англ. "King Kong")

можна зробити висновок, скільки фільмів ми в змозі зробити за один рік» (Elberse, 2013, p. 1).

Для максимального збільшення прибутків кінокомпанії найкращим інструментом є виробництво саме видовищно-розважального продукту, що неодмінно матиме попит у глядачів та, можливо, навіть дасть змогу покрити витрати на інші фільми студії, створені для певної цільової аудиторії. Відомі кіноактори та акторки, так само як і спецефекти, справді відіграють важливу роль у формуванні найбільшого охоплення кінороботи на ринку серед усіх інших та її успіху ще під час тестових і допрем'єрних показів кінокритикам.

Блокбастери і є тією ідеальною сюжетно-візуальною формулою, що поєднує зовнішню оболонку аудіовізуального твору з внутрішнім змістом першочергової ідеї. Розглянемо це твердження на конкретних прикладах.

2010-го року у світ вийшов фільм Сильвестра Сталлоне «Нестримні» (англ. "The Expendables"). Актор упродовж усього знімального процесу був не лише режисером, а й автором сценарію. Фільми за участю Сталлоне були комерційно успішними у світовому прокаті в період з середини 1970-х до середини 1990-х. «Нестримні» винятком не стали, і головну свою функцію – отримати касові збори, які значно перевищували б виробничий бюджет, творці кінострічки виконали (Box Office Mojo, b). Проте не менш важливим чинником тут став першочерговий задум, який і змусив глядача купити квиток

у кінотеатр або придбати DVD/Blu-ray Disc. Особливістю фільму є присутність у ньому багатьох знаних зірок жанру «екшн», які були на піку популярності в той самий період часу, що й Сталлоне. Серед них: Арнольд Шварценеггер, Брюс Вілліс, Дольф Лундгрєн, Мікі Рурк. Режисер із самого початку мав намір долучити до бойовика бажані обличчя, адже в поєднанні зі спецефектами, безліччю зброї на екрані та «чоловічим змаганням тестостероном» (Brown, 2010) глядачі отримають продукт, який викликатиме потрібні емоції в прихильників задіяних акторів та їхніх минулих кінокартин, гарантовано забезпечивши надійний успіх фільму після його релізу. Вдалиий задум, чітке втілення його в життя дозволило студії та творчому колективу досягти мети в міжнародному кінопрокаті та продовжити цей проєкт, запросивши в наступних частинах інших кінозірок жанру.

Не менш цікавим є приклад з фільмом «Людина-павук: Додому шляху нема» (англ. "Spider-Man: No Way Home") 2021 року випуску. Кінокартина є частиною Кіновсесвіту Марвел (англ. Marvel Cinematic Universe), розповідає про об'єднання в загальну сюжетну лінію персонажів з усіх попередніх повнометражних фільмів про супергероя. Спецефекти для аудіовізуальних творів кінокомпанії Marvel Studios, LLC є невід'ємною складовою успіху, що й було презентовано номінацією «Найкращі візуальні ефекти» нової частини про людину-павука на 94-й церемонії нагород премії «Оскар». Проте, окрім видовищної картинки,

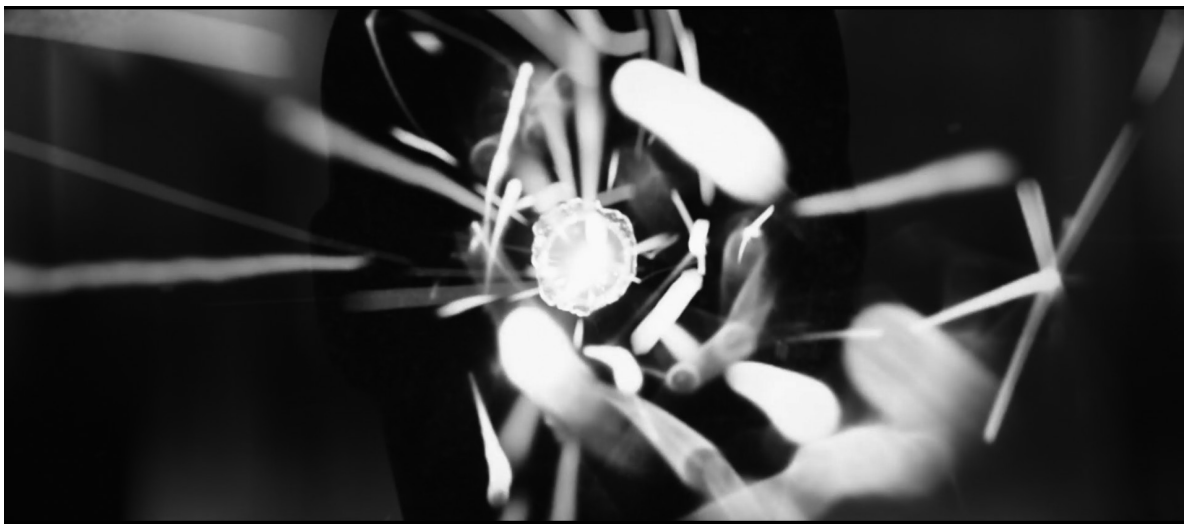


Іл. 5. Кадр з т/с «Ходячі мерці» (англ. "The Walking Dead")

творці фільму вирішили затягнути глядача в кіно-театр знайомими дійовими особами та акторами, які точно не залишать байдужими фанатів супергероя. До останнього моменту не було офіційно проінформовано прихильників, чи повернуться на екрани персонажі у виконанні Тобі Магвайра та Ендрю Гарфілда, хоча й з'явилися повідомлення про їхню можливу появу. Лише трейлер фільму, який вийшов за декілька місяців до прем'єри кінокартини, розкрив певні деталі того, що творчий колектив підготував для глядачів. Результатом цього став великий попит на передпродажні квитки в США та перше місце в рейтингу найкасовіших кіноробіт за 2021 рік, що стало великим досягненням для світової кіноіндустрії в період пандемії COVID-19 (Box Office Mojo, а).

Для того, аби мати змогу знімати блокбастери, які справді матимуть широке охоплення глядачем всередині країни й за кордоном, отримують належний результат у сумі касових зборів, необхідно, окрім великого бюджету на виробництво, як було стверджено Аланом Хорном, також виділити значні кошти для заохочення відомого актора зіграти роль у проекті. Яскравим прикладом цього є фільм «Термінатор 3: Повстання машин» (англ. "Terminator 3: Rise of the Machines") з Арнольдом Шварценеггером у головній ролі. Спершу зірка бо-

йовиків 1980–1990-х відмовлявся брати участь у продовженні франшизи без залучення до триквелу режисера Джеймса Кемерона, який зняв перші дві частини. Проте згодом він змінив думку завдяки двом чинникам, які й відіграли вирішальну роль у його появі у фільмі, а саме: вдала фінансова пропозиція та задум, який допоміг би побудувати нову гілку кар'єри. 2003-го року відбувалися позачергові вибори відкликання губернатора Каліфорнії, і Арнольд Шварценеггер планував розпочати активну офіційну політичну діяльність з перемоги на них, що врешті-решт йому і вдалося. Стратегія полягала в такому: необхідно було взяти участь у фільмі-події, який би вийшов незадовго до цієї події штату та значно підвищив би шанси в минулому чемпіона з бодібілдінгу керувати п'ятою за величиною економікою світу (Official website of the State of California, 2024). Блокбастер вартістю близько \$200 млн. і гонорар головного актора в розмірі \$30 млн. доларів були одними з найдорожчих у той час і вдало поєднувалися з можливістю отримати необхідний зворотний зв'язок від глядачів і виборців, ураховуючи те, що створення кінострічки відбувалося в Каліфорнії (Epstein, 2005). Хоч фільм і не отримав найвищі світові касові збори року після виходу в прокат і загальний рейтинг був нижчим за попередні дві кінокартини, проте правильна побу-



Лл. 6. Кадр з х/ф «Загін самогубців» (англ. "Suicide Squad")

дова системи «фінанси – головний задум проєкту» принесли потрібний результат студії і власникам авторських прав на кінофраншизу, яка продовжила існування, та Шварценеггеру, який після закінчення другого терміну каленції повернувся знову до роботи з виробництва видовищних високобюджетних аудіовізуальних продуктів.

Аналізуючи загальний результат успіху блокбастерів у кінематографі, можна зрозуміти, що бізнес-модель, яка на всіх етапах кіновиробництва детально опрацьовується керівниками студій, продюсерами, режисерами, має вагоме значення для масового розвитку цих проєктів в усіх капіталістичних країнах. Закладення певної суми грошей у бюджет, який ґрунтується ще на етапі розробки фільму, може значно змінитися впродовж подальшого процесу підготовки, зйомок, постпродакшну та маркетингу. Окрім значного відсотка коштів, для залучення найбільш затребуваних кіноакторів якомога раніше важливо зрозуміти також інші складові, яким варто приділити увагу насамперед. Однією з них, безумовно, є спецефекти. Завдяки ним творці фільмів можуть продемонструвати на екрані ті речі, завдяки яким глядач отримує належне задоволення від побаченого й може засоціювати себе зі справжніми співучасниками події.

Наприклад, бюджет кінокартини Пітера Джексона «Кінг-Конг» (англ. "King Kong") 2005 року на початковій стадії роботи складав \$175 млн., проте вже на етапі монтажу було прийнято рішення збільшити вартість виробництва задля кращого розкрит-

тя новітніх спецефектів того часу. Зрештою фільм став дорожчим на \$32 млн., частину з яких заплатив сам режисер, та довшим за тривалістю на 30 хвилин (Snyder, 2005). Знімальна команда виважено й ретельно підійшла до моделювання образу величезної мавпи. Для того, щоби Кінг-Конг виглядав наче справжня тварина, а не людина, замаскована під нього, Пітер Джексон разом зі знімальною групою багатогодинно вивчали матеріали про горил, а актор Енді Серкіс, який і зіграв головного персонажа, досконало провів роботу над тим, щоби гармонійно увійти в потрібну роль і за допомогою цифрових технологій гідно презентувати твір широкому колу глядачів (Wayback Machine, 2005). Як результат – три нагороди премії «Оскар», зокрема за найкращі візуальні ефекти, доволі значний успіх у касових зборах, високі оцінки критиків. Цей приклад демонструє злагодженість роботи творчого колективу з кінокомпанією, розуміння того, що в кіноіндустрії формується новий етап створення масового фільму, який неодмінно варто опанувати з метою досягнення блискучих можливостей фінансової реалізації аудіовізуального проєкту всьому світу.

Наступний момент, на якому варто акцентувати, що блокбастер, як і будь-який інший проєкт, може суттєво видозмінитися впродовж початкового задуму та фінальної дистрибуції.

Як відомо, 2016 року кіностудія DC Films (наразі DC Studios) випустила у широкий прокат фільм режисера Девіда Ейра «Загін самогубців» (англ. "Suicide Squad"), який є третьою повнометражною



Іл. 7. Кадр з ф/м «Ліга справедливості Зака Снайдера» (англ. "Zack Snyder's Justice League")

картиною в межах Розширеного всесвіту DC (англ. DC Extended Universe). Початковий задум продюсерів масштабного проєкту полягав у створенні власної мережі аудіовізуальних кіноробіт, які будуть поєднані між собою сюжетом і персонажами, аналогічно до студії Marvel, проте порівняно з нею матимуть візуальний та емоційний контраст. Перші два фільми супергеройського кіновсесвіту наслідували першочерговому плану, проте, зрештою, було прийнято рішення продовжити рух у іншому творчому напрямі.

Після виходу на екрани блокбастера «Бетмен проти Супермена: На зорі справедливості» (англ. "Batman v Superman: Dawn of Justice") 2016 року та досить суперечливого сприйняття спільнотою кінокритиків студія-мейджор Warner Bros. Pictures змінює вектор медіа-франшизи, проводячи реорганізацію компанії і створюючи підрозділ DC Studios, який очолили виконавчий віцепрезидент Warner Bros. Джон Берг та креативний директор DC Comics Джефф Джонс. Попри гарний показник касових зборів, було прийнято рішення надати більш легковажного тону майбутнім фільмам і орієнтуватися на свого конкурента з випуску кіно на основі

Marvel Comics. Режисеру кінопроєкту студія поставила завдання провести численні перезйомки й повністю перемонтувати першу версію фільму, яка внаслідок цього значно відрізнялася від оригінального бачення Девіда Ейра. Через зміну стилістики відбувся різкий перехід від більш глибокого занурення в психологію героїв та оточуючих їх обставин до яскравого підліткового видовища. І навіть у цьому випадку студія повторила власну історію із попереднім фільмом. За високого рівня фінансового заробітку в кінотеатрах рейтинги від глядачів аж ніяк не виправдали очікуваних вражень і потягнули за собою різку критику щодо впливу продюсерів на кінцевий результат мистецького бачення. Як зазначив потім фільммейкер картини: «Мою душевну драму перетворили на 'комедію'» (Ayer, 2020).

Тож можемо чітко простежити те, що задум, який припускав створення аудіовізуальних проєктів конкретного формату, може справді змінитися упродовж певного часу та виокремити новий план, який по-іншому презентуватиме ідею, пов'язану вже не тільки з отриманням бажаних касових зборів, а й з окресленням нової мережі блокбастерів у межах однієї франшизи.



Іл. 8. Кадр з х/ф «Відьма з Блер: Курсова з того світу» (англ. "The Blair Witch Project")

У масовому кінематографі трапляються випадки, коли митці йдуть, навпаки, попри студійну систему для того, аби світ побачив саме авторський фільм, яким він був в уяві людини, яка керує творчим процесом, – режисера. Тут доречно знову розглянути приклад з Розширеним всесвітом DC. Режисер Зак Снайдер, який працював над першими двома кінострічками масштабного проєкту по коміксах: «Людина зі сталі» (англ. "Man of Steel") 2013 року та «Бетмен проти Супермена: На зорі справедливості» – був запрошений для створення кросовера «Ліга справедливості» (англ. "Justice League") з міжнародною прем'єрою 2017 року, у якому відбувається об'єднання багатьох персонажів з надздібностями проти ворожих сил. Після зміни політики кінокомпанії щодо розвитку фільмів про супергероїв сумні наслідки не оминули нову кінокартину й цього разу. Після постійного переписування сценарію і великої кількості від-

знятого матеріалу режисеру довелося залишити виробництво блокбастера через трагедію в сім'ї та напружені стосунки зі студією. Новим режисером і сценаристом став Джосс Відон, який відразу почав суттєво змінювати бачення фільму Снайдера та аналогічно до «Загону самогубців» створив геть інше кіно. Додаткові перезйомки, нові сторінки сценарію, сліпучі спецефекти та студійний монтаж потребували перевищення бюджету на понад \$25 млн., де-факто акцентувавши, що фінальну кіно-театральну версію вже не можна вважати суто роботою першого митця, хоча де-юре так його і вказано в титрах. Врешті-решт фільм не отримав очікуваного фінансового результату та був досить прохолодно сприйнятий глядачами.

Здавалося б, цей провал ставить крапку в питанні продовження історії про команду супергероїв, проте сталося те, на що мало хто очікував навіть з найвідданіших фанатів персонажів коміксів

і творчості Зака Снайдера. Режисер зміг випустити власну версію фільму під назвою «Ліга Справедливості Зака Снайдера» (англ. “Zack Snyder’s Justice League”) 2021 року, яка складалася зі збереженого під час знімального процесу матеріалу, деяких нових сцен і авторського рішення щодо роботи над спецефектами, музичною партитурою і монтажем (Kit, 2020). Доопрацювання аудіовізуального твору коштувало \$70 млн. Важливо наголосити, що фільм не вийшов у кінопрокат і був презентований усім охочим лише на стрімінгових платформах, проте порівняно з попереднім випадком цього разу прем’єра супроводжувалася успіхом.

Це яскравий приклад того, що авторський задум був першочерговим чинником, який зумовив вихід режисерської версії фільму. Особиста історія митця, його бажання презентувати власне творче бачення і широка рекламна кампанія фанатів (#ReleaseTheSnyderCut) з вимогою реалізації кінокартини відіграли ключову роль у тому, що авторська ідея здобула потрібну повагу до проекту на протипагу студії. Цей фільм, з одного боку, є типовим блокбастером для масового глядача, проте, з другого, уособлює саме той режисерський задум, що і є основою створення певної кінороботи для певної аудиторії.

У XXI столітті значну популярність отримали виробництво та перегляд серіалів. Досить часто сезон одного нового проекту для показу на телебаченні чи стрімінгових платформах є пропорційним за вартістю до повнометражного твору. Серіал «Гра престолів» (англ. “Game of Thrones”), який виходив на телеканалі HBO упродовж 2011–2019 років, є прикладом, коли продукт, повністю орієнтований на малі екрани, формує враження видовищного тривалого фільму для кінотеатру. З бюджету в розмірі \$50–60 млн. за перший сезон, він виріс до суми у \$90 млн. за виробництво фінального сезону, де кожен епізод коштував \$15 млн. (Ryan, & Littleton, 2017).

Окрім поступового збільшення фінансування телепроекту, стабільний високий рейтинг шоу фіксувався майже впродовж усього часу його демонстрації. З одного боку, цей восьмисезонний серіал є здебільшого великим механізмом системи телекомпанії, яка керується цілком випускати в прокат найбільш сильні програми за великою кількістю менш вдалих заради показників переглядів і охоплення аудиторії, а з другого боку, – дороговартісний багатосерійний твір можемо вважати саме блокбастером,

якому теж підпорядкований задум виходу на світові екрани, хоч навіть і у форматі перегляду лише по телевізору чи на інших цифрових технічних засобах. Успіх шоу незмінно штовхає керівництво студії чи телеканалу продовжувати реалізацію історії, посилюючи фінансову складову та захоплюючи глядачів видовищем у себе вдома, без потреби відвідин кінотеатру. Якщо раніше для перегляду, наприклад, нової серії серіалу «Бетмен» (англ. “Batman”) 1943 року, який є першою появою супергероя на екрані, прихильникам коміксу доводилося очікувати тиждень, аби мати змогу побачити продовження минулого епізоду на кінопроекторі в кінозалі, то зараз, звичайно, це відбувається в режимі онлайн. Серед творів цього напрямку можна назвати апокаліптичну драму з елементами жаху «Ходячі мерці» (2010–2022) (англ. “The Walking Dead”), яка заснована на однойменній серії коміксів видавництва Image Comics. Кожний новий епізод виходив рівно через сім днів після попереднього, хоч серіал і мав розподіл сезону на дві частини. Досить високі рейтинги та інтерес глядачів до проекту зумовили керівництво продовжити франшизу після завершення основного телевізійного шоу. Стратегія блокбастеру тут теж простежується в тому, аби завдяки популярності основного твору та розвитку додаткових ліній сюжету у власні серіали значно підняти рівень споживання однойменного бренду компанії і використовувати його не лише для отримання належних фінансових показників чи кількості залученої аудиторії до перегляду аудіовізуального проекту, а й для вдалого мерчандайзингу коміксу та інших речей, пов’язаних з назвою “The Walking Dead”.

Розглянемо також інший варіант на прикладі стрімінгу. Перший сезон серіалу Республіки Корея «Гра в кальмара» (кор. “오징어 게임”) вийшов у 2021 році й одразу став світовою подією. Усього впродовж чотирьох тижнів його подивилися більш ніж 100 мільйонів глядачів, що стало рекордом на той час за всю історію для платформи Netflix (Hirwani, 2021). Ураховуючи той факт, що всі серії першого сезону вийшли в один день, це не завадило серіалу стати справді лідером за переглядами на довгий час і вчинити «ефект бомби». Схвальні відгуки від критиків і глядачів стимулювали творців до продовження історії, а сам проект можемо віднести до успішних прикладів блокбастерів, призначених для домашнього екрану.

Філософська парадигма сучасних масових

фільмів має певні критерії, які під час дослідження нашої теми варто виокремити.

По-перше, варто зазначити, що в часи глобального розповсюдження цифрових технологій та інтернету створення блокбастерів може бути справою лише однієї людини, яка не має відношення безпосередньо до кіноіндустрії. Завдяки значній кількості комп'ютерних програм, які часто можна безкоштовно завантажити для користування, кожний охочий може зробити свій фільм, навіть перебуваючи вдома, і завдяки таким відеоресурсам, як YouTube презентувати свої ідеї наprivселюд. Так митець може навіть не користуватися послугами студій і дистриб'юторів, а, дотримуючись особистої відповідальності за активне просування реклами в соцмережах, серед яких Facebook, Instagram, Twitter, заохочувати інших для перегляду свого аудіовізуального твору. Ця діяльність може мати як суто аматорський чинник, хобі, яке покликане зробити щось недороге, проте досить цікаве і захоплююче, чого раніше ніхто не робив і не бачив, або ж орієнтуватися на комерційний прибуток, коли кіно може так приголомшити оточення, що воно захоче підтримати режисера й навіть чекатиме на продовження історії.

По-друге, фільм може справити сильне враження на глядача, будучи знятим невеликою кількістю людей та вкладеним у виробництво бюджетом, який принесе суттєвий прибуток через касові збори, а також отримає шалений успіх у світі. Яскравим прикладом цього є жанр «фільму жахів», який і дозволяє отримати чітку позитивну динаміку щодо цього.

1999 року відбувся вихід у прокат кінострічки «Відьма з Блер: Курсова з того світу» (англ. "The Blair Witch Project"), який за загального кошторису в розмірі \$500–750 тис. зібрав у прокаті майже \$250 млн. (Young, 2009). Показники успіху фінансової складової фільму перевищили витрати майже в п'ятсот разів. 2007-го року відбулася прем'єра фільму «Паранормальне явище» (англ. "Paranormal Activity"), його співвідношення бюджету та прибутку становило \$215 тис. – \$194 млн. з неймовірною різницею касових зборів у дев'ятсот разів од суми витрат. Окрім цього, обидві франшизи мали позитивну комерційну тенденцію в наступних частинах проєкту і стали певним маркером, який чітко зафіксував можливість реалізації задуму створювати недорогі, проте успішні масові кінокартини.

По-третє, блокбастером може стати фільм, не обов'язково сповнений новими спецефектами, остраху чи іншого видовища, які уособлюють масову культуру пересічного кіноглядача. Це може бути й драма, яка орієнтується на досить зрозумілу життєву історію будь-якої людини. Такі приклади частіше зустрічаємо в роботах більш авторських режисерів, для яких головна ідея полягає в розкритті внутрішнього світу персонажа та перемозі над своїми викликами, що досить сильно може зацікавити аудиторію. Тут варто згадати фільм Дам'єна Шазеля «Одержимість» (англ. "Whiplash") 2014 року, сюжет якого базується на історії про барабанщика, який прагне до майстерного володіння грою на музичному інструменті та визнання його особистості серед членів сім'ї, суспільства й насамперед жорстким диригентом. Після успіху короткометражної версії стрічки на "2013 Sundance Film Festival" творчий колектив знайшов фінансування для створення вже доповненої 100-хвилинної кінокартини, отримав високі касові збори та відгуки критиків, здобув декілька номінацій і премій «Оскар», а також утвердив рівень молодого режисера щодо його можливості брати участь у нових масштабних і видовищних проєктах Голлівуду. Фільм «Джокер» (англ. "Joker") 2019 року теж відзначений потужними результатами, пов'язаними з прокатом фільму в американських і зарубіжних кінотеатрах, численним списком нагород, а також розкриттям головного персонажа з іншого ракурсу, аніж це було освітлено раніше. Хоча герой твору має походження з коміксів, що стимулює уявлення про появу знову шаблонного твору для прихильників першоджерела, проте в цьому випадку відбувається акцент саме на реалістичному сприйнятті історії під оформленням базису зі сторінок мальовисів. Тож можна сказати, що неймовірне поєднання арт-хаусу та мейнстріму дало ствердження нового вектору руху в побудові сучасного масового фільму (Gilchrist, 2020).

По-четверте, створення значної кількості блокбастерів має доволі вагоме значення не лише для виробника (кіностудії), знімальної групи, зірок, залучених до проєкту, чи дистриб'юторів, але й кінотеатрів. Саме останні є кінцевим ланцюжком для презентації масового фільму глядачам і їх основним кінопоток, що захоплює та залучає споживачів відвідати кінозал, є саме ці кінокартини, особливо коли міські кінотеатри (муніципальні або приватні) задіяні в фінансовій боротьбі з до-

машніми кінотеатрами за смак і дозвіллієві звички глядача.

Кожний учасник цієї спільної бізнес-стратегії ставить собі за мету досягти якомога більшої частки прибутку від блокбастерів, адже вони не лише формують аспект сьогодишньої економіки розваг і видовищ, але й значно впливають на майбутню кінокультуру соціуму.

Для кінотеатрів випуск високобюджетних аудіовізуальних творів є важливим інструментом для фінансової стійкості та покращення позицій на загальному ринку шоу-бізнесу. Основними параметрами, окрім кількості проданих квитків та отриманого відсотка заробітку від них, є також продаж додаткових товарів: попкорну, різноманітних напоїв, сувенірів. Фільми Голлівуду, які мають максимальне розповсюдження для показу в кінотеатрах переважної більшості країн світу, потребують відмінного завчасного маркетингу, аби глядач дізнався про нову пропозицію, що її цікаво відвідати, і підтримав би виробника. Особливу увагу, звичайно, привертатимуть кінокартини, які будуть поглинати людей видовищністю, яскравою картинкою, насиченим звуком, підвищуватимуть рівень дофаміну та стимулюватимуть відвідати цю установу знову. Через те величезні кошти, які кінотеатри вкладають у розвиток матеріально-технічної бази, потребують, першою чергою, саме блокбастерів, здатних повноцінно просувати якість функціонування власної системи. Використання постерів, тизерів, трейлерів лише посилює значення масових фільмів для світового кінопрокату.

По-п'яте, створення блокбастерів має велике значення для досягнень у науці та відкритті нових можливостей для розуміння сучасного кінематографу та візуального мистецтва в цілому. Напевно, тут варто навести порівняння з пригодницькими романами Жуля Верна, у яких, як це унаочнювалося кожного наступного десятиріччя, автором було описано нібито фантастичні проекти, які ставали реальністю і зараз нікого не дивують (політ на Місяць, підводний човен, літаки й гелікоптери, відеозв'язок тощо).

Наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття цифрові технології починають масово проникати в процес кіновиробництва, залишаючи плівці другорядну роль і уособлюючи нову віртуальну дійсність.

1995 року у світ вийшов перший повнометражний анімаційний фільм, повністю змодельова-

ний на комп'ютері — «Історія іграшок» (англ. “Toy Story”) студії Pixar Animation Studios (Porter, & Sustain, 2000). За сприяння американського підприємця і винахідника Стіва Джобса компанія стала розробником передових рішень в області тривимірної комп'ютерної графіки, наприклад, програми RenderMan (1986), що є стандартом у створенні візуалізації та генерації високоякісних фотореалістичних зображень. 2001-го року відбулася прем'єра повнометражного анімаційного фільму «Остання фантазія: Духи всередині» (англ. “Final Fantasy: The Spirits Within”), де вперше було застосовано CGI-графіку (зображення, створені комп'ютером) з повністю змодельованими образами живих персонажів і здійснено захоплення руху всіх людських жестів і дій. Активно починає розвиватися і штучний інтелект, особливо після появи лабораторії досліджень OpenAI (2015) підприємця-інженера Ілона Маска та її віртуального помічника з генеративним штучним інтелектом ChatGPT (2022).

Наразі цифрові технології є лише співавтором у творчому процесі, екстраординарним інструментом у сфері аудіовізуального мистецтва та індустрії розваг, проте що ширше використовуватиметься ШІ в художній творчості, то більш незвичними й креативними будуть фільми, а особливо блокбастери, які завжди потребуватимуть найсучасніших технологій, справжніх фахівців справи, котрі вчасно відчують потік часу та перехід до нового етапу розвитку цивілізації, а також щирості в умінні донести людям через екран історію, яка не залишить їх байдужими, а навпаки дозволить покращити власний емоційний стан і провести час їхнього справжнього власного життя з користю.

Варто також зазначити, що великим кіностудіям Голлівуду зокрема та світу в цілому для успішного функціонування і створення блокбастерів, підвищення свого фінансового рівня та розповсюдження задуму важливо дотримуватися політики випуску малобюджетних кінокартин. Коротко охарактеризуємо головні причини цього твердження, користуючись дослідженням, викладеним у книжці науковиці Аніти Ельберс «Блокбастери: Як ризикувати і створювати світові хіти» (Elberse, 2013, р. 60–64):

– Ідеї, які розраховані на дрібні інвестиції, є пробними матеріалами. Грамотно відібрані середні проекти з не досить високим для компанії бюджетом, допомагають виробнику виокремити варіанти, які в подальшому переростуть у великі франшизи.

Сиквел успішного з незначним бюджетом фільму досить часто може за плановими розрахунками розглядатися ймовірним наступним блокбастером студії. Серед таких прикладів: «Похмілля у Вегасі» (англ. “The Hangover”) 2009 року, «Пила» (англ. “Saw”) 2004 року.

– Значний обсяг продукції кіностудії зазвичай дає можливість домовитися про вигідні знижки в прокаті під час купівлі рекламного місця і часу в засобах масової інформації. Що більшою є кількість фільмів, які потребують маркетингу, то кращими є пільгові умови й можливість отримати прибуток.

– Широкий спектр недорогих кінокартин дозволяє ефективніше співпрацювати з агентами, які беруть участь в укладанні угод з придбання та продажу нових аудіовізуальних творів; керівники кіностудій також отримують більше можливостей залучати необхідні інвестиції.

– Проекти з незначним бюджетом приносять компанії додаткові бонуси у взаємодії з партнерами, адже в такому випадку є змога проявляти більшу гнучкість щодо дати випуску, яку можна змінити, або переглянути кошторис витрат на рекламу.

– Значна кількість кінопродукції, зокрема досить бюджетної для студії, допомагає покращити якість критичних відгуків і отримати схвальність своєї роботи, коли до роботи над фільмом потрібно залучати виконавців першої величини або зацікавити затребуваних митців з їхнім влучним баченням розгортання ідеї твору.

– Кінокомпанії, у яких у розробці або на стадії випуску перебуває ціла низка недорогих фільмів, можуть на власний розсуд розподіляти кошторис як виробничої інфраструктури, так і маркетингової системи. Великі світові гравці на ринку кіно, які мають масштабні студійні комплекси й офіси дистрибуції в різних куточках світу, детально опрацьовують питання розподілу збереження фінансів і доцільного способу витрат між величезною кількістю

проектів, навіть за умови, якщо певні кінокартини ледь сягають позначки окупності.

*Висновки.* Підсумовуючи, варто акцентувати увагу на досить значній ролі високобюджетних фільмів у сучасному кінематографі та світовому споживанні його аудіовізуальної продукції. Масова культура постійно видозмінюється, з’являються нові тренди, ідеї, які візуалізують певний напрямок для суспільства та закладають фундамент для охоплення все більшої кількості людей у майбутньому. Рушійну силу в процесах такої глобалізації займають кінокомпанії, студії, продюсери та режисери, які разом з творчим колективом під час підготовки, зйомок і монтажу намагаються досягти реалізації свого задуму та фінансового показника від глядачів. У той самий час епоха цифрових технологій, яка активно вкорінена в XXI столітті в життя суспільства, дозволяє створювати справжні хіти кінопроектів, яким достатньо лише однієї людини з блиском в очах, незначної кількості відповідних технічних засобів та маленького приміщення, проте вплив на світову кіноіндустрію може бути величезним від правильної презентації своїх ідей іншим людям. Історія знає багато видатних імен, які починали свою справу з «низів», далеко не всі з них розуміли, яке значення матиме їхня щира й сумлінна праця в подальшому, але віра у власні цінності все ж приносила неймовірні результати, а синергія зі Всесвітом лише посилювалася. Тому, орієнтуючись на усі вище наведені приклади фільмів, можна переконатися, що за рахунок розподілених витрат і розумного управління коштами керівники цих проектів мають змогу й надалі інвестувати гроші у свої головні видовищні кінокартини, які користуються шаленим попитом, – блокбастери. Стаття потребує подальшого дослідження задля розуміння еволюції аудіовізуальних творів, ролі високобюджетних фільмів для трансформації світової кіноіндустрії та репрезентації майбутньої масової культури.

#### Література:

- Ayer, D. [@DavidAyerMovies]. (2020, May 30). This trailer nailed the tone and intention of the film I made. Methodical. Layered. Complex, beautiful and sad. After the BVS reviews shell shocked the leadership at the time, and the success of Deadpool — My soulful drama was beaten into a “comedy” [Post]. X. Retrieved from <https://x.com/davidayermovies/status/1266736445911252993>
- Box Office Mojo. (No date a). 2021 Worldwide Box Office. Retrieved from <https://www.boxofficemojo.com/year/world/2021/>

- Box Office Mojo. (No date b). *The Expendables*. Retrieved from <https://www.boxofficemojo.com/release/r11464894977/>
- Brown, M. (2010, August 9). Sylvester Stallone defends violence in *The Expendables*. *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/film/2010/aug/09/sylvester-stallone-violence-the-expendables>.
- Elberse, A. (2013). *Blockbusters: hit-making, risk-taking, and the big business of entertainment*. First edition. Henry Holt and Company. P. 1, 60–64.
- Epstein, E. J. (2005, May 9). Concessions Are for Girlie Men. *Slate*. Retrieved from <https://slate.com/culture/2005/05/how-schwarzenegger-raked-in-the-bucks-on-terminator-3.html>
- Gilchrist, T. (2020, January 3). Todd Phillips on What ‘Joker’ Has in Common With His Other Films. *Variety*. Retrieved from <https://variety.com/2020/film/spotlight/todd-phillips-jokers-palm-springs-film-festival-1203454998/>
- Hirwani, P. (2021, October 13). Squid Game is officially Netflix’s biggest ever launch as 111 million viewers tune in. *The Independent*. Retrieved from <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/news/squid-game-netflix-most-watched-bridgerton-b1937363.html>
- IMDB. (No date). *Highest-grossing films by year*. Retrieved from [https://www.imdb.com/list/ls090455617/?view=compact&sort=list\\_order%2Casc](https://www.imdb.com/list/ls090455617/?view=compact&sort=list_order%2Casc)
- Kit, B. (2020, May 20). "It Will Be an Entirely New Thing": Zack Snyder’s \$20M-Plus ‘Justice League’ Cut Plans Revealed. *The Hollywood Reporter*. Retrieved from <https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-news/justice-league-snyder-cut-plans-revealed-it-will-be-an-new-thing-1295102/>
- Official website of the State of California. (2024). *California Remains the World's 5<sup>th</sup> Largest Economy*. Retrieved from <https://www.gov.ca.gov/2024/04/16/california-remains-the-worlds-5th-largest-economy/>
- Porter, T., & Susman, G. (2000). On site: Creating Lifelike Characters in Pixar Movies. *Communications of the ACM*, Vol. 43, No. 1. P. 25–29. DOI: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/323830.323839>
- Ryan, M., & Littleton, C. (2017, September 26). TV Series Budgets Hit the Breaking Point as Costs Skyrocket in Peak TV Era. *Variety*. Retrieved from <https://variety.com/2017/tv/news/tv-series-budgets-costs-rising-peak-tv-1202570158/>
- Snyder, G. (2005, October 26). Primates getting pricier. U, Jackson betting big on three-hour ‘Kong’. *Variety*. Retrieved from <https://variety.com/2005/film/markets-festivals/primates-getting-pricier-1117931769/>
- [Advertisement for the film “Bombardier”]. (1943, May 12). *Variety*, 14–15. Retrieved from <https://archive.org/details/variety150-1943-05/page/n69/mode/2up>
- UGO. (2005). *King Kong*. [Archived webpage]. Retrieved from [https://web.archive.org/web/20060604201936/http://king-kong.ugo.com/features/philippa\\_boyens/default.asp](https://web.archive.org/web/20060604201936/http://king-kong.ugo.com/features/philippa_boyens/default.asp)
- Young, J. (2009, July 9). ‘The Blair Witch Project’ 10 years later: Catching up with the directors of the horror sensation. *Entertainment Weekly*. Retrieved from <https://ew.com/article/2009/07/09/blair-witch/>

#### References:

- Ayer, D. [@DavidAyerMovies]. (2020, May 30). This trailer nailed the tone and intention of the film I made. Methodical. Layered. Complex, beautiful and sad. After the BVS reviews shell shocked the leadership at the time, and the success of *Deadpool* — My soulful drama was beaten into a “comedy” [*Post*]. X. Retrieved from <https://x.com/davidayermovies/status/1266736445911252993>
- Box Office Mojo. (No date a). *2021 Worldwide Box Office*. Retrieved from <https://www.boxofficemojo.com/year/world/2021/>
- Box Office Mojo. (No date b). *The Expendables*. Retrieved from <https://www.boxofficemojo.com/release/r11464894977/>
- Brown, M. (2010, August 9). Sylvester Stallone defends violence in *The Expendables*. *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/film/2010/aug/09/sylvester-stallone-violence-the-expendables>.
- Elberse, A. (2013). *Blockbusters: hit-making, risk-taking, and the big business of entertainment*. First edition. Henry Holt and Company. P. 1, 60–64.
- Epstein, E. J. (2005, May 9). Concessions Are for Girlie Men. *Slate*. Retrieved from <https://slate.com/culture/2005/05/how-schwarzenegger-raked-in-the-bucks-on-terminator-3.html>

- Gilchrist, T. (2020, January 3). Todd Phillips on What 'Joker' Has in Common With His Other Films. *Variety*. Retrieved from <https://variety.com/2020/film/spotlight/todd-phillips-jokers-palm-springs-film-festival-1203454998/>
- Hirwani, P. (2021, October 13). Squid Game is officially Netflix's biggest ever launch as 111 million viewers tune in. *The Independent*. Retrieved from <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/news/squid-game-netflix-most-watched-bridgerton-b1937363.html>
- IMDB. (No date). *Highest-grossing films by year*. Retrieved from [https://www.imdb.com/list/ls090455617/?view=compact&sort=list\\_order%2Case](https://www.imdb.com/list/ls090455617/?view=compact&sort=list_order%2Case)
- Kit, B. (2020, May 20). "It Will Be an Entirely New Thing": Zack Snyder's \$20M-Plus 'Justice League' Cut Plans Revealed. *The Hollywood Reporter*. Retrieved from <https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-news/justice-league-snyder-cut-plans-revealed-it-will-be-an-new-thing-1295102/>
- Official website of the State of California. (2024). *California Remains the World's 5<sup>th</sup> Largest Economy*. Retrieved from <https://www.gov.ca.gov/2024/04/16/california-remains-the-worlds-5th-largest-economy/>
- Porter, T., & Susman, G. (2000). On site: Creating Lifelike Characters in Pixar Movies. *Communications of the ACM*, Vol. 43, No. 1. P. 25–29. DOI: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/323830.323839>
- Ryan, M., & Littleton, C. (2017, September 26). TV Series Budgets Hit the Breaking Point as Costs Skyrocket in Peak TV Era. *Variety*. Retrieved from <https://variety.com/2017/tv/news/tv-series-budgets-costs-rising-peak-tv-1202570158/>
- Snyder, G. (2005, October 26). Primates getting pricier. U, Jackson betting big on three-hour 'Kong'. *Variety*. Retrieved from <https://variety.com/2005/film/markets-festivals/primates-getting-pricier-1117931769/>
- [Advertisement for the film "Bombardier"]. (1943, May 12). *Variety*, 14–15. Retrieved from <https://archive.org/details/variety150-1943-05/page/n69/mode/2up>
- UGO. (2005). *King Kong*. [Archived webpage]. Retrieved from [https://web.archive.org/web/20060604201936/http://king-kong.ugo.com/features/philippa\\_boyens/default.asp](https://web.archive.org/web/20060604201936/http://king-kong.ugo.com/features/philippa_boyens/default.asp)
- Young, J. (2009, July 9). 'The Blair Witch Project' 10 years later: Catching up with the directors of the horror sensation. *Entertainment Weekly*. Retrieved from <https://ew.com/article/2009/07/09/blair-witch/>

### **Borys Liepshov**

#### **Representation of the blockbuster as the main audiovisual work of contemporary mass culture**

*Abstract.* The purpose of this article is to analyze the representation of the blockbuster as the main audiovisual work of contemporary mass culture. The methodological foundation is based on cultural analysis and built upon the principles of objectivity. The research results lead to the conclusion that cinema is indeed an integral part of society's cultural life. For many decades, this art form has embodied a creative and technical system that is constantly evolving and capable of creating a holistic emotional experience for the audience. The significance lies not only in its influence on the sociocultural environment but also in the potential to realize a commercial foundation for the project, which has led to the emergence of large-scale films aimed at achieving desired outcomes for both producers and consumers. The tremendous success of blockbusters is accompanied by a sequence of steps, beginning with the question of the core idea behind the creation of such films and ending with the statistics of how many people have paid to view the final product. The strategic plan must be well-balanced, specific, and clear, designed in a way that the invested time, money, human energy, and effort resonate with the audience and bring substantial success to the creators and producers of the project. The scientific novelty and relevance of the article lie in its contemporary perspective on the role of high-budget spectacular films in global cinema, aimed at a wide audience. The research presents concrete examples and factors contributing to the popularity of these audiovisual works, as well as outlines a specific blockbuster strategy. The practical significance of the presented material lies in the following: understanding the components necessary for the representation of a blockbuster, along with key elements required for the construction of such films, highlights a vector that permeates contemporary mass culture and emphasizes the significant role of cinema in the modern world.

*Keywords:* audiovisual work, blockbuster, concept, motion picture, project, film, finances.