

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ І ТУРИЗМУ УКРАЇНИ
ЛУГАНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ІНСТИТУТ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

*ПРОФЕСІЙНА ОСВІТА
В ГАЛУЗІ КІНО-, ПЕЛЕМИСТПЕЦТВА*

МАТЕРІАЛИ
ІІІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

15 – 16 грудня 2010 р.

Луганськ

УДК 791.43:316.774:378.147

**ББК 74.584(4Укр-4Луг)738
П84**

Профессиональное образование в области кино-, телеискусства : материалы III П84 Всеукр. науч.-практ. конф. Луганск, 15 – 16 дек. 2010 г. – Луганск : Изд-во ЛГИКИ, 2010. – 128 с.

В материалах сборника освещаются актуальные проблемы современного кино-, телеискусства. Рассматриваются проблемы изучения и распространения передового педагогического опыта в высших учебных заведениях культуры и искусств.

Для преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов высших учебных заведений культуры и искусств.

**УДК 791.43:316.774:378.147
ББК 74.584(4Укр-4Луг)738**

Професійна освіта в галузі кіно-, телемистецтва : матеріали III Всеукр. науч.- П84 практ. конф. Луганськ, 15 – 16 груд. 2010 р. – Луганськ : Вид-во ЛДІМК, 2010. – 128 с.

У матеріалах збірника висвітлюються актуальні проблеми сучасного кіно-, телемистецтва. Розглядаються проблеми вивчення та розповсюдження передового педагогічного досвіду у вищих навчальних закладах культури і мистецтв.

Для викладачів, аспірантів, магістрантів, студентів вищих навчальних закладів культури і мистецтв.

**УДК 791.43:316.774:378.147
ББК 74.584(4Укр-4Луг)738**

Відповідальний редактор:

В. Л. Філіппов

Редакційна колегія:

І. М. Цой,
В. К. Дунін,
Н. В. Колотовкіна,
К. В. Токар

Рекомендовано до друку Вченою радою
Луганського державного інституту культури і мистецтв
(протокол № 4 від 24 листопада 2010 р.)

Матеріали доповідей та повідомлень, уміщені до збірника,
друкуються мовою оригіналу.

Відповідальний за випуск:

В. К. Дунін

© Луганський державний
інститут культури і мистецтв,
2010

ЗМІСТ

Алфьоров А. М. УКРАЇНСЬКИЙ ТЕЛЕСЕРІАЛ НА ПЕРЕТИНІ КУЛЬТУР	6
Алфьоров М. А. МИСТЕЦЬКА ОСВІТА: КОГНІТИВНИЙ АСПЕКТ	9
Алфьорова З. І. ТРАНСОПТИЧНА ДІЯ НА СУЧАСНОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ	10
Безручко О. В. КІНОПЕДАГОГІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЮРІЯ ІЛЛЕНК	12
Бєломоїна К. С. КОГНІТИВНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ	17
Валюкевич А. Г. СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ПОРТРЕТ ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ ГЛЯДАЦЬКОЇ АУДИТОРІЇ ЛУГАНЩИНИ	21
Гавриленко С. Д. АКТУАЛЬНІСТЬ ВИКЛАДАННЯ АРХЕОЛОГІЇ КІНЕМАТОГРАФУ В КОНТЕКСТІ ІСТОРІЇ КІНО УКРАЇНИ	25
Гвоздєв В. М. КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКЕ ТЕЛЕМОВЛЕННЯ В СУЧАНІЙ УКРАЇНІ: ВИЗНАЧАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ	27
Горпенко В. Г. ДОВЖЕНКО – ТЕОРЕТИК КІНО	32
Дергач М. А. СОЦІАЛІЗАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ Й ТЕЛЕМИСТЕЦТВО	36
Дидыченко А. Л. СПЕЦИФИКА СОЦІАЛЬНОЇ ТЕЛЕРЕКЛАМЫ НА ЛУГАНЩИНЕ	38
Дунин В. К. АЛГОРИТМ КАК ПРИНЦИП ПРОФЕСІОНАЛЬНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА ИМИДЖА (ОБРАЗА) ТЕЛЕВЕДУЩЕГО	43
Журавлева Т. Л. КРАЕВЕДЧЕСКИЙ АСПЕКТ В ПРЕПОДАВАНИИ ИСТОРИИ КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ	48

- Ивашов О. В.** ПРОБЛЕМЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ ЛИЧНОСТИ
В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ 51
- Климова В. Н.** ОБ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ «ИСТОРИЯ
ИСКУССТВ» СРЕДСТВАМИ ЭКРАНА 53
- Колос Д. М.** ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ
ІГРОВОМУ КІНЕМАТОГРАФІ НА ЗЛАМІ ТИСЯЧОЛІТЬ 55
- Кулабухов Д. А., Кулабухова М. А.** ЭКРАННОЕ
ПРОИЗВЕДЕНИЕ КАК РЕЗУЛЬТАТ ДИСКУРСА ИСКУССТВ 58
- Кулабухова В. А.** ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ
СОВРЕМЕННОГО АВТОРСКОГО ФИЛЬМА 63
- Кулабухова М. А.** АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ
СОВРЕМЕННОГО ДИАЛОГА КИНО И ЛИТЕРАТУРЫ («ПОП» А.
Сегеня и В. Хотиненко) 67
- Курінна Г. В.** СУЧАСНІ ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ
ВИКЛАДАННЯ СПЕЦКУРСУ КІНОДРАМАТУРГІЇ У ВНЗ В
КОНТЕКСТІ АМЕРИКАНСЬКОЇ СЦЕНАРНОЇ ШКОЛИ 70
- Мироненко М. О.** КОРИФЕЇ УКРАЇНСЬКОГО ТЕАТРУ:
НАРОДНА БАБА 74
- Москалюк Б. А.** ВИЗУАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ И
ТЕЛЕВИДЕНИЕ: ЧТО МЫ ВИДИМ 77
- Нікітіна М. І.** МОРАЛЬНО-ЕТИЧНИЙ АСПЕКТ
ВІДОБРАЖЕННЯ НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ У ЦЕНТРАЛЬНИХ
ТА РЕГІОНАЛЬНИХ ЗМІ (НА ПРИКЛАДІ ВИСВІТЛЕННЯ
ЧОРНОБІЛЬСЬКОЇ ТРАГЕДІЇ) 80
- Плещенко К. В.** НОВОСТНАЯ СТРУКТУРА ТЕЛЕВИДЕНИЯ
И БЛОГОСФЕРЫ 85
- Половинко В. В.** ОБРАЗ В. И. ДАЛЯ-ЖУРНАЛИСТА И
ТЕЛЕВИДЕНИЕ УКРАИНЫ 90
- Порожна С. Г.** РЕКЛАМА ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ
ОСВІТИ В ГАЛУЗІ КІНО-,ТЕЛЕМИСТЕЦТВА 93

Поспєлов С. В. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ОСВІТИ ЯК
ЗАСІБ АКТИВІЗАЦІЇ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ У ВИЩІЙ ШКОЛІ
95

Привен Е. Б. К ВОПРОСУ О СТАНОВЛЕНИИ И РАЗВИТИИ
ИНФОРМАЦИОННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В НЕЗВИСИМОЙ
УКРАИНЕ
98

Романова Н. В. АКСІОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ ЗМІ
НА СВІДОМІСТЬ ІНДИВІДА
102

Савченко Б. І. ПРОБЛЕМИ ПОЧАТКОВОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ
ПІДГОТОВКИ (на прикладі кіноліцею)
105

Цибульська Я. Ю. ПРОБЛЕМА СПІВВІДНОШЕННЯ
МАСОВОЇ ТА ЕЛІТАРНОЇ КУЛЬТУР НА ПРИКЛАДІ
КІНЕМАТОГРАФУ
108

Ус А. В. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РЕЖИССЕРА МЕДИА-КОНТЕНТА В
КОНТЕКСТЕ СОЗДАНИЯ СОВРЕМЕННОГО МАССОВОГО
МУЗЫКАЛЬНО-ТЕАТРАЛИЗОВАННОГО ЗРЕЛИЩА
112

Фесенко Ю. П. СВОБОДА СЛОВА И МАССОВАЯ КУЛЬТУРА
НА ТЕЛЕВИДЕНИИ
116

Фетісова К. А. РЕФОРМА НЕЗАЛЕЖНОГО КІНО УКРАЇНИ:
ВИРОБНИЧИЙ ТА КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ
119

Шептун Н. Н. МУЛЬТИМЕДИА КАК ОТКРЫТАЯ СИСТЕМА
ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТА СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ
122

Відомості про авторів **125**

**А. М. Алфьоров,
м. Харків**

УКРАЇНСЬКИЙ ТЕЛЕСЕРІАЛ НА ПЕРЕТИНІ КУЛЬТУР

Дослідження сучасного українського екранного простору на предмет визначення певних зразків втіленої національної ідентичності призводять до сумних роздумів. У вітчизняному науковому дискурсі відчувається явний брак системного вивчення цієї проблеми на будь-якому екранному матеріалі, тим більше на матеріалі відчизнянних телесеріалів.

Причин кілька. По-перше, економічна криза віддзекалилася на обсягах вітчизняного екранного продукту, ураховуючи й телепродукт. По-друге, майже двадцять років незалежності нашої країни не подолали «кризу національної ідентичності» в смисловому та змістовному її аспектах. Зосередимося на останньому аспекті проблеми.

Поодинокі дослідження українського медіа-простору, що можна знайти в спеціалізованих виданнях, базуються здебільшого на соціологічних методах аналізу, та не містять великої кількості ґрунтовних рефлексивних висновків щодо цікавої нам проблематики. Зокрема, такі дослідники, як С. Абрамов, В. Горобцов, М. Карабанов, І. Мащенко, В. Петренко здебільшого аналізують кількість каналів українського телебачення, історію їх виникнення, рейтинги передач, зокрема телесеріалів, що транслюються на українському телепросторі, у тому числі процентне співвідношення схвального або негативного сприйняття українською глядацькою аудиторією того чи іншого наративу. Наприклад, С. Абрамов та В. Горобцов у роботі «Українське телебачення: вчора, сьогодні, завтра» [1] надають детальний опис історії виникнення та функціонування українського телебачення та культових програм, особливо телесеріалів, що транслювалися в часи незалежності України. І. Победоносцева в роботі «Аудіовізуальний простір України (кіно, ТБ, відео) в контексті сучасного глядацького сприйняття» [4] торкається аналізу рейтингів програм українського телебачення, серед яких визначаються телесеріали, досліджує причини популярності тих чи інших телесеріалів у різних аудиторіях. Робота С. Гнатюка «Національні медіа як чинник формування сучасної української ідентичності та консолідації суспільства» [2] є найбільш рефлексивною, у ній показаний вплив продуктів медіа-культури, зокрема телесеріалів, на формування української ідентичності, однак відчувається політичний підтекст, що знижує рівень об'єктивності цієї праці. У статті І. Зубавіної «Національна історія як об'єкт серіального дослідження» [3] розглядаються механізми конструювання ідентичності через репрезентації телесеріальних образів видатних історичних діячів.

Між тим, можна констатувати глибинне соціокультурне підґрунтя телесеріалу як феномену візуальної культури, що вбирає в себе базові універсальні принципи творення ідентичності, закладені в телесеріальній формі. У сучасних умовах глобалізації, що має безпосередній вплив на український культурний простір, виробник та замовник здебільшого експлуатують уже закладений у телесеріалі через культурні наративні форми ідентифікаційний потенціал.

Виробництво телесеріалів на українських каналах фінансується здебільшого з урахуванням очікувань російського глядача, тому смаки української аудиторії залишаються поза увагою. Така особливість українського транслявання телесеріалів викликана запізненням у купівлі українськими каналами тих чи інших телевізійних продуктів. Контент сучасного українського медіа-простору є одним з головних чинників підтримки та консервації цієї двоїстості... Це зумовлює наявність у суспільній свідомості перманентної колізії «цивілізаційного вибору», конфлікту двох мало сумісних між собою «картин світу» і ціннісно-символічних систем на фоні відсутності добре розробленої та легітимованої власної, української [2].

Таким чином, як наслідок медійних практик радянського періоду, транслявання телесеріалів та характер глядацького сприйняття представлених у них ціннісних ідентифікаційних зразків великою мірою залежить від чисельних показників (порівняна малочисельність автохтонних українських телесеріалів), від економічних, політичних сил та можливостей виробників і дистриб'юторів, а отже, від співвідношення певних політик репрезентацій, які впливають на свідомість. Велике значення також відіграє соціальний аспект, адже ціннісні орієнтації неоднорідної, субкультурної української аудиторії часто не співпадають з тими, що представлені в телесеріалах, трансльованих на українському медіа-просторі. Крім того, як імпорتنі, так і малочисельні автохтонні телесеріали українського виробництва можуть мати як адаптований, так і неадаптований до української аудиторії характер. Навіть адаптовані, неекспортні українські телесеріали часто не враховують чисельний та якісний склад тієї чи іншої глядацької аудиторії, що породжуює ґрунтовні якісні зміни у формуванні «українського культурного простору».

Основними конструктами ідентичності виступають так звані «транскультурні» сюжети, що переносять структуралістську схему «герой-помічник-антагоніст» (за В. Проппом, У. Еко, Дж. Кавелті) на культурну, соціально-класову, гендерну ситуацію країни-виробника. При цьому інтереси країни-замовника часто не враховуються (як у випадку неадаптованих до української аудиторії російських телесеріалів). На українському телепросторі цей тип займає найбільшу частину ефірного

часу, особливо на державних каналах, і саме він здебільшого зумовлює ідентифікаційні процеси українського глядача [1].

Неузгодженість у «позитивному» маркуванні репрезентацій колективної національної, а також різноманітних особистісних етнічних, культурних типів ідентичності, ігнорування позитивного маркування феномену мультикультурності, що фігурують у наративі телесеріалів про Другу світову війну, дає підставу для констатації загострення тривалого протистояння між міфологемами російської та української національної ідеї, що втілюється через телесеріали російського походження.

Водночас автохтонні українські телесеріали (або суспільного російсько-українського виробництва), розраховані на експорт, репрезентують «позитивну» українську ідентичність через російську культурну та національну символіку, що зовсім нівелює проблему розрізнення української та російської ідентичності. В адаптованих для російської аудиторії телесеріалах «5 хвилин до метро», «Сестри по крові», «Міський романс», «Зачароване кохання» залученні символи суто російської культури для репрезентацій українського культурного простору. Так, у телесеріалах «5 хвилин до метро», «Сестри по крові», «Городський романс» колоніальний статус Києва та його провінційність по відношенню до Російської культурної «метрополії» підкреслюють портрети російських політиків та російські триколові прапорці в кабінетах чиновників, нашивки типу «Армія Росії» на рукавах української міліції. Представники українського народу в телесеріалі «Сестри по крові» слухають музику з «балалаєчними» мотивами, годують гостя-француза щами. Цікаво, що в телесеріалі «Зачароване кохання» з типічним романтичним сюжетом, характерним для української художньої класики (тема відьмацтва, нещасливого кохання), зовсім не показаний (або зігнорований) український колорит.

Таким чином, український телесеріальний продукт програмно формується на крос-культурному перетині, що, з одного боку, затримує формування візуально-сміслових зразків української національної ідентичності, але, з іншого,— дозволяє адаптувати таких продукт до крос-культурного діалогу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Абрамов С. Українське телебачення: вчора, сьогодні, завтра / С. Абрамов, В. Горобцов, І. Чиж (заг. ред.). — К. : Дирекція ФВД, 2006. — 648 с.
2. Гнатюк С. Національні медіа як чинник формування сучасної української ідентичності та консолідації суспільства [Електронний ресурс] / С. Гнатюк. — 2009. — Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/Monitor/April/11.htm>

3. Зубавіна І. Національна історія як об'єкт серіального дослідження [Електронний ресурс] / І. Зубавіна. – 2009. – Режим доступу : <http://old.kinokolo.ua/resources/zine/pdf/16.pdf>
4. Победоносцева І. Є. Аудіовізуальний простір України (кіно, ТБ, відео) в контексті сучасного глядацького сприйняття / І. Победоносцева // Мистецтво екрана : зб. наук. пр. – Вінниця : ГЛОБУС-ПРЕС, 2001. – С. 76 – 78.

**М. А. Алфьоров,
м. Харків**

МИСТЕЦЬКА ОСВІТА: КОГНІТИВНИЙ АСПЕКТ

Суттєвим недоліком сучасної мистецької освіти є прірва, що відділяє цю освіту від художнього доробку сучасного мистецтва. Повною мірою це стосується екранної освіти в Україні, оскільки, попри прагнення нашої країни приєднатися до Європи, професійна мистецька освіта є відірваною від європейського арт-сьогодення. Мистецька освіта в Європі та в інших західних країнах спрямована на освоєння системи причинно-наслідкових схем, що робить можливим вільне сприйняття, продукування ідей та думок, вписаних в умови виробництва сучасного мистецтва, освоєння всіх системних елементів арт-світу.

Певним кроком щодо подолання зазначеного недоліку є визнання «проблемних зон» когнітивного порядку, які можна подолати вже сьогодні.

Перша «проблемна зона» — нові концептуальні підходи до мистецької освіти. Болонська система, до якої долучилася й мистецька освіта в Україні, передбачає вільне просування майбутнього фахівця-митця по світові й можливості отримання освіти та першого робочого місця в будь-якій країні. Концептуальний підхід до медіа-освіти у світі — освіта неперервна, наскрізна та вмотивована не державою, а майбутнім фахівцем. Перші два щабелі в такій освіті визначають і перші рівні когніції: коли медіа-освіта в профільному коледжі визначає майбутню вмотивованість студента до вступу в профільний ВНЗ, а потім — на здобуття неперервної освіти через ланку: «ВНЗ — підвищення кваліфікації — фахові тренінги — творчі лабораторії — підвищення кваліфікації».

Друга «проблемна зона» — провадження когнітивних іноваційних моделей у вищу арт-освіту в Україні. Концептуальний підхід до планування власної медіа-кар'єри дозволяє студентові у світовій мистецькій освітянській практиці поєднувати навчання через освоєння

навчального плану ВНЗ (міждисциплінарний підхід) і через бали «вільних кредитів», який обирає сам студент («спіральний навчальний план»), у якому задіяна проблематика, що переглядається та вивчається з більшою глибиною протягом усього навчання студента.

В основі таких інноваційних моделей арт-освіти є відповідь студента на власні питання: а) мій вибір життєвого і мистецького шляху; б) питання ідентичності мети (багатоплановість та комунікативність творчої особистості) способам та варіантам мистецького навчання; в) активне громадянство: хто я в суспільстві? Процес пізнання себе як митця студентом у такій моделі освіти самовмотивований і неперервний. ВНЗ лише допомагає конкретизувати цей процес і визначити інструменти такого пізнання та самопізнання.

Третя «проблемна зона» — рівні інформатизації освіти. Цій проблемі присвятили свою увагу вітчизняні дослідники В. Биков, Ю. Долгоруков, К. Зуєв, В. Гуменюк, В. Ільганаєва та інші. Формування інформаційної культури студентів у галузі мистецької педагогіки було досліджено М. Близнюк, нові інформаційні технології графічної підготовки студентів розглядала М. Юсупова, а комп'ютерні технології як засіб творчої навчальної діяльності — Т. Трубчанінова. Екранна освіта в Україні ще досить мало інформатизована, оскільки дотик «до дихання» мистецького доробку сьогодення має відбуватися on-line. Новітні візуальні й медіа-практики (відеоінсталяції, відеоперформанси, твори медіа-арту тощо) досі залишаються поза навчальними планами традиційних кіно факультетів, і це є проблемою для креативних студентів на сьогодні.

Світове арт-сьогодення віднайшло певні критерії відповідності сучасної мистецької освіти: 1) освіта повинна визначати актуальну проблематику й актуальні вимоги для майбутнього митця; 2) вища мистецька школа повинна вміти передбачати наслідки певних рівнів освіти; 3) вища мистецька освіта повинна вміти передбачати перспективні напрями мистецтва й своєчасно відповідати на ці трансформації. На жаль, за цими критеріями сучасна екранна та медіа-освіта в Україні ще не відповідає світовим вимогам. Але робота в цьому напрямі є доволі перспективною справою.

**З. І. Алфьорова,
м. Харків**

ТРАНСОПТИЧНА ДІЯ НА СУЧАСНОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ

Якщо прийняти на віру, що телебачення — це динамічна цілісна система, котра має структуру, яка здатна до самоорганізації, та відповідну

поліонтологічну природу, то здатність цієї системи до розвитку певною мірою забезпечується типом подієвості, яка фіксується телебаченням.

М. Гайдеггер звертав увагу на складність структури емпіричної подієвості, яка, попри її спроможність народжуватися на наших очах, не є простою і визначеною. Телебачення — це мистецтво, яке здатне створювати конструктивно «складну» подію та видавати її за реальну.

Відомо, що цю конструкцію складають, як мінімум, дві основні структури: зображальна (візуальна) та вербальна. Обидві структури мають (як правило) нарративний характер, тобто виявляють свою подієво-процесуальну природу, і якщо характер і тип такої нарації можна відразу визначити, то цей характер і тип мають створювати жанрову драматургічну конструкцію цієї нарації.

З часів розквіту семіотики теж відомо, що взаємодія між зазначеними структурами є теж складною і в конкретних екранних мистецтвах має своєрідність виявлення. Так, у традиційному кінематографі взаємодія між візуальною та вербальною структурами визначається задумом екранного твору та жанрово-видовими особливостями його втілення.

Щодо телебачення, то тут взаємодія визначається більш широким колом чинників. Серед них чинники не тільки морфологічного характеру, але й процесуального кшталту (наприклад, програмна ситуативна втіленість задуму телевізійної нарації тощо).

Окремою проблемою такої взаємодії є проблема «трансоптичності» візуальної структури такої нарації. Свідомо, при цьому, поза нашою увагою залишається вербальна складова подієвості.

Структура телевізійної події багатовимірною. Особливою складністю визначається конструкція телевізійного публіцистичного дійства. Опосередкована знімальною оптикою, яка створює «суб'єктивне бачення» такого дійства як з боку знімального колективу, так і з боку власне глядача, конструкція такого телевізійного дійства набуває вигляду трансоптичної.

Першим пластом трансоптичного дійства стає віддзеркалення оптикою так званої «емпіричної подієвості». Трансляції «з місця подій», «з майдану» тощо є опосередкуванням оптикою «дії першого порядку», прямого інформаційно-емоційного впливу подієвого ряду емпіричної реальності. Але на відміну від життя, оптика робить цю подію дискретною, звуженою і, попри тотальність зображення, фрагментарною когнітивно. Для телевізійного глядача драматургічна втіленість «дії першого порядку» не є повною. За межами образу такої дії може залишитися і її основа — сам конфлікт, адже візуальна версія такої дії є об'єктом конструктивного втручання телевізійної режисури.

Включення «дії першого порядку» в драматургію власне телевізійного публіцистичного дійства робить з неї (цієї дії) певний

драматургійно-оптичний контекст, у якому організація дії («дії другого порядку») в знімальній студії виявляється «основним нарративом». При цьому «дія другого порядку» теж має власну оптичну дискретність, адже навіть багатокамерна зйомка в студії не робить телевізійне дійство повним для глядацької рецепції. Такий контекст може збагатити смислові елементи телевізійного публіцистичного дійства, але це смислове збагачення не є повним і цілісним для телевізійного глядача.

«Дія другого порядку», яка, як правило, має власну драматургічну конструкцію, може посилювати або нівелювати вплив «дії першого порядку», створюючи певну колізію при її сприйнятті. Діалогічність такої дії підкреслюється наявністю групи (або груп) глядачів у студії, чії реакції на «дію другого порядку» теж фіксуються телекамерами. Ця обставина вкрай усладнює рецепцію такої подієвої структури й вимагає від телеглядача максимальної концентрації при сприйнятті такої трансоптичної дії. Реакції групи (або груп) глядачів у студії, фіксовані телекамерами, відіграють роль підтекстових візуальних структур, які пояснюють загальне сприйняття події в студії. Як правило, такі підтексти є не концентрованими (як у традиційному екранному творі), а розпорошеними. Смилова розпорошеність може підсилюватися завдяки «ефектному» кліповому монтажу.

Таким чином, пересічний телеглядач, який має приємність візуально й емоційно сприймати телевізійне публіцистичне дійство, насправді знаходиться під впливом кількох дійств (дій) одночасно: фрагментів подій, які транслюються в студію під час шоу, дійства, яке фіксується камерами в самій телестудії, реакції та дій глядачів у студії. Але сам глядач може бути під час переглядання учасником емпіричної подієвості: дивлячись на екран телевізора, він може пити каву, спостерігати впівока за дітьми тощо. «Включенність» у таку подієвість підсилює глядацьку роль спостерігача, для якого трансопитичність дії, у якій він «бере участь», підсилюється обернено пропорційно до її дискретності.

Таким чином, опосередкована знімальною оптикою, телевізійна подійність раз за разом порушує цілісність життя глядача, роблячи процесуальність його буття частковим, нестійким та ситуативним.

**О. В. Безручко,
м. Київ**

КІНОПЕДАГОГІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЮРІЯ ІЛЛЕНКА

Кінорежисер, оператор, сценарист, актор, продюсер, кінопедагог, професор, народний артист України, академік АМУ Юрій Герасимович

Ілленко (09.05.1936, Черкаси – 15.06.2010, с. Прохорівка Черкаської обл.) на кінофакультеті Київського державного інституту театрального мистецтва (КДІТМ – нині Інститут екранних мистецтв Київського національного університету театру, кіно і телебачення (ІЕМ КНУТКТ)) ім. І. К. Карпенка-Карого в 70-х роках ХХ сторіччя виховав курс кінооператорів, у 90-х роках – перших роках ХХІ сторіччя – три майстерні режисерів художнього фільму.

У часи, названі потім «брежнєвським застоєм», забороняли будь-які напрямки в мистецтві, окрім соціалістичного реалізму. Тому більшість режисерів, які сповідували поетичний кінематограф, були вимушені знімати фільми, що «зрозумілі для всіх». Ті ж, хто не хотів творити за політичними лекалами, були вимушені спиватися від безробіття, безгрошів'я та нереалізованості.

Один з лідерів «українського поетичного кіно» Юрій Ілленко в цей час на кінофакультеті Київського державного інституту театрального мистецтва ім. І. К. Карпенка-Карого виховав курс кінооператорів, яким прищепив своє мистецьке бачення краси в кінематографі.

Неможливість повноцінно реалізуватися в кінематографі митець компенсував кінопедагогічною діяльністю: спочатку працював викладачем з погодинною оплатою, а в 1970 – 1971 навчальному році став художнім керівником цього курсу.

У свій фільм «Білий птах з чорною ознакою» Ілленко запросив оператором-постановником Вілена Калюту. Залучив він Калюту й до викладання на власному курсі як педагога-асистента для керівництва практичними роботами.

Потім майже двадцять років Ілленко не займався вихованням молодих митців у стінах вищих навчальних закладів мистецького спрямування, проте допомагав на знімальному майданчику в умовах реального кіновиробництва молодим митцям опанувати секрети екранних мистецтв.

30 травня 1990 року Вчена рада Київського державного інституту театрального мистецтва ім. І. К. Карпенка-Карого підтримала рішення факультету кіномистецтва про розділ кафедри режисури кіно і телебачення на дві кафедри: кафедру режисури кіно і драматургії та кафедру режисури телебачення.

1 жовтня 1990 року стати завідувачем новоствореної кафедри режисури кіно і драматургії запропонували Ю. Г. Ілленка, який влітку набрав першу експериментальну режисерсько-сценарну майстерню. В українській кіно- і театральній педагогіці існували режисерсько-акторські майстерні. Наприклад, у В. С. Довбищенка або В. І. Івченка, а от режисерсько-сценарної майстерні ще ніхто не набрав.

Про необхідність виховувати в Україні кінодраматургів наголошував ще в 1936 році Олександр Довженко, який в цей час активно займався кінопедагогікою в Режисерській лабораторії на Київській кінофабриці.

Ілленківська парадигма навчання режисерів і сценаристів в одній майстерні схожа з позицією О. П. Довженка (до речі, це актуально і в наші дні). Юрій Ілленко, який сам був не лише режисером й оператором власних фільмів, але й автором та співавтором сценаріїв, вирішив виховувати режисерів і сценаристів разом.

Розуміючи складність навчального процесу, Ю. Г. Ілленко запросив другим педагогом у свою режисерсько-сценарну майстерню відомого українського кінодраматурга й письменника О. І. Приходька

Майстри вважали, що спочатку студенти будуть навчатися разом, а потім вони визначаться, хто буде режисером, а хто сценаристом. У 1936 році Довженко вважав, що навчати студентів-режисерів потрібно в кімнаті, обладнаній переглядовим залом з великою бібліотекою, про що згадував на одній з лекцій перед студентами Режисерської Академії при Вищому державному інституті кінематографії.

Юрій Ілленко та Олег Приходько зібрали власним коштом чудову бібліотеку з мистецтва і залишили в 25 аудиторії, яка була закріплена за курсом.

Ще в 1932 році відомий кінорежисер, теоретик кіно, кінопедагог С. М. Ейзенштейн писав у статті «Догнати і перегнати», що справжня сутність режисера може відкритися лише на знімальному майданчику у творчий момент акту постановки. Проте студентам першої режисерсько-сценарної майстерні Ю. Г. Ілленка не пощастило: під час їхнього навчання майстер так і не запустився з жодним фільмом, хоча й намагався це зробити з фільмом «Агасфер, або Друге пришествя Христа».

На жаль, педагогічний експеримент Ілленка не вдався повною мірою через те, що всі студенти хотіли бути кінорежисерами. Тим не менш, ілленківські учні отримали ґрунтовні знання з драматургії і вміють самостійно писати сценарії.

28 червня 1994 року Ілленко став доцентом кафедри кінорежисури і кінодраматургії. У 1994 році, коли перша режисерсько-сценарна майстерня була на п'ятому курсі й студенти готувалися до дипломних робіт, Юрій Ілленко набрав другу майстерню, у якій Олег Приходько викладав сценарну майстерність.

Серед педагогів, які навчали студентів цієї майстерні, були найкращі українські фахівці: Людмила Єфименко викладала «Акторську майстерність», Богдан Вержбицький – «Операторську майстерність», Роман Адамович – «Художник в кіно», Ганна Чміль – «Психологію творчості» та ін.

Молодих режисерів професор Ю. Г. Ілленко виховував не лише в аудиторіях кінофакультету Київського державного інституту театального

мистецтва ім. І. К. Карпенка-Карого, але й на території музейного комплексу Києво-Печерської лаври, де в той час знаходився кінофакультет. Потрібно віднайти, що навіть заняття в аудиторії, вікна якої виходили на тоді ще не відновлений Успенський собор, мали зовсім інше емоційне забарвлення, аніж в промисловій зоні на вул. Щорса, куди був перенесений кінофакультет у 1999 році. Мелодійний передзвін лаврських дзвонів, хресні ходи, старі дерева, прямо під якими інколи проводили лекції викладачі, – усе це створювало неповторну атмосферу творчості, у якій студенти налаштовувалися на мистецьке сприйняття дійсності.

Така парадигма базується на спадщині провідних вітчизняних кінорежисерів-педагогів, які, насамперед, намагалися створити творчу спеціальну атмосферу в місцях передачі режисерського досвіду «з рук в руки».

Цікавим видається урок кінорежисури Ю. Ілленка на кухні власної квартири. П'ятеро студентів його майстерні спочатку з подивом спостерігали, як учитель запросив присісти за дубовий стіл, за яким почав готувати плову. Кожен крок у приготуванні їжі супроводжувався аналогіями з кінотовиробництвом. Нестандартність такої лекції призводила до глибокого запам'ятовування її молодими режисерами, одним з яких був автор статті. Поєднання позитивних емоцій від створеної майстром атмосфери з вербальним текстом призводить до кращого засвоєння матеріалу з курсу кінорежисури, який майстер виклав у книзі «Парадигма кіно».

У 1996 році Ілленко до 60-річчя від дня народження отримав Почесну відзнаку Президента України, 26 березня 1996 року було подано документи на звання «Професор кафедри кінорежисури і кінодраматургії», і 27 червня 1996 року Ілленку було присвоєно вчене звання професора по кафедрі кінорежисури і кінодраматургії як народному артисту.

У 1997 році Ілленко намагався зробити цікавий педагогічний експеримент, аби студенти його другої режисерської майстерні розробили режисерський сценарій за твором М. Гоголя «Страшна помста».

Учні повинні були написати режисерський сценарій за одним з фрагментів твору, а потім повинні були поставити. Ілленко як керівник майстерні мав би проконтролювати, аби всі різні фрагменти були зняті в єдиній стилістиці.

Ця ідея не нова: у 20-х – на початку 30-х років минулого сторіччя Лесь Курбас давав можливість режисерам-лаборантам «Березоля» ставити фрагменти однієї вистави. У середині 30-х років Олександр Довженко хотів повторити педагогічний експеримент Курбаса в кінематографі, надавши можливість студентам його режисерської лабораторії знімати фільм за твором М. Гоголя «Тарас Бульба». Режисери-лаборанти писали режисерські сценарії, проте арешти керівників українського кінематографу

і директора Київської кінофабрики П. Ф. Нечеси, які підтримували педагогічний експеримент митця, звели нанівець ці плани. Невдовзі були заарештовані й більша частина учнів О. П. Довженка.

У другій половині 90-х Ілленко вирішив повторити задум Довженка, хоча, скоріш за все, як і більшість кінематографістів, навіть не знав про спроби своїх відомих попередників.

На жаль, не вдалося завершити цього експерименту і в другій ілленківській майстерні. Причини не були такими трагічним, як у попередників – лише банальна відсутність фінансування. У той час ніхто не хотів вкладати гроші у фільми видатних майстрів екрану, а тим більше ризикувати з дебютантами.

10 січня 1997 року Ілленко став дійсним членом (академіком) Академії мистецтв України, багато виступав на телебаченні, у пресі з питань кіномистецтва. У цей час активно йшла робота над книгою «Парадигма кіно», в основу якої лягли лекції з кінорежисури, прочитані в першій і другій режисерських майстернях.

Влітку 1999 року, коли студенти другої майстерні перейшли на останній курс, Ілленко набрав третю майстерню режисерів художнього фільму.

1 грудня 1999 року Юрій Ілленко став деканом факультету кіно і телебачення Київського державного інституту телебачення, кіно і театру ім. І. К. Карпенка-Карого, проте пробув на цій посаді менше ніж півроку – 3 квітня 2000 року наказом по Міністерству культури і мистецтв його було звільнено, оскільки майстер розпочав роботу над першим національним проектом під патронатом Президента України «Мазепа». Підставою стала заява Ілленка, у якій він зазначав, що обсяги роботи над проектом не дозволять йому повноцінно виконувати ще й таку складну роботу, як деканство на факультеті. Через місяць Ілленко було зараховано до кадрового резерву з пропонуванням на посаду ректора Київського ДІТМ.

Тим не менш, Ілленко залишився завідувачем кафедри кінорежисури і кінодраматургії та керівником режисерської майстерні. Робота над фільмом не перешкоджала педагогічній роботі. Важливими уроками для студентів другої і третьої, на жаль, останньої, майстерні була практика на кінокартині «Молитва за гетьмана Мазепу» (2002), надзвичайно красивій стрічці, у якій поєднувалися намальовані картини і декорації художника С. Якутовича з феєричними костюмами В. Фурика та, безперечно, надзвичайно красивими кадрами самого Юрія Ілленка, який працював оператором, режисером, сценаристом й актором. Олександр Безручко працював другим режисером й актором, Георгій Фомін – асистентом режисера й актором, Сергій Альошечкін – актором, Ігор Козир – асистентом режисера, Інна Корж – асистентом режисера.

У планах Ю. Г. Ілленка було продовжити знімати і займатися педагогічною діяльністю. Його мрією було зняти «Агасфера» й набрати ще одну режисерську майстерню...

Учитель продовжується у своїх учнях, а їх, талановитих, працюючих, завзятих, багато. У цьому невмирущій мистецьких традицій видатного митця екрану і кінопедагога Юрія Герасимовича Ілленка.

**К. С. Беломоїна,
м. Луганськ**

КОГНІТИВНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ

У ситуації глибокої кризи моральних і духовних цінностей у суспільстві особливу актуальність здобувають об'єктивне вивчення, аналіз і практична розробка світової й вітчизняної культурної спадщини, у тому числі в галузі екранних мистецтв, а саме телебачення.

Сучасне телебачення як один з найдоступніших засобів масової інформації має величезні можливості для збереження й передачі життєво важливої для суспільства інформації, включаючи цінності духовної культури, її традиції. Тому як майбутнє всього суспільства, так і кожної людини окремо значною мірою залежить від того, які зразки моральної й духовної поведінки пропагують державні канали.

Більшість творців сучасного екранного мистецтва переживають протиріччя: бажання створити добуток, який виявляв би позитивний полюс дійсності, затвердити ідеали шляхетності й гуманізму наштовхується на розуміння складності здійснення цієї мети в сучасних умовах.

Моральне й етичне розпуття сучасного телевізійного ефіру віддзеркалює суперечливість сучасної культури в цілому (падіння рівня позитивних цінностей). Відповідальність телебачення перед суспільством, його глобальна роль у формуванні світогляду сучасного глядача, у виробленні системи критеріїв, позитивного погляду на світ незаперечна. Сучасний глядач знаходиться в тотальній психологічній залежності від побаченого на екрані ТБ, цілком ідентифікуючи себе з ним, порівнюючи своє світосприйняття, погоджуючи свої вчинки.

Здатність телебачення до конструювання культури повсякденності реалізується через вплив на глядачів телевізійної картини світу.

Актуальність теми полягає в тому, що формування духовно-моральних цінностей потребує вдосконалення за допомогою когнітивних телевізійних програм.

Приймаючи поширену сьогодні характеристику сучасного суспільства через поняття “доба глобалізації”, маємо враховувати таке. Якщо ми визнаємо, що глобалізація є такий етап суспільного поступу, на якому відбувається формування єдиного всесвітнього ринкового господарства, тоді треба брати до уваги, що адекватна присутність у цьому господарстві забезпечується ексклюзивністю пропозицій. Кожному, хто здатен запропонувати унікальний продукт, у глобалізованому суспільному господарстві не потрібне споживання другорядних ерзаців, копій, оскільки джерело пропозицій глобально доступне. Іншими словами оригінальність, неповторність, унікальність, новаторство стають нормою існування в сучасному соціумі [4, с. 30].

Когнітивність — термін, що означає здатність до розумого сприйняття та переробки зовнішньої інформації.

З погляду формування когнітивної культури регулятивні механізми будуть проявлятися в регуляції й саморегуляції пізнавальної діяльності відповідно до вже сформованих у суб'єкта цінностей пізнання й освіти, сформованими компетенціями. Активність суб'єкта пізнання в цьому напрямку залежить від ще одного особистісного утвору - рефлексії. Рефлексія одночасно проявляється в когнітивному, ціннісному й регулятивному аспектах. Регулятиви, як і цінності, пов'язані зі знаннями. Рівень нашого оволодіння культурою визначається тим, наскільки добре ми засвоїли інформацію, що втримується в різноманітних предметах культури, і дотримуємося пов'язаних з ними програм поведінки, запропонованих культурою. Усе це в цілому характеризує пізнавальну активність людини, яка є особливою властивістю суб'єкта пізнання, має базове значення в становленні особистості, забезпечує психічний розвиток протягом онтогенезу. Основу пізнавальної активності становлять: чутливість людини до нової інформації, висока пізнавальна потреба, готовність пізнавати нове й реалізовувати пізнавальні прагнення [2, с. 47].

Культура повсякденності спирається на новину. Телебачення задовольняє дану потребу в новій інформації самого широкого спектра. Інша базова потреба, яку телебачення почало задовольняти досить успішно тільки після розв'язання низки технічних завдань, – дозвіллева, друга складова частина біполярної функціональності телебачення. Інформаційність знайшла риси сенсаційності, і, таким чином, новина стала розвагою, телебачення закріпило цю тенденцію, що складалася в людській свідомості століттями, але яка вийшла на перший план тільки у відносно безпечному суспільстві [5, с. 13].

Сукупність видань і програм, що складають систему ЗМІ, повинна бути такою, яка б створювала картину дійсності максимально повною, об'ємною, усебічною, завершеною. Тому в журналістиці виникає багато видань і програм, а всередині них – рубрик, сторінок, рубрикових передач, які звернені до різних сфер дійсності. Їхній діапазон надзвичайно

широкий. Причому ці видання й програми можуть бути розраховані як на величезні регіони (країни, континенти, увесь світ), так і на локалізоване поширення в малих регіонах (екологічна сторінка для невеликого району або спортивне видання для міста).

Тематична спеціалізація видань і програм, сторінок і рубрикових передач вимагає від журналістів відповідної кваліфікації, щоб усі тематично-інформаційні «ніші» були заповнені. При цьому до одного тематичного шару часто звертаються різні видання й програми, що конкурують й (або) взаємодоповнюють одні одних.

Сучасний глядач знаходиться в залежності від побаченого на телеекрані, тому основним завданням телеканалів повинно бути просвітництво та виховання.

Саме за допомогою мас-медіа серед різних категорій населення (читачів, слухачів, глядачів) пропагуються певні ціннісні настанови, світоглядні стереотипи та моделі поведінки, унаслідок чого спільні смаки й форми «культурного споживання» поширюються як серед привілейованих, так і малозабезпечених категорій населення. З огляду на це, у змаганні за культуру мас-медіа перебувають практично поза конкуренцією.

Телебачення як соціальний інститут навіть в умовах ринкових відносин може й повинне здійснювати свою культурно-освітню функцію, що надає глибокий зміст його діяльності.

Сучасні українські телеканали поділяються на універсальні, інформаційні, кіноканали, музичні, розважальні, дитячі, спортивні, пізнавальні, культурологічні (просвітницькі).

Канал *Культура* є базовим культурологічним каналом. Основними напрямками роботи телекомпанії є:

- створення телепрограм з метою висвітлення здобутків української культури, літератури та мистецтва;
- створення телевізійних фільмів та вистав (серіалів) на основі української класичної та сучасної літератури;
- створення телевізійних художніх серіалів для молодшого покоління, оснований на українських народних казках та притчах, де генетична мудрість народу переплітається з тисячолітніми традиціями єдності людини та природи, самобутнім українським гумором та оптимізмом;
- створення телевізійних фільмів (серіалів) історичної тематики, що не тільки висвітлювали б саму історію України, але й визначали б її місце в розбудові світової цивілізації;
- створення музичних телевізійних фільмів, у яких знайшли б відображення здобутки української музичної культури, вокального виконавства та хореографії;

– створення циклів фільмів та телепередач, що висвітлювали б культурне й духовне минуле та сьогодення України;

– створення щоденної циклової інтерактивної передачі, що висвітлювала б сьогоднішнє культурне життя столиці та регіонів, анонси прем'єр, критичний аналіз та коментарі фахівців.

Список культурологічних каналів продовжують канали *Глас* (програми *Літопис, Автограф, Портрет, Спадщина, Моя професія, Зодчество, Дивосвіт*), *CNL Україна, УТ-Захід*. Також до пізнавальних каналів належать *Тоніс* (програми *Сильні світу сього, Зелена варта, Журфікс, ПРОчитання, Світогляд*), *SCI, Тур бюро, Планета, Світ*.

Для того, щоб наше суспільство розвивалося, треба відроджувати державні цінності, впроваджувати українську культуру за допомогою просвітницьких, культурологічних каналів. Вплив телевізійної естетики помітно зростає. І це, у свою чергу, підсилює вплив телебачення на аудиторію.

Система цінностей, складова підґрунтя духовної культури суспільства, є сполучною ланкою між різними поколіннями й забезпечує стабільність стану й розвитку суспільства. Якщо в процесі соціально-економічних трансформацій не враховується специфіка культурних традицій, то суспільство приречене на духовну кризу і її трагічні наслідки в усіх сферах життя. Тому розвиток культурологічних телеканалів вирішить важливе на сьогоднішній день завдання стабілізації й гармонізації відносин у суспільстві.

Національна духовна культура має знайти своє адекватне втілення на телевізійному екрані, а знання про те, що вона становить дійсну цінність, гордість і духовну спадщину нації, повинно переходило з покоління в покоління. Ось чому спеціальні дослідження в цій галузі стають усе більш необхідними.

ЛІТЕРАТУРА

1. Українське телебачення: вчора, сьогодні, завтра / С. О. Абрамов, В. О. Горобцов, М. М. Карабанов та ін. – К. : Дирекція ФВД, 2006. – 648 с.

2. Ахтамьянова И. И. Генезис когнитивной культуры личности / И. И. Ахтамьянова // Пед. журн. Башкортостана. – 2008. – № 2 (15). – С. 41 – 59.

3. Багрянцева М. Г. Нравственно-эстетическое пространство современного телевидения: на материалах ТВ Дальневосточного региона : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. искусствоведения : спец. 17.00.03 / М. Г. Багрянцева. – М., 2004. – 28 с.

4. Дивненко О. В. Эстетика / О. В. Дивненко. – М. : Аз, 1995. – 187 с.

5. Луков М. В. Телевидение: конструирование культуры повседневности : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филос. наук : спец. 24.00.01 / М. В. Луков. – М., 2006. – 28 с.

6. Чуйко В. Л. Когнітивізм як об'єкт когнітології : монографія / В. Л. Чуйко. – Ніжин : Міланік, 2007. – 148 с.

**А. Г. Валюкевич,
м. Луганськ**

СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ПОРТРЕТ ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ ГЛЯДАЦЬКОЇ АУДИТОРІЇ ЛУГАНЩИНИ

У другій половині ХХ століття телебачення не тільки зайняло пріоритетне положення в системі ЗМІ, але й стало невід'ємною частиною функціонування сучасного соціокультурного простору країни та своєрідним показником його розвитку. Аудиторія є найважливішою частиною телебачення як соціального інституту. Сьогодні відбувається диверсифікація телебачення, інституціоналізація його нових форм (кабельне, супутникове, мобільне телебачення, IPTV та ін.). У телевізійній аудиторії активізується такий процес, як індивідуалізація телеспоживання. З пасивної «маси» – об'єкта впливу аудиторія телебачення все більше перетворюється на активний суб'єкт, самостійно формує свій телевізійний досвід.

Українська телевізійна аудиторія зазнала суттєвих змін разом з радикальними трансформаціями суспільства й телебачення наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття. Принципові зміни телебачення пов'язані з перетворенням державної системи ЗМІ, зосередженої головним чином на ідеологічних і політичних завданнях, на медіа-індустрію (медіа-холдінги), що орієнтується на закони ринкового (а не тільки політичного) попиту й пропозиції. Телебачення з ідеологічного інституту перетворилося на бізнес-організацію, специфічним завданням якої є залучення за допомогою певного контенту привабливих для рекламодавців аудиторій з подальшою їх коммодифікацією.

Невід'ємним чинником, що впливає на формування жанрового, ідейно-тематичного наповнення будь-якого телефіру та, як результату, конкурентоспроможності телеканалу, є глядацька аудиторія.

Головна функція телебачення сьогодні – зібрати аудиторію біля телевізійного екрана й продати її рекламодавцеві. У цьому контексті телебачення – це окремо взятий канал, за допомогою якого телевізійний продукт (інформація, серіал, кіно тощо) доставляється до споживача й

задовольняє його естетичні, інформаційні, пізнавальні, рекреаційні та інші потреби.

На цьому тлі українські регіональні телекомпанії не просто вижили, а мали знайти нову програмну концепцію і з її допомогою підсилити свої зв'язки з усіма сферами суспільного життя, не виключаючи, зрозуміло, підтримки культурних і мистецьких традицій країни. Контакт із глядачем на регіональних телеканалах є значно вищим, ніж на центральних: він, в основному, ігнорує рекламу в перевантажених та тривалих рекламних блоках центральних каналів. Тим більш цікавим стає процес боротьби медіа-груп місцевого гатунку за свою аудиторну константу. Проблемність і специфічність Східного регіону зумовлюють актуальність проведення систематичних досліджень щодо особливостей формування регіональної телевізійної аудиторії як важливого культурного осередку (на прикладі Луганської області).

Визначення, формування та утримання цільової аудиторії має для регіонального телерадіомовлення першочергове значення. «Кожна країна, регіон, місцевість – це певною мірою граничний ринок потенційної аудиторії, який, так чи інакше, змінюється, модифікується (міграція населення, природна зміна поколінь, зміна смаків і уподобань внаслідок покращання чи погіршення добробуту громадян, модні віяння тощо)» [3, с. 96]. Однак, безперечно, найсуттєвішим у визначенні аудиторного ринку є суспільство, тобто ті цінності й здобутки, які громадськість отримує та перерозподіляє внаслідок політичного, економічного чи соціального розвитку інформаційного суспільства. Інформаційне посттоталітарне суспільство – це певною мірою «перебудова суспільства у квадраті», оскільки змінюється не лише його надбудова та база – політична, економічна чи соціальна система. Змінюється психологія суспільства, внутрішні методики впливу на аудиторію, психосинтетичні технології функціонування мас-медіа.

«Аудиторію можна визначити як стійку сукупність людей, яка виникає на підставі спільності їхніх інформаційних потреб» [8, с. 108]. Чим глибше й краще телебачення відповідає на запити глядачів, тим ширша й сталіша його аудиторія.

У підході «аудиторія як публіка» [4] телеглядачі розглядаються як реципієнти повідомлень у галузі інформації, знань, освіти, розваг. У підході «аудиторія як ринок» [5] телебачення менше цікавить передавання певного змісту, головне – привернути увагу аудиторії, стимулювати покупця, а потім продати йому продукт або послугу. Різниця в моделях значна: функція телемовця, спрямована на аудиторію-публіку, – служити суспільству, а функція, спрямована на аудиторію – ринок, – продавати. Українське телебачення має переважно комерційний характер, тому основне концептуальне твердження при розгляді телебачення як маркетингової системи виходить із трактування аудиторії як ринку.

«Соціальна активність населення в областях сьогодні дуже висока» [2, с. 8]. Мешканці регіонів воліють жити не тільки столичним життям, їх цікавлять події у власному регіоні, які стають інформаційним продуктом саме місцевого ТБ. Класичний ефект впізнавання свого краю, своїх людей працює в такому звуженому колі окремого регіону, на нашу думку, найефективніше. Отже, який він, телевізійний глядач Східної брами України? На відміну від столичних каналів, телестудії обласного (і тим більш міського) значення поділяються за контент-наповненням. Усі без виключень телеканали Луганської області мають найголовнішу спільну рису — їх відносять до сімейного типу, а це означає тільки одне — потенційна цільова аудиторія в них теж спільна. Цей факт підсилює головну інтригу кожного телевізійного сезону — кого ж обере глядач та як зробити, щоб він увімкнув «потрібний нам» канал. Відповідь на це питання лежить на перехресті культурних, соціальних, психологічних потреб і характеристик телевізійної аудиторії та адекватної політики керівництва телеканалів.

Сьогодні в телебачення є всього дві функції: розважальна та інформаційна, причому перша — домінуюча. Якість та зміст сьогоденного розважального контенту залежить не від влади, не від якихось конкретних державних установ, а від запиту самих телеглядачів, з поправкою на рівень професіоналізму та фінансово-технічні можливості телеканалів, послуговуючись якими вони задовольняють вказаний запит. Те, що і як ми дивимось по телевізору, сьогодні вирішує те, що нам покажуть завтра: телеканали аналізують дані вимірювань глядацької аудиторії (рейтинги) і виходячи з цих даних формують зміст наступних телепрограм, адже зацікавлені в рейтингу, від якого залежить вартість та кількість розміщеної реклами, а від реклами — прибуток телевізійного бізнесу. Відтак, по телевізору ми бачимо лише те, що нібито «хочемо бачити». Але те, що ми бачимо, не дає людям конкретних відповідей на запитання, як ставитись до того чи іншого політика, події, тенденції, явища, рекламованого продукту тощо, як це було раніше. Тобто висвітлюються хоч і схожі, але багато в чому різні ставлення до подій та тенденцій, рекламуються різні продукти з одного й того ж сегменту, у тому числі — політичні. Телебачення вже не формує, воно, хоч і викривлено, але відображає життя в тих його проявах та аспектах, які є запитуваними та цікавими глядачеві. А глядач не хоче обирати з-поміж багатьох (принаймні — кількох) варіантів, він хоче отримати конкретну відповідь і не отримує її.

Тому й лунають заклики до певного регулювання, форматування телевізійного контенту. Дивна, на перший погляд, річ: найбільш рейтинговими є програми та новини з негативним забарвленням, які викликають найбільш сильні емоції. Тобто люди самі обирають ці телепрограми, самі їх дивляться, надають їм перевагу з поміж інших,

інакше їх би не було так багато і вони не транслювалися б у «прайм-тайм». Але ті ж глядачі скаржаться на «чорнуху» та «жовтизну» телефіру й закликають до її обмеження. Фактично, люди просять насильно забрати в них те, що їм подобається, вони розуміють шкідливість цього телепродукту, але самотужки не здатні від нього відмовитися.

Сучасний процес взаємодії телеглядача з телебаченням є перманентним і на регіональній площині, а отже, залишає відкритою перспективу подальшого дослідження та постійного доповнення соціокультурного портрету телевізійної аудиторії Луганщини в розрізі сучасного телевізійного дискурсу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Абрамов С., Горобцов В. Українське телебачення: вчора, сьогодні, завтра / С. Абрамов, В. Горобцов ; І. Чиж (заг. ред.). – К. : Дирекція ФВД, 2006. — 648 с.
2. Гузь С. Громадське ТБ – значить без цензури / С. Гузь // Україна і світ сьогодні. – 2005. – № 9. – С. 8.
3. Дмитровський З. ТБ – інформація: час вимагає змін / З. Дмитровський // Зб. матеріалів наук.-конф. – Л., 2003. – С. 96 – 98.
4. Дуцик Д. ЗМІ в контексті сучасної політичної ситуації / Д. Дуцик // Публіцистика і політика : зб. наук. пр. / за ред. В. І. Шкляра. – К., 2000. – С. 19 – 22.
5. Курячая В. Стоп! Снято! Продано?: Как измерить инвестиционную привлекательность телевизионных и кинопроектов и стоит ли рисковать? / В. Курячая // Бизнес. – 2006. – № 45. – С. 76 – 80.
6. Рейтинг телеканалов: медиа-пространство — 2010. Ч. 1 [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа : <http://sociolab.net/rejting-telekanalov-media-prostranstvo-regiona-2010-god/>
7. Рейтинг телеканалов: медиа-пространство — 2010. Ч. 2 [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа : <http://sociolab.net/rejting-telekanalov-media-prostranstvo-regiona-2010-god/>
8. Сучасна українська журналістика: поняттєвий апарат / за ред. А. З. Москаленка. — К. : ЦВП, 1997. – С. 108.

С. Д. Гавриленко,
м. Київ

АКТУАЛЬНІСТЬ ВИКЛАДАННЯ АРХЕОЛОГІЇ КІНЕМАТОГРАФУ В КОНТЕКСТІ ІСТОРІЇ КІНО УКРАЇНИ

Поняття «Археологія кіно» прийшло до нас з Об'єднаного Королівства, де вже багато десятиліть цей предмет вивчається в контексті історії всесвітнього кінематографу. Археологія кіно вивчає період, що передував народженню кіно як технічного оптичного ілюзіону, – пресінема. Цей період тривав з 1420 року й до дати офіційного (юридично затвердженого) винаходу кіно – 28 грудня 1895 року. Зараз у галузі вивчення й популяризації археології кіно працюють чимало фахівців, таких як Paul Burns (Канада), Antonio Pignotti (Італія), Mervyn Heard (Об'єднане Королівство), Mike Smith (Об'єднане Королівство), Сергій Гавриленко (Україна) та інші історики кіно й телебачення.

Прийнято вважати, що саме 1420 рік є тим відправним пунктом в історії технічної екранної проекції, від якого веде свій початок передісторія кінематографу. У цьому році JOHANNES DE FONTANA – автор самої ранньої ілюстрації камери-обскура – публікує її у своїй книзі. Малюнок зображує черницю, яка тримає камеру вертикальної форми із зображенням на її внутрішній частині.

У 1646 Кірхер видає свою роботу «Ars Magna» (1-й випуск, Рим), у якій детально описує камеру-обскура і «чарівний ліхтар».

Археологія кіно послідовно, рік за роком, відкриває й описує події, пов'язані з прогресом людської думки в осягненні принципів і законів оптики, механіки, методів фіксації зображення та їх демонстрації, природи виникнення ілюзії руху і т. ін. Усі ці дослідження в даний час підготовлені до друку в енциклопедії «Пресінема: Енциклопедія. Археологія кіно. 1420 – 1909», автори-укладачі: С. Д. Гавриленко (Україна), Paul Burns (Канада).

Найбільш насиченими на подібного роду події стали XVIII і XIX століття, коли демонстрації шоу оптичних ілюзіонів «Magic lantern» (з 1646 р.), «Zoetrope» (з 30-х рр. XIX ст.), «Praxinoscope» (з 1877 р.), «Mutoscope» (з 1893 р.), «Kinetoscope» (з 1894 р.) та ін. входять у повсякденне життя людей країн Європи, Азії та США.

На території царської Росії кінця XIX століття ми знаходимо унікальні матеріали, що містять інформацію про розвиток і роль у суспільстві екранної проекції, створеної за допомогою «чарівних ліхтарів». Ця інформація до недавнього часу була практично недоступна вітчизняним і закордонним дослідникам.

У цій роботі для підтвердження своїх слів про важливість ролі «чарівних ліхтарів» у просвітницькій роботі з населенням Росії і Малоросії

того періоду, я наведу кілька оригінальних спогадів і звітів на цю тему, взятих з публікації Н. І. Борисова «Волшебный фонарь в народной школе».

Н. І. Борисов пише: «Правильно организованные народные чтения для сельского населения едва ли существуют в 10 —15 уездах. А. С. Пругавин называет только три — Петергофский, Московский и Александрийский у. у., — в которых заведены такие чтения...»

Як бачимо, Олександрійський повіт (нині – Олександрійський район Кіровоградської області України) був одним з перших, де були введені народні читання з використанням демонстрації «туманних картин» – слайдів.

У Росії і на території Малоросії (нині – Україна) збільшилося виробництво і вживання спиртних напоїв у зв'язку із скасуванням обмежень на виробництво алкоголю. Це призвело до масового вживання малограмотними людьми (селяни, робітники) алкогольних напоїв і, як наслідок, до спаду економічного розвитку країни. Для боротьби з цим явищем уряд вводить акциз на виробництво спиртних напоїв і заохочує проведення в селах народних (масових і безкоштовних) читань. Для того, щоб посилити ефект від прочитаного матеріалу з історії Росії, релігії, географії, астрономії та ін., використовують «туманні картини» – слайди, виконані методами малюнка або фотографії на склі.

На теперішній час початком історії кіно України вважається винахід знімального і проєкційного апарату Тимченка і далі – перші зйомки харківського фотографа Альфреда Федецького. Усе це так, але автор вважає, що починати історію кіно України потрібно з останньої чверті ХІХ століття – періоду передісторії, котрий підготував глядача до сприйняття оптичної ілюзії – кіно.

До цього матеріалу можна додати ще один факт: 3 травня 1909 року імператор Микола ІІ запрошує Сергія Михайловича Прокудіна-Горського виступити з показом діапозитивів перед Імператорським Двором у Царському Селі. Мова йде про створення Прокудіним-Горським повноцінних кольорових слайдів – «туманних картин» – й організації першої публічної їх демонстрації. Саме ця подія й дозволила прискорити процес винаходження кольорових кіно- і фотографії у 30-і роки ХХ століття.

С. М. Прокудін-Горський проводив свої зйомки і на території Малоросії у квітні 1912 року. Цей факт і слайди, що вціліли, також повинні увійти до історії кіно і фотографії України.

Актуальність досліджень у галузі археології кіно для історії кіно України є безперечним фактом, і у зв'язку з цим з 2010/11 навчального року до курсу підготовки кінознавців на факультеті кіно і телебачення КНУТКіТ ім. І. К. Карпенка-Карого введено новий предмет «Докінематографічний період історії кіно», який охоплює період з 1420 до 1909 рр. і торкається винаходу С. М. Прокудіна-Горського. Київським

міжнародним університетом видано навчально-методичний посібник «Presinema. Докинематографический период истории кино».

**В. М. Гвоздєв,
м. Луганськ**

КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКЕ ТЕЛЕМОВЛЕННЯ В СУЧАНІЙ УКРАЇНІ: ВИЗНАЧАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ

Духовну культуру і ЗМІ поєднує культурно-просвітницька функція. Журналістика виступає як чинник і «невід’ємний компонент формування культури і культурної компетентності» [1, с. 171].

З усіх ЗМІ найпотужніший вплив на масову свідомість має телебачення, а відтак, найбільше впливає на стан і рівень культури суспільства та особистості. Однак нині сучасний український телепростір являє собою, за рідким винятком, зону бездуховності, деградації особистості, відсутності гарного смаку, а також засилля реклами, дезінформації, розважальності та екранного насильства. По суті, культуροформуюча (культуротвірна) функція ЗМІ, зокрема аудіовізуальних, перетворюється на дисфункцію. Це поняття, як відомо, означає некоректне виконання певної функції, фактично – її протилежність. Сьогодні українські телеканали здебільшого поширюють антикультуру.

Закономірно, що багато фахівців та пересічних глядачів уже не вважають телебачення видом мистецтва. Причина в тому, що нові телевізійні стратегії на медіа-ринку з великою конкуренцією часто розробляються без урахування такого важливого чинника, як зміст програм. Тому останнім притаманні спрощення, поверховість, легковажність. В ефірі домінують надто легкі для сприйняття форми та жанри, котрі не потребують ані інтелектуальних зусиль, ані душевних витрат. У підсумку багатомірний простір культури став обмежуватися одним виміром – видовищністю, а висока творчість, яка потребує напруженої духовно-моральної праці особистості, часто зводиться нанівець. Унаслідок цього перервався зв’язок поколінь: молодь потрапила в ситуацію тотального розриву з цінностями попередніх поколінь, позбавлена традиційних орієнтирів.

Але проблема, з нашого погляду, не в тому, як і чим замінити телебачення, а в тому, як його змінити. Тим більше, на пострадянському просторі вже є зразки іншого, якісно нового телебачення. Моделлю такого телебачення є, зокрема, російський канал «Культура», котрий набагато

популярніший за свого українського собрата-аналога – навіть на теренах України.

Отже, маємо справу з певною подвійністю ТБ. З одного боку, воно здатне долучити глядача до високих зразків культури та мистецтва, а з іншого, безпосередньо нав'язує так звану «масову культуру». Телевізія створює свої оригінальні художні цінності, збагачуючи культуру загалом. Проте воно може продукувати й чисельні антикультурні явища. Відповідальність за це великою мірою покладається й на телеаудиторію, що здебільшого має невибагливі смаки та вимоги до змісту медіа.

Значення ТБ в загальній системі культури й далі зростатиме, бо воно посилено сприяє глобалізації світу, формуванню єдиної людської «інформаційної цивілізації», стандартизації духовного життя та уніфікації людської поведінки.

Телевізія має також унікальну можливість інтернаціоналізувати культуру та мистецтво. Якщо газети й журнали здебільшого лишаяються національними комунікаційними засобами, то ТБ здатне швидше й ширше виходити на наднаціональний, міжнародний рівень.

Культурно-просвітницьке телемовлення характеризується як результат унікального синтезу мистецтва та журналістики. На телеекранах мистецтво набуває іншої, нетрадиційної форми соціального буття. Незважаючи на судження про ілюзорність ідеї залучення мас до мистецтва за допомогою ТБ, слід визнати, що для багатьох людей телеекран є ледь не єдиною можливістю ознайомитися з класикою, кращими творами майстрів мистецтва.

Саме журналістика, завдяки динамічному розвитку розгалуженої системи каналів передачі інформації, робить культуру доступною для широкого загалу.

Важливим завданням є налагодження оптимальної, взаємовигідної взаємодії ТБ з установами культури та мистецтва.

Фахівці визнають, що російські канали й програми про культуру внаслідок міцної підтримки з боку держави є значно цікавішими й динамічнішими за українські. Український же телеканал «Культура» наразі є не тільки маловідомим серед глядачів, але й непопулярним у колі телекритиків. Про його існування досі мало хто знає. І ще менше наших співвітчизників його дивляться.

Проте можна виділити такі пріоритети культурно-історичної та духовно-релігійної проблематики сучасного українського телебачення.

1. Відродження національної культури.
2. Встановлення історичної правди (і тут Україна постає як особлива країна: змінюється влада – різко змінюються і її акценти в оцінці нашого минулого).
3. Духовний розвиток особистості та способи її духовного вдосконалення.

4. Обговорення ідеї створення єдиної української помісної православної церкви та проблем співіснування різних церков і релігійних конфесій.

5. Функціонування державної мови та мов національних меншин.

6. Стан і захист вітчизняного культурного простору.

7. Поширення культурних зв'язків, культурна євроінтеграція.

Слід виділити й низку очевидних стійких тенденцій у мовленні вітчизняного та пострадянського ТБ загалом.

Перша тенденція. Компетентне, якісне, серйозне висвітлення культурних подій на телебаченні та в інших ЗМІ часто замінюється банальною закулісною, світською хронікою («Світське життя» з Катєю Осадчею на каналі «1+1», «Ты не поверишь» на НТВ та ін.) або політизується. В обох вищеназваних програмах навіть значні культури події, наприклад, ювілей, концерт або творчий вечір видатного актора (видатної актриси) чи відомого художнього колективу, подаються в легковажному, навіть провокаційному стилі, що відбивається, зокрема, у запитаннях ведучих. Про значущість і зміст самої культурної події, як правило, не йдеться.

Щодо політизації навколокультурної проблематики, то, наприклад, учасники теледискусій про збереження пам'ятників нерідко переходять на особистості та оціночні судження щодо тих постатей, на честь яких ці пам'ятники споруджено. У підсумку в ЗМІ йдеться не стільки про культурний бік проблеми – необхідність збереження пам'ятників, їхню художню цінність, скільки про життя й діяльність історичних особистостей, які викликають спори в суспільстві, – Сталіна, Бандери, Шухевича та ін. Таким чином, тут відбувається явне зміщення акцентів – від історико-культурних у бік суто політичних.

Друга тенденція. Нові культурологічні програми, що з'являються в сітці мовлення каналів українського ТБ, згодом зникають з ефіру, припиняють своє існування через фінансову скруту або нібито низький рейтинг. Наприклад, так сталося з телепроектом «Культурний фронт» Юрія Макарова, що був започаткований на «Першому Національному». За задумом керівництва каналу й авторів програми, у ній йшлося про соціокультурні феномени. Однак її було закрито через проблеми фінансування. Це є ще одним свідченням того, що духовне телемовлення в Україні переживає глибоку кризу.

Деякі програми зникали тимчасово, але досить надовго. Так, передачі «Книга.ua», «В гостях у Дмитра Гордона» на тому ж «Першому Національному» повернулися в ефір після кількомісячної перерви. Авторська програма Д. Гордона знову з'явилася в телеефірі цього каналу у квітні 2010 р. лише після публічних виступів у пресі відомих діячів

культури і мистецтва України та Росії на захист цієї програми (вона припинила виходити на «Першому Національному» в жовтні 2008 р.).

Про контент «Першого Національного» критично відзиваються навіть представники державної влади, яка його, власне, фінансує. Так, Г. Герман зізнається, що вважає улюбленою програму цього каналу «Фольк-music»: «Програму, куди народні пісні привозять досить-таки автентичні самодіяльні гурти. Я дивлюся цю програму, але здається, що цим українська культура на українському телебаченні й обмежується. Я давно не бачила на екранах світочів української культури: пана Дзюбу, Ліну Костенко, Дмитра Павличка, Івана Драча... Давно не бачила цікавих художників. Дискусії, полеміки, людей, які можуть говорити не лише про гроші й дрібні політичні чвари, які можуть моделювати українське майбутнє, говорити про засадничі проблеми розвитку народу, його культури, його свідомості... Цього всього немає. Натомість ми щодня отримуємо низькоякісну масову жуйку, в якій перемелюються одні й ті ж події, одні й ті ж люди. Все це нецікаво, це вчорашній день. Воно не зачіпає глибин громадської свідомості...

На телебачення потрапляють люди, які мають можливість якимось чином піднімати рейтинг тих чи інших телеканалів – але ми не підіймаємо рейтинги душі. Загальний рівень суспільної культури впав настільки низько, що ми вже забули про справжні культурні пласти, вічні цінності. На всіх ток-шоу лише теми-одноденки, а тем глибоких, вічних ніхто не зачіпає... Це залежить від того, яких гостей запросити, від рівня самого ведучого – наскільки його рівень культури є високим, наскільки він є людина ерудована, інтелектуал, чи просто хлопчик, якому режисер у вухо кричить, що він має робити» [1].

Канал «Київська Русь» – ж один з небагатьох українських каналів, який вважає пріоритетним духовне мовлення. Релігійна тематика представлена короткими ранковими програмами «Сад божественних пісень» (цю назву запозичено у видатного філософа Г. Сковороди; початок програми о 6.00), «День янгола» (6.25), щоденною вечірньою проповіддю «На сон прийдешнім» (20.45), суботнім діалогом «Труднощі перекладу» (16.40). Ведучий цих програм – священник, отець Андрій Ткачов завдяки популярному викладу багатьох важливих і складних речей, що стосуються релігії, філософії, літератури, став уже бажаним телевізійним співрозмовником і гостем в оселях багатьох українців. Щонеділі вдень канал «Київська Русь» транслює також програми про віру «Світ православ'я» (початок о 15.00) та «Закон Божий» (15.35).

Третя тенденція. Протягом кількох останніх років культурно-просвітницькі програми на українських каналах стабільно витіснялися з прайм-тайму й нині транслюються вночі, тому не в змозі зібрати велику аудиторію. «Культурний фронт» спочатку виходив у прайм-тайм, о 21.00 по неділях, але це тривало недовго.

Спочатку такі програми відсувалися ближче до півночі, а потім – глибоко за північ. Наприклад, «Документ» на каналі «1+1» донедавна розпочинався близько другої години, доки взагалі не зник із програми передач, «Зона ночі. Культура» на «Новому каналі» – близько третьої, а то й четвертої ночі (!). Ця програма транслюється по буднях, і, звісно, її в цей час мало хто в змозі дивитися – хіба що ті, хто страждає на безсоння.

Проте культурологічні програми, котрі в українському телеєфірі змушені бути нічними, порушують проблематику, яка хвилює багатьох українців. Наприклад, «Зона ночі» так анонсує себе на сайті «Нового каналу»: «Що ми знаємо про себе – про українців, про нашу історію, про видатних людей України? Виявляється, дуже мало. Програма "Зона ночі. Культура" надає вам можливість зануритися у цікавий світ історії та культури нашої країни та дізнатися таємничі факти, що донедавна були майже не відомі». У рамках цього проекту «Новий канал» демонструє документальні стрічки на основі цікавих архівних відеоматеріалів.

З культурологічних програм українських телеканалів доволі зручний час в ефірі мають зараз хіба що авторська програма Яна Табачника «Честь маю запросити» (телеканал «Київська Русь», раніше виходила на НТН), хоча в ній не завжди йдеться про культуру й мистецтво (щосуботи увечері о 19.45; повтор – наступної неділі вранці о 10.30), та вечірня проповідь «На сон прийдешнім» (також «Київська Русь», щодня о 20.45).

Більшість експертів схильні вважати, що культурно-просвітницькі програми має фінансувати держава (принаймні, на державних каналах), а також меценати й спонсори.

ЛІТЕРАТУРА

1. Архипенко Л. М. ЗМІ як компонент культури і культурної компетентності / Л. М. Архипенко // Учен. зап. Таврич. нац. ун-та им. В. И. Вернадского. Серия : Филология. Социальная коммуникация. – Симферополь : Таврич. нац. ун-т им. В. И. Вернадского, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 171 – 175.
2. Якщо не «Культурний фронт», то що? // Телекритика. – 2009. – 16 лют.

В. Г. Горпенко,
м. Київ

ДОВЖЕНКО – ТЕОРЕТИК КІНО

Зібрання творів О. П. Довженка містить лише 232 сторінки текстів, які становлять його роздуми щодо мистецтва кіно і літератури з рубриками «Статті», «Виступи», «Лекції». Кількісно небагато, особливо якщо порівняти їх з доробком таких сподвижників і друзів, як С. Ейзенштейн, Вс. Пудовкін, Л. Кулешов та ін.

Сам *О. Д.* не вважав себе теоретиком і навіть кепкував: «Коли я слухаю доповідь Ейзенштейна, я з острахом думаю: він так багато знає, у нього така світла голова, що він, очевидно, більше не створить жодного фільму. Коли б я стільки знав, я б помер...» [1, с. 123].

Втім аналіз лише опублікованого доробку *О. Д.*, його науково-лексичний словник свідчить про надзвичайну широту теоретичних інтересів і глибину наукових знань. Беручи участь у підготовці видання «Довженкової енциклопедії», ми виявили 131 науково-теоретичний термін, який він використовував. Зокрема...

Протягом усього життя **історія** становила предмет філософсько-етичних і художньо-естетичних інтересів *О. Д.* Основу історичної концепції *О. Д.* становить людина як предмет і рушійна сила розвитку - «та держава велична, в якій велична мала людина» [Там само, с. 160].

На межі 20 – 30-х рр. він формулює тезу відтворення історичних процесів в їх історичній перспективі, обґрунтовуючи право уявити деякі здійснювані процеси уже здійсненими. У принципово перевернутому відповідно до ідеологічних догматів радянської ідеології вигляді ця теза стане наріжним каменем сформульованого невдовзі методу соцреалізму.

Разом з тим *О. Д.* неодноразово звертає увагу на певну небезпеку, коли зовнішній історизм, незвичайність долі й біографій дійових осіб й особливо незвичайність костюмів і взагалі всього зовнішнього вигляду героїв заслоняє їх справжнє життя.

Правда і як одна з її рис – усебічність відтворення життя становлять одну з важливих складових філософії творчості *О. Д.* Саме тому він з особливою трепетністю підходив до такої чуттєвої складової, як любов. **Любов** підносить людину, робить її прекрасною, натхненною – у цій тезі виявляється філософсько-етичний ідеал Довженка-громадянина і Довженка-митця.

«Скільки великих шедеврів мистецтва продиктовано любов'ю!...» І поруч... «Що ми зробили з любов'ю?...» – уже самим зіставленням цих слововиявів *О. Д.* закликав митців не нехтувати глибокими й ніжними почуттями, не знущатися «з кращих почуттів синів і дочок народу».

Сам *О. Д.* на екрані і в художній публіцистиці створив низку ідеальних образів любові – від інтимно-чуттєвого у фільмі «Земля» до соціально-узагальненого у сценарії «Повість полум'яних літ».

Протистояння **ідеалу й реальної мистецької практики** болем відгукувалося в душі *О. Д.* і в результаті народжувало висновки: «Спонукувані різними, але завжди лицемірними міркуваннями чи на догоду моді, чи уявній діловитості, а найчастіше через «столичну» байдужість до народу і незнання його, ми підкорили його почуття своїм кіносхемам, вигаданим в кабінетах редакторів. Саме цим ми збіднили колективний портрет нашого юнацтва» [1, с. 163].

Довженка з повним правом можна віднести до поета **краси** – у більшості статей та виступів, прямо чи опосередковано, він торкається цього питання.

Відповідь на питання «Що є красивим?» у Довженка винятково широка. Вона вбирає в себе елементи зовнішнього і внутрішнього, минулого й майбутнього, реального й уявного, раціонального й емоційного, конкретно-практичного й ідеально-прогностичного. За відчуттями *О. Д.*, у кожній сфері буття є прекрасне. Розуміючи, відчуваючи життя, митець має знайти для вираження краси відповідні форми. Людина конкретної епохи, *О. Д.* вводив у сферу краси й певні суспільно-політичні ідеали, стверджуючи, зокрема, що комунізм не може бути некрасивим.

Не лише **пропагандистськими функціями** обмежував свою участь у ствердженні ідеалу краси *О. Д.* Він брав надзвичайно активну участь у практичному втіленні цих ідеалів у перетворенні природи, методах будівництва та благоустрою, у налагодженні нових суспільних відносин, художньо-естетичному вихованні, моральних стосунках.

Багатоскладовою системою поглядів Довженка є поняття **краси в мистецтві**. Теоретично *О. Д.* відділяє «красу» від «красивості». Він згадує вульгаризаторські тенденції, коли під виглядом життєвої правди, вважаючи, що дочки робітників і селян повинні бути простішими, грубішими, деякі кінодіячі, які естетували, гнали з екрану красу юних як нібито непотрібну «красивість», чим завдавалося тяжкої шкоди можливості бачити прекрасне в народі («Про художню кінематографію в дні Великої Вітчизняної війни»).

В одній зі своїх лекцій (ВДК, 11.10.1949) *О. Д.* визначає принципову відмінність підходів до краси справжньої і поверхової. На його думку, іншу красу принесла з собою в кінематографію наша сучасність: не красу герле, не красу декорацій, не красу й пишність обстановки у фільмі, а красу людських вчинків, красу людського подвигу, красу прагнень людини.

Квінтесенцію роздумів *О. Д.* з приводу краси і мистецтва є, мабуть, його висновок: мистецтво, у якому немає краси, погане мистецтво.

Кінематографія – мистецтво реалістичне, надзвичайної емоційної сили й покликане формувати свідомість людини. Ця триєдність лежить в основі творчого методу філософа, митця і громадянина *О. Д.*

Виходячи з прийнятої ним теорії «двох культур» – соціалістичної і буржуазної, *О. Д.* культуру панівних класів розглядає як зашкарублу, беззмістовну, позбавлену національного характеру. Основу методології творчості такої кінематографії *О. Д.* вбачає в «рабському» копіюванні голлівудських взірців. Основу ж творчого методу реалістичних, зокрема, італійських неореалістичних фільмів, на його думку, становить правда і відповідальність митців за історичну долю свого народу. Показ істинного в головному і в деталях, довіра до реального світу в його життєвих формах, відмова від фальшивої театралізації, широке використання непрофесіоналів, занурення дії в багатопланове середовище – такими загально-естетичними і конкретно-видовими методологічними ознаками визначає *О. Д.* творчі принципи повоєнного кіно Італії («Прогресивне кіно Італії», 1953).

Власні методологічні принципи формувалися в *О. Д.* разом з опануванням виражальних можливостей нового мистецтва. Про цю динаміку він говорить, зокрема, у статті «Аероград» (1935), де констатує зміну принципу змалювання «по пам'яті» на принцип писання «з живих людей», хоча й продовжує стверджувати, що саме поетичність вирізняє його картини. Відібрати з величезної кількості вражень найголовніші і, узагальнивши їх, втілити у формі художнього твору – методична основа поезики *О. Д.*

Способи досягнення **достовірності** зображуваного *О. Д.* досліджує, розглядаючи методи роботи з непрофесійним актором, і особливо виділяє з них правила «провокаційного методу», тобто винахідливого застосування несподіваних афективних моментів.

Новаторські принципи характерні й для роботи *О. Д.* у документалістиці. У воєнній Москві він малював завдання операторам, робив розкадровку документальних епізодів, які вони мали зняти на фронті. Ці кадри часто так і не вдавалося зняти, бо не інсценізація, а передбачення того, як буде в житті, лежали в основі творення майбутнього фільму. Так народжувався новий – **художньо-документальний метод**.

У цілому досить багато говорячи про те, що з поняттям комунізму пов'язане поняття краси, про «ленінський прапор», про високу мету «мистецтва нашого соціалістичного суспільства як авангарду людства» тощо, *О. Д.* мало звертається до панівного в радянській естетиці того часу терміну «соціалістичний реалізм». Він обмежується щодо нього загальниками типу «треба розширювати творчі межі соціалістичного реалізму». На практиці ж, скажімо, у назві фільму «Битва за нашу

радянську Україну» крупністю літер він виділяє слова «Битва» й «Україну» і робить меншими «нашу радянську», чим, згідно з теорією крупного плану (С. Ейзенштейн), формує відповідну міру значущості цих слів і відповідний естетичний ідеал.

Одним з найскладніших питань для *О. Д.* була **ідеологія**. Введений у вжиток французьким філософом й економістом Дестютом де Трасі (1801), цей термін за часів СРСР набув офіційного ствердження у якості однієї з теоретичних засад комуністичного руху й використовувався для непримиренної боротьби з будь-якими формами інакомислення.

Багато в чому оспівуючи ідеали комунізму, пов'язуючи з ними поняття краси («комунізм не може бути некрасивим»), *О. Д.* активно виступав проти примітивізації підходів до їх реалізації. Формулу 20-х – «я за пролетаріат і за революцію – отже, я проти буржуазії та капіталізму» він називав емоційною «ідеологією» і вважав причиною цілої низки недоліків.

На початку свого творчого шляху він висловлює переконання, що у зв'язку з другим етапом революції від кінематографістів вимагається уточнення й поглиблення ідеологічних моментів у кожному окремому випадку, конкретному епізоді, кожному кадрі, в усьому разом узятому. Саму проблему ідеології він розглядає не на рівні засвоєння певного комплексу політичних знань, а як потребу увібрати «в плоть і кров свого світогляду весь комплекс ідеологічних понять» і заявляє, що в плані таких переконань будував картину «Арсенал», «в якій зовсім чітко агітував за те, що люблю, і агітував проти того, що ненавиджу» [1, с. 187].

Пізніше його записникові книжки відтворюють принципові зміни у підході до різних ідеологічних питань: «Єдина країна в світі, де не викладалася в університетах історія цієї країни, де історія вважалася чимось забороненим, ворожим і контрреволюційним, – це Україна». (14.IV. 1942).

«До Сибіру вислали ж перед війною півтора мільйони з Західної України, та й зараз висилають немало. [...] Мій час – край загибелі мого народу. [...] Що робиться в його культурі? Скільки провінціалізму і тупої самозакоханості, асиміляторів і русифікаторів!» (6.XI. 1945).

«Я почав молитися Богу. Я не молився йому тридцять сім років, майже не згадував його. Я його одкинув. [...] Але повна Його відсутність – це великий крок назад і вниз. В майбутньому люди прийдуть до нього. Не до попа, звичайно, не до приходу. До божественного в собі. До прекрасного. (2.I. 1946). [Цит. за: 2, с. 130].

Зміни, про які свідчить наведене, дозволяють гіпотетично припустити, що поняття «комунізму» було для *О. Д.* світом «іншості», антитезою практики державотворення його часів, і визнати правомірність визначення *О. Д.* «першим в СРСР дисидентом» (Є. Сверстюк).

Час незаперечно свідчить, що кінематографічні ідеї Довженка залишаються значущими для інших поколінь, знаходяться в епіцентрі як етичних, так і виражальних тенденцій Людства, його Історії та Культури.

ЛІТЕРАТУРА

1. Довженко О. П. Твори : в 5 т. / О. П. Довженко. – К. : Дніпро, 1983 – 1985. – Т. 4 : Статті. Виступи. Лекції. – 1984. – 351 с.
2. Олександр Довженко вчора і сьогодні. Затемнені місця в біографії / упор. Є. Сверстюк. – Луцьк : Терен, 2005. – 200 с.

**М. А. Дергач,
м. Запоріжжя**

СОЦІАЛІЗАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ Й ТЕЛЕМИСТЕЦТВО

Сьогодні людина постає ядром гуманітарних і соціальних знань. Подальший розвиток цивілізації, її існування на Землі залежить від розуміння нами сутності людини, її місця в системі космосу, способів гармонійного існування з усією природою. Таке розуміння має сформуватися в кожній людині, стати основою її світогляду і світосприйняття, підґрунтям її особистості. Водночас процес формування людини відбувається під впливом багатьох чинників, серед яких важливого значення набуває телебачення як найдоступніший комунікативний засіб.

Телебачення вже давно перестало бути лише розвагою і джерелом інформації. Воно активно впливає на свідомість людини, змінюючи й формуючи її особистість. Тому дуже важливо не лише працівникам ідеологам телевізійного мистецтва, а й споживачам телевізійного продукту знати механізми, завдяки яким під впливом телебачення відбувається трансформація певних особистісних утворень.

Людина народжується не готовою до життя в суспільстві, а повинна, якщо хоче реалізуватися, пройти процес олюднення, складовими частинами якого є засвоєння соціального досвіду, традицій, набуття та в необхідних умовах оновлення соціальної ролі та соціального статусу. Тобто впродовж усього свого життя людина соціалізується через набуття знань про суспільство й саму себе, шляхом розвитку соціальних навичок і вмінь, інтеграції всієї культури.

У ході соціалізації відбувається формування особистості людини, під якою науковці розуміють: динамічну організацію фізичних, інтелектуальних, моральних і соціальних якостей індивіда (Дж. Древер); інтегровану організацію пізнавальних, афективних і фізичних

характеристик, що виявляється в її нетотожності іншим (Г. Айзенк); сукупність рис, що характеризують індивіда, включаючи характер, темперамент, здібності (Р. Мейлі).

Отже, телевізійний продукт, який споживає людина, впливає саме на процес розвитку цих параметрів особистості. Відбувається такий вплив і трансформація завдяки соціально-психологічним механізмам, які протікають у самій людині. На сьогодні існує кілька концепцій, у яких пояснюються ці процеси.

Теорія «дзеркального Я». Особистість розглядається як функція, похідна від повністю соціально зумовленого «Я» людини. Самосвідомість особистості формується в результаті соціальної взаємодії, у ході якої використовується механізм дивитися на себе очима інших людей. Зі стійких уявлень про людину й інших людей формується об'єктивна явність, яка є особистістю.

Рольова теорія. Її прихильники розглядали особистість як функцію соціальних ролей, сукупність яких індивід виконує в суспільстві. Долучаючись до певних соціальних груп у ході соціалізації індивід засвоює очікувані рольові поведінки, вивчає способи їх виконання й через це стає особистістю. Різноманітність особистості визначається багатством її «соціального репертуару», різноманітністю соціальних груп, з якими взаємодівав індивід упродовж свого життя.

Поведінкова теорія. Особистість є результатом навчання людини правилам життя й поведінки. Відповідно особистість розглядається як сукупність соціально придатних відповідей на сукупність стимулів.

Теорія соціальної установки. Особистість є результат несвідомих установок, які суспільство формує через повсякденний постійний вплив на індивіда. У процесі нагромадження установок у людини до них формується звичка, тобто формується установка бути особистістю.

Концепція сукупності соціогенних потреб і орієнтацій, що формуються суспільством. Особистість є різнорівневою сукупністю потреб й орієнтацій, що змінюються з розвитком суспільства. У таких рівнях можуть відтворюватися й суспільні, і групові потреби та орієнтації, що забезпечує варіабельність особистості.

Теорія референтної групи. Особистість є похідною від орієнтації особистості на головну (референтну) для індивіда соціальну групу (сім'я, клас, нація). Розрізняють два типи соціальних груп: «компаративна» – стандарт, за допомогою якого індивід оцінює себе та інших; «нормативна» – реальних або уявний колектив, з яким індивід співвідносить свою поведінку й майбутнє.

Диспозиційна теорія особистості (В. Ядов). Головна характеристика особистості визначається її диспозицією, тобто схильністю особистості до певного сприймання умов діяльності та певної поведінки в

заданих умовах. Верхівку ієрархії (найвища диспозиція) утворюють загальна спрямованість інтересів і система ціннісних орієнтацій як продукт впливу загальних соціальних умов. Середній рівень (середня диспозиція) складають система узагальнених соціальних установок на різноманітні соціальні об'єкти й ситуації. Найнижчий рівень (найнижчі диспозиції) утворюють ситуативні соціальні установки як готовність до оцінювання та дії в конкретних умовах діяльності на мікросоціальному рівні. Рівні диспозиції, взаємодіючи, характеризують соціальну поведінку особистості залежно від підсумкового стану її готовності до певного способу дій.

Отже, соціалізуючись, людина використовує всі засоби, які надає суспільство, зокрема й телебачення з усією гамою телевізійних продуктів, які на сьогодні воно здатне надати як сфера інформаційних комунікативних послуг. Тому важливо, з одного боку, діяти телемистецтва дуже виважено ставитися до створення й розповсюдження телепродуктів, а з іншого – споживачам-глядачам розумно обирати те, що не зашкодить їхньому подальшому розвитку. Тобто розвивати в суспільстві телекомунікаційну культуру.

**А. Л. Дидыченко,
г. Луганск**

СПЕЦИФИКА СОЦИАЛЬНОЙ ТЕЛЕРЕКЛАМЫ НА ЛУГАНЩИНЕ

Сегодня насыщение рекламой телевизионного пространства страны – факт неоспоримый и зачастую, признается честно, вызывающий нарекания, а иногда и просто негодование среди не совсем уравновешенных потребителей телевизионного продукта. Однако для телекомпаний, всех без исключения, по словам их представителей, оно является приоритетным фактором в борьбе за выживание в суровой конкурентной среде. В высокотехнологичных странах количество транслируемого рекламного продукта принято считать основным показателем независимости средства массовой информации и возможностей для развития и расширения территории сигнала. А это подразумевает новые маркетинговые данные и увеличение стоимости эфирного времени, предлагаемого рекламодателям, на средства которых, в свою очередь, производится более качественный и соответствующий требованиям времени продакшн.

Сказанное выше относится, прежде всего, к рекламе коммерческой, так как реклама социальная, апеллирующая к лучшим человеческим качествам во имя утверждения гуманистических ценностей, финансовой прибыли не предполагает [4, с. 67]. Однако телевидение как сфера,

существующая не только для глаз человека, но и для души, не может вести трансляцию, игнорируя социальную рекламу.

Как известно, в этом замкнутом круге противоречащих друг другу корпоративных и социальных интересов «правила движения» устанавливает законодательство. Так, согласно Закону Украины «О рекламе» от 3 июня 1996 года № 270/96 – ВС (статья 12) и Закону Украины «О телевидении и радиовещании» от 21 декабря 1993 года № 3759 – XII (статья 30) «время вещания, отведенное на рекламу, не может быть более 15 процентов на каждый час вещания для телерадиоорганизаций любой формы собственности» [3, с. 279, 483]. Даже беглый просмотр и несложный подсчет показывают, что центральные телеканалы превышают установленный лимит, особенно в прайм-тайм. Однако Национальный совет Украины по вопросам телевидения и радиовещания по непонятным причинам закрывает на это глаза, равно как и на то, что согласно все той же статье 30 Закона Украины «О телевидении и радиовещании» существует запрет на прерывание кино- и телефильмов рекламными блоками. А статья 31 этого закона и статья 21 Закона Украины «О рекламе» гласят о невозможности рекламы табачных изделий и алкогольных напитков.

Проведенный нами мониторинг эфирного времени, и в особенности – рекламного, луганских телеканалов позволяет утверждать, что перед перечисленными статьями областные телеорганизации в целом чисты. С учетом вышеизложенных бытующих мнений, едва ли можно утверждать о серьезных возможностях развития каналов и жесткой конкуренции. Вопрос о том, хорошо это или плохо, представляется дискуссионным ввиду дифференциации информационных потребностей различных слоев общества.

Однако помимо финансовых возможностей и симпатий телезрителей направление развития канала в не меньшей степени определяет тандем руководства и творческого коллектива организации, вещающей на многочисленную аудиторию. Учитывая общечеловеческую позицию и существующее в нашем обществе распространенное убеждение о справедливости воздаяния за дела насущные, наличие или отсутствие социальной рекламы в сетке вещания является важным показателем вектора движения телеканала.

К счастью, мы можем констатировать наличие гуманистических убеждений в информационной политике луганских телеканалов. Но, увы, не можем не отметить и тот факт, что размещается социальная реклама в так называемых эфирных «дырах». Если учесть, что прайм-тайм телевидения Луганска приходится на время с 19.00 до 20.00, то блоки социальной рекламной информации можно лицезреть не ранее 21.00. Позволительно говорить об отсутствии серьезного медиа-планирования

как на государственном, так и на региональном уровне. Тем не менее, нельзя утверждать о равнодушии или отсутствии интересных проектов в регионах.

Внимания, по нашему мнению, заслуживает ролик о великих событиях и тех величайших людях, которые сделали возможными эти события во времена Великой Отечественной войны. Ведь уходящий 2010 год на государственном уровне проходит под эгидой памяти, уважения и преклонения перед подвигом ветеранов ВОВ. Свое повествование эта социальная рекламная кампания начинает с трансляции боевых подвигов молодых советских солдат, их ликования по случаю выстраданной Великой Победы и праздничного парада на фоне бодрого радостного музыкального сопровождения. После черной перебивки со слоганом: «Вони перемогли!» нашему вниманию предстает крупный план одного из победителей – преклонных лет мужчины в бедной одежде. Грудь его увешана боевыми орденами, а тяжелая трудовая ладонь вытирает скупую слезу, что нет-нет да и брызнет из глаз, полных непонимания и молчаливого достоинства. Все это – под сменившийся аккомпанемент трагической музыки. Черная перебивка со следующим слоганом: «А ми пам'ятаємо?» с последующей бегущей строкой: «2010 – рік пам'яті героїв Великої Вітчизняної війни»... По нашему мнению, выбор стратегии реализации государственной программы «2010 – год ВОВ» – воздействие на эмоциональную сферу реципиента – оправдан частично. Безусловно, он отзывается нужным эффектом в молодой и средневозрастной аудитории, однако существует возможность нежелательного воздействия на эмоциональную структуру аудитории 60+.

Неуместная и ошибочная тенденция, которая существует на каналах общенационального значения, прослеживается и на региональном телевидении, а именно в блоке социальной рекламы размещение рекламы политических партий. В частности, активную ротацию в период отсутствия предвыборной кампании имеет реклама правящей в данный момент партии. Мы не будем говорить здесь о льготах, которые существуют для размещения аудиовизуального ряда социальных рекламных кампаний и для политинформации рекламного характера. Ограничимся лишь тем, что согласно статье 11 Закона Украины «О рекламе» «социальная рекламная информация – это информация государственных органов по вопросам здорового образа жизни, охраны здоровья, охраны природы, сохранения энергоресурсов, профилактики правонарушений, социальной защиты и безопасности населения, которая не имеет коммерческого характера. В такой рекламе не должны упоминаться конкретная продукция и ее производители». Таким образом, трансляция рекламы политических партий в блоке социальной рекламной информации является грубой манипуляцией, сознательным введением в заблуждение телезрителей и противоречит законодательным нормам.

Говоря о позитивных моментах, стоит упомянуть трансляцию ролика, призывающего к безопасному дорожному движению. В частности, к отказу от употребления спиртных напитков лиц, находящихся за рулем. Ролик адресован молодежной аудитории, поэтому вместо акцента на сохранности собственной жизни создатели ушли в сторону сохранения жизни попутчика. Или попутчицы – на примере данной конкретной рекламы, когда молодая пара в ожидании продолжения вечера собирается покинуть ночной клуб. Перед выходом парень – водитель – решает отпить из бокала, подходя к своей попутнице, которая в этот момент застегивает молнию куртки. Молодой человек решает ей помочь – молния куртки плавно превращается в молнию пакета для трупов. Труп – та самая девушка. К счастью, это был плод фантазии, а может, и интуиции водителя, и чтобы это не стало реальностью, он решает воздержаться от алкоголя. Несмотря на то, что существует возможность неправильного истолкования месседжа (вместо отказа от алкоголя за рулем вообще отказ только от последней рюмки, называемой в народе «на посошок»), в целом данная реклама является внятным элементом профилактики ДТП по вине водителей, находящихся в состоянии алкогольного опьянения. Однако для выполнения брифа социальной рекламы и обеспечения успеха всей кампании необходимо соблюдение закона объединения частоты трансляций и рейтинга эфира, так же как и в коммерческой рекламе [1, с. 118].

Кстати, латвийские ученые, которые проводили исследование в рамках национальной программы по профилактике ДТП, выяснили, что молодые водители в возрасте до 35 лет более аккуратно и ответственно следуют правилам дорожного движения при наличии попутчиков, чем в такой же ситуации, но находясь одни в транспортном средстве [5].

Вообще же стоит отметить, что тенденция мультикультурного маркетинга – это наиболее актуальное и распространенное направление в проведении социальных рекламных кампаний. Поиск всем понятных и популярных образов, коим в коммерческой рекламе выступает, например, *Ковбой «Мальборо»*, является главной задачей. В социальной рекламе это еще более важно, так как рекламируются общечеловеческие ценности. Социальная рекламная кампания, если она претендует на серьезность, должна быть понятна людям в разных странах. Перефразируя Достоевского, уже не красота спасет мир, а искренность в виде правдивости и степени человечности [2, с. 217].

Ярким примером мультикультурного маркетинга является социальная реклама, транслируемая одним из телеканалов Луганска, на тему детской/подростковой наркомании. Школьнику на фоне сначала школьного двора, а позже – урбанистического американского пейзажа ребята постарше предлагают попробовать таблетку. Мальчик по наитию

отказывается, после чего следует слоган: «Скажи ні!» и адрес сайта, информирующего о всех угрозах наркомании.

Вообще же стоит отметить особое внимание одного из луганских телеканалов к проблеме полноценного детства. Так, получившая годом ранее плотную ротацию на центральных телеканалах масштабная социальная кампания «Чужих дітей не буває», в рамках которой транслировались короткие ролики о разных, но всегда конкретных малышах, живущих в детских домах, откликнулась в неординарном и многообещающем социальном проекте «Кожне життя – надія». Благодаря этой кампании более полутысячи детей-сирот обрели семью. А идейный вдохновитель Анна Федорова ко Дню работника радио, телевидения и связи и была награждена медалью «За заслуги перед Луганщиной» [6].

Резюмируя вышесказанное, хотелось бы отметить, что несмотря на отсутствие грамотного медиа-планирования в отношении размещения социальной рекламы, игнорирование необходимой частоты трансляций и прайм-тайма, а также на общенациональную тенденцию развития социальных рекламных коммуникаций по остаточному принципу, в целом, луганские телекомпании все же успешно удерживают фронт борьбы за общечеловеческие ценности, сохраняя место и время для дальнейшего совершенствования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Головлева Е. Л. Основы рекламы / Е. Л. Головлева. – М. : Моск. гуманит. ин-т ; Ростов-н/Д. : Феникс, 2004. – 320 с. – (Серия «Высшее образование»).
2. Дзинкевич С. А. Эстетика рекламы : учеб. пособие / С. А. Дзинкевич. – М. : Гардарики, 2004. – 232 с.
3. Правове регулювання інформаційної діяльності в Україні: станом на 1 січня 2009 р. / відп. ред. С. П. Павлюк ; упоряд. С.Є. Демський. – К. : Юрінком – Інтер, 2009. – 688 с.
4. Феофанов О. А. Реклама и общество / О. А. Феофанов. – М. : Наука, 1974. – 344 с.
5. АДМЕ-Украина [Электронный ресурс]: Социальная реклама в Украине. – Режим доступа : http://ua.adme.ru/socialnaya_reklama/
6. ЛОТ [Електронний ресурс]: Нагорода, врешті-решт, знайшла своїх героїв. – Режим доступа : <http://www.lot.lg.ua/index.php?newsid=5772>

В. К. Дунин,
г. Луганск

АЛГОРИТМ КАК ПРИНЦИП ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА ИМИДЖА (ОБРАЗА) ТЕЛЕВЕДУЩЕГО

Процесс строительства имиджа телеведущего, как любой другой спланированный процесс, имеет постадийную структуру: от простого (закладки основ) до сложного («отделочных» операций). Практикой телевизионного модерирования накоплен достаточно большой набор средств и приемов имиджевого «зодчества». Но, понятно, процесс этот непрерывен, и последующие этапы телевизионной журналистики будут предоставлять ей новые технико-технологические возможности, а значит, и соответствующие им экранно-эфирные обстоятельства, нюансировать среду имиджевого «бытования», диктуя тем самым и поиски свежих, обновленных принципов комплексного строительства образа коммуникатора.

Что же до текущего контекста времени, то современная имиджелогия определила три основных стадии «выращивания» имиджевого стереотипа человека, призванного осуществлять экранное межличностное взаимодействие. Далее назовем их:

- **стадия имитационного образа.** Это период, когда идет обдумывание, а затем и мысленное представление образа, обогащенное собственными наблюдениями за действующими телеведущими, чтением источников по данному направлению, предложениями специалистов-имиджмейкеров. Конструирование типа будущего виртуального образа продумывается с учетом собственной психомоторики, тематической и форматно-жанровой обозначенности среды телевизионной деятельности ведущего. Хорошо «прокрученный» в голове, такой образ непременно запечатлевается на видеоноситель для последующего анализа его специалистами с целью осуществления необходимых коррекций в образе;

- **стадия ролевого образа.** Это этап доэкранного практического освоения смакетированного образа, а также вербально-мимико-пантомимических деталей, входящих в его конструкцию;

- **стадия жизненного образа.** Временной отрезок, когда нарабатывается свыкание сознания и тела со всеми параметрами, заложенными в модель образа, укрепляется стереотип восприятия себя в нем до такой степени, когда будущий носитель сам и соавторы образа воспринимают его как реальную личность, когда очевидно слияние образа с тем, кто в него погрузился, без заметного проявления при этом физических и нервных усилий.

А теперь уточним, какие конкретные черты и характеристики должен учесть имиджтворец, чтобы они по большей части нашли свое воплощение в уже сформированном и готовом к «эксплуатации» образе телевизионного «навигатора». Заметим предварительно, что для этого подходят все известные позитивные человеческие качества, однако сосредоточимся на тех из них, без которых, на наш взгляд, эффективная личность коммуникатора состояться не может. Итак:

– ведущий как главное лицо, находящееся в центре экранного действия, несет всю ответственность перед собой, своим СМИ и главное – перед телезрителями за результаты экранного действия;

– ведущий – это человек, уверенный в своих силах. Главная его задача – концентрация усилий на формировании у участников передачи и у телезрителей позитивных чувств в отношении происходящего на экране, убеждения в том, что поставленная в передаче тематико-аналитическая цель обязательно будет достигнута;

– ведущий обязан наиболее удачно и доходчиво сформулировать тему и цель каждого очередного выпуска своего проекта в эфир, постоянно быть активным, разнообразить формы общения, свободно чувствовать себя в параметрах своего имиджа, чтобы не тратить внимание на его «удержание», объективно оценивать обстановку в студии или на съемочной площадке;

– ведущий строго придерживается утвержденных парадигмальных (форматных, композиционных) установок телепрограммы, обеспечивает точное распределение времени работы в эфире;

– ведущий толерантный управитель в коммуникации;

– ведущий – «свой» человек для всех: для участников передачи и телезрителей, обеспечивает баланс интересов присутствующих в студии гостей, не прибегает к давлению на них, готов выслушать, посочувствовать, помочь;

– ведущий демонстрирует знание проблем телезрителей, смотрит на мир их глазами, находится в курсе общественных явлений и событий региона, страны и мира [2, с. 300 – 302].

Добавим также, что имидж должен помогать вызывать ощущение того, что его обладатель является человеком, который уже достиг значительных успехов в своей профессии, обладает хорошими деловыми качествами, надежностью, находчивостью, способен принимать нестандартные решения, умеет сам и помогает другим выходить из сложных ситуаций. За имиджем должен проглядывать человек, готовый к решительной борьбе с негативными явлениями; в своих суждениях носитель имиджа опирается только на правдивые, выверенные факты и авторитетные экспертные оценки, на не вызывающие сомнения позиции компетентных инстанций и их специалистов. При этом важно, чтобы сформированный имидж всегда отличался органичностью, чтобы все его

составляющие, все частные элементы, собранные в систему образа, были как можно более приближенными к реальным характеристикам носителя образа. В противном случае ему уготована судьба чрезмерно оторванного от действительности, что, конечно же, не может обеспечить экранную долговечность имиджа.

Теоретики имиджмейкинга в наборе главных универсальных характеристик имиджа первым выделяют именно адекватность. Эта характеристика, в частности, определяет, что степень отличия прототипа от собственного экранного образа коммуникатора должна быть минимальной. Имидж должен быть правдоподобным [3, с. 149].

Что бывает, когда это не так, демонстрируют примеры работы определенных ведущих разных программ как отечественных каналов, так и каналов телемедицинского пространства СНГ, начиная с региональных их «калибров» и заканчивая центральными. Коснемся экранной практики некоторых из них.

Мысленно включаем, например, луганский областной государственный телеканал ЛОТ утром, в 7.00 в будни. Он предлагает нам по замыслу «бодрящую» программу «Подъем». Программа, безусловно, уместная. И все в ней вроде бы по делу: советы на день, встречи с интересными людьми, конкурсы, музыка, песня и пр. Наверное, во многом эта программа выиграла бы, проявляй ведущие в ней Дарья Нащокина и Александр Шелест тонкий вкус, интеллигентность, чувство меры в своих, как они, видимо, убежденно полагают, острых балагурствах.

К сожалению, по нашему экспертному пониманию, Даше и Саше (так себя демократично «позиционируют» молодые модераторы) большинства из вышеперечисленного, увы, недостает. В особенности Саше, который в своем неукротимом желании предстать перед телезрителями таким изощренным «говорильщиком», острым на слово парнем, все два часа, в течении которых продолжается «побудочная» программа «Подъем» в эфире, безостановочно «торохтит» скороговоркою. Это не может не вызывать досаду у телезрителей, в особенности у пожилых, уставших от жизни людей, ждущих от экрана импульсы к отдохновению. А такое «лицо программы», какое он демонстрирует, насквозь пропитано фальшью, агрессивной нарочитостью; к тому же оно, это «лицо», не может скрыть натужности в усилиях удержаться в оболочке чуждого ему поведения, чем вызывает у зрителей неодобрительное сочувствие к незадачливости шоумена. А если добавить к этому неумение Шелеста и Нащокиной терпеливо выслушать приглашенных к эфиру гостей, то получим имиджи, назвать которые удачными вряд ли было бы справедливо. Все упомянутые недостатки этой пары проявляются потому, что ведущие вместо того, чтобы быть осознанно органичными, самими собой, на студийной площадке стараются играть, актерствовать. И делают

это весьма неуклюже, переигрывая самих себя с передозировкой эмоциональности. Общеизвестен принцип, что, как театральный режиссер обязан раствориться в актере, так и весь телевизионный замысел программы должен воплотиться в ведущем, главном действующем лице эфира [1, с. 81]. Относительно «Подъема» вряд ли мы имеем феномен «растворенности» его замысла и дискурса в личностях ведущих. Имеем другое: дискурс программы «живет» сам по себе, а ведущие, в свою очередь, так же живут сами по себе – параллельно.

Нечто подобное – передозирование игры – находим в экранном образе (имидже) ведущей иной лотовской программы – «Погода с Викторией Буденской». Правда, производителем этой программы канал ЛОТ не является, но он ее транслирует, и, таким образом, наш критический пафос все же направлен на канал как на ценителя не совсем профессионального, по нашему пониманию, имиджевого рисунка ведущей Виктории Буденской. Недофессионализм ее в том, что она ведет рассказ о погоде каким-то ею самой сконструированным противоположным для нее языком. Слух режет псевдоартистичное тонирование слов, речевых оборотов. По лицу Виктории заметно: она наслаждается придуманной красотью тембральных красок, слышимой чужой ей обертоном. И все это годами в эфире в целом профессионального канала.

Областные каналы – кроме ЛОТа также ЛКТ и ИРТА – судя по всему, мало обеспокоены проблемами имиджевой адекватности своих ведущих. Создается ощущение, что креативные их менеджеры имеют ошибочное представление о психологических предпосылках построения имиджа. В частности, и о том, что почвой, на которой должна базироваться лепка экранного образа телеведущего, является так называемый самоимидж. А также о том, что он, самоимидж, вытекает из прошлого опыта и отражает внешнее состояние самоуважения объекта (в данном случае ведущего), а воспринимаемый имидж – это объект глазами других. Имидж отражает далеко не все личные качества своего носителя, но в обязательном порядке те, которые способны привлекать зрительскую публику, а ее не проведешь, ударившись в квазиигру. Тем более, что природа телевидения такова, что любая наигранность в створе экрана проявляется как на рентгеновском снимке. Зритель, ждущий к себе в дом искреннего гостя в лице ведущего, будет весьма раздосадован и огорчен, когда экран его телевизора репрезентует ему модераторскую «подставу», и потянется к пульту переключения каналов. Повседневная экранная действительность в периметре и в параметрах трех главных областных телеканалов (пусть и в частных случаях модерирования), увы, демонстрирует: именно то, что способно привлекать в носителе имиджа (его собственное, данное природой), определенные конструкторы эфирных

образцов ведущих почему-то не замечают или же надменно-нигилистически игнорируют.

Это же (имиджевое несоответствие ведущим) нередко свойственно и центральным каналам. Достаточно спорные имиджевые «одежки» у таких из них, как Роман Чайка – ведущий программы «5 копеек» на Пятом канале (чрезмерно самоуверенный и неэтичный, не стесняется выставлять напоказ свои политические предпочтения, хотя наверняка знает, что этот его эпатаж идет в разрез с общепринятыми в журналистике нормами, а также с отечественными законами об информации и о рекламе); как Савик Шустер – программа «Шустер live» канал ТРК «Украина» (лукавый, нелюбезный, неискренний, желчный, хоть и грамотный); как Микола Вересень в программе 1-го Национального канала «Попередження» (в искренности ему не откажешь, однако все из того врожденно личностного, что не «красит» этого человека, – «звериное» выражение глаз, голосовой рык, неэлегантные стать и пантомимика, например, широко растопыренные пальцы ладоней, которыми он беспрестанно и напористо размахивает перед объективом в такт своей речи, – не вуалируется, и потому вряд ли такому «неприбранному» имиджу подойдет расхожая цеховая метафора «культ личности в телевизионном эфире»).

Таким образом, заострим внимание на том, что имидж должен быть как можно больше приближен к тому, что ожидает от него аудитория. Ожидаемый образ представляет точку зрения зрительской публики на ее идеал. Собираясь служить ей (публике) или служа ей, опрометчиво не знать этого и не руководствоваться этим знанием всякий раз, когда вам предстоит появиться в рамке телеэкрана. Потому что ожидаемый зрителями образ ведущего – это человек, конечно, в достаточной мере симулятивный, но до той самой черты, зайдя за которую он рискует выглядеть и восприниматься неким киборгом с программной декларативностью в поведении, действиях и высказываниях. Роботоподобные существа уместны в ирреальных, придуманных мирах, в мире же реальном, населенном реальными людьми, всегда ожидаем реальный же образ экранного лидера, т. е. человек со своими аутентичными характеристиками, умело, со знанием дела им отобранными и встроенными в ожидаемый людьми образ. Это тем более актуально в ситуации, когда, по словам одного современного православного психолога, «телевизор сорвал двери с нашего дома – к нам приходят и от нас уходят толпы людей, пришельцы с различных планет, призраки, созданные фантастами». Он добавляет к этому, что приходят они без стука и без спроса, «не интересуясь, кто здесь гость и кто хозяин, приходят ковбои и гангстеры, приходят люди, с которыми мы бы не хотели иметь ничего общего. Дом стал проходным двором, перекрестком многих дорог».

А между тем в Библии сказано: «Не многих пускай в дом твой». Люди верующие и, значит, живущие по Библии, люди не верующие, но совестливые и, значит, живущие по нормам морали, корнями восходящей к временам исповедальных прашуров, а также люди светсконравственных принципов – все они, а это огромная зрительская аудитория, не склонны пускать кого угодно в свой дом. Дом же под кровом той же Библией томографируется (т. е. посрезово расслаивается) вплоть до таких «опций», как дух, душа, сердце. И экранным деятелям надо трезво уяснить и никогда не забывать, что дух, душа и сердце человеческое (как олицетворение библейского дома), несомненно, захлопнут дверь дома своего (виртуальную, конечно, эфирную дверь) пред носом фальшивого, неэтичного, нелюбезного, неискреннего, лукавого, желчного, косноязычного, ограниченного телевизионного модератора.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бугрим В. В. Телебачення прямого ефіру : навч. посібник / В. В. Бугрим, І. Г. Мащенко. – К. : Либідь, 1991. – 200 с.
2. Сучасний виборчий PR / В. В. Лісничий, В. О. Грищенко, В. М. Іванов і ін. ; під. ред. В. К. Дуніна. – Сєверодонецьк : ЕВРИКА, 2001. – 480 с.
3. Мельник Г. Общение в журналистике : секреты мастерства / Г. Мельник. – 2-е изд., перераб. – СПб. : Питер, 2008. – 235 с. : ил.

Т. Л. Журавлева,
г. Луганск

КРАЕВЕДЧЕСКИЙ АСПЕКТ В ПРЕПОДАВАНИИ ИСТОРИИ КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Проблема введения краеведческого аспекта в преподавание исторических дисциплин — результат процессов регионализации всех сфер общественной жизни, характерных для современного этапа развития государства. Наблюдается усиление интереса к региональной истории у профессиональных историков, ее изучение стало отвечать велению времени. Государство и общество осознали, что краеведческое историческое образование является связующим звеном между мировой и национальной историей. Оно позволяет решить задачу формирования идентификации личности, без чего невозможна интеграция любого региона в современный мир [4].

В последнее время наметилась тенденция повышения интереса к истории Луганщины, что прослеживается в анализе тематики

регіональних наукових конференцій, дисертаційних досліджень. Наблюдается процесс обновления содержания местной истории в учебниках и учебных пособиях. Исследователи пытаются выработать новые теоретико-методологические подходы к изучению истории края, по-новому осмыслить ее источниковую базу, обозначить новые направления в рамках локальной истории [1]. Выделяется ряд педагогических причин использования исторического краеведческого материала в вузе: изучение истории на образцах из близкого окружения представляет большие возможности с точки зрения психологии обучения, использования эмоционального опыта; изучая историю своего края, студенты в будущем более активно участвуют в жизни своего региона; краеведческая работа является эффективным средством формирования гражданского сознания [2].

Актуальность поднимаемой в работе темы определяется введением краеведческого материала в учебный курс по истории кино и телевидения, все возрастающим интересом студенчества к историческим истокам своей малой родины. Объектом данной исследовательской работы является краеведение в контексте современного исторического образования.

Предмет исследования – краеведческая подготовка студентов в процессе их профессионального образования в сфере кино и телевидения.

Цель исследования — раскрыть значение краеведческого аспекта в преподавании истории кино и телевидения как эффективного средства развития профессиональных качеств студентов.

Основу источниковой базы составили публикации известных историков, культурологов, педагогов, краеведов [1; 4]. Используются периодическая печать, информация локальных и глобальных сетей. Основой анализа явился большой фактический материал публикаций практических работников информационных учреждений, преподавателей и учителей [5].

Объем краеведческого материала, используемого преподавателем в учебном процессе, зависит от значимости событий в истории кинематографа, от исторически сложившихся условий развития края, его изученности. Использовать материал можно по-разному: в лекции преподавателя, семинарском занятии, в сообщении или докладе студента, беседе. Для достижения эффективности использования краеведческого материала на занятии мы придерживаемся следующих условий: соответствия краеведческого материала общим методологическим задачам курса истории кино -, телеискусства; научной достоверности; взаимосвязи местного и общеисторического материала; систематичности и планомерности в использовании; непосредственного участия студентов в сборе и изучении краеведческого материала. Использование краеведческого материала на занятиях по истории кино и телевидения

активізує мислительну діяльність студентів, дозволяє різноманітні методику, вносить в викладання конкретність і переконливість, бере участь в патріотическому вихованні [3]. Вивчаючи історію кіно- і телемистецтва, ми звертаємося до фільмів, тематично пов'язаних з нашим краєм, розкриваючим його історію. Краєзнавство допомагає ілюструвати найрізноманітніші теми курсу. Вивчаючи історію народження кінематографа, студенти дізнаються про відкриття і репертуарі перших кінотеатрів в великих містах області, про діячів кіно, пов'язаних з краєм. Студенти вивчають творчість і дивляться фільми режиссерів – наших земляків.

Значення краєзнавчої роботи важко переоцінити, так як вона дає студентам можливість наблизитися до громадсько-корисної діяльності, пов'язаної зі збором історичного матеріалу, допомагає їм встановлювати різноманітні зв'язки з творчими людьми, стимулює їх участь в дослідницькій діяльності. На місцевому матеріалі розкривається участь земляків в розвитку кіно-, телемистецтва, показується культурне значення краю в розвитку кінематографа і телебачення. Використання краєзнавчого матеріалу відкриває широкі можливості для серйозної наукової діяльності студентів і дає можливість зробити хоча б невеликі, але відкриття, створює сприятливі умови для організації різних завдань творчого характеру, застосування в навчальній роботі різноманітних елементів пошуку і дослідження. Важко чи можна знайти іншу галузь історичного знання, яка б дозволяла б студенту і молодому вченому настільки швидко включитися в наукову роботу.

При написанні наукових робіт по історії кіно студентам пропонуються теми краєзнавчої спрямованості. Всі ці роботи – визначений внесок в історико-краєзнавче мистецтво. Перше основне вимога до студентським дослідженням – пошуковий, науковий характер. Ми намагаємося організувати роботу зі студентами так, щоб вони вирішували не навчальну задачу, а справжню наукову проблему. Краєзнавство надає такі можливості досить широко. Одним з напрямків роботи, використовуваних нами, є історико-дослідницька, пошукова робота, яку ведуть члени проблемно-дослідницької групи «Краєзнавчий аспект вивчення історії кіно і телебачення». В процесі збору матеріалів організуються зустрічі і бесіди. Всі записи, отримані дані, архівні, музейні документи вивчаються, обробляються і використовуються для підготовки студентських повідомлень, доповідей, курсових робіт, а також творчих робіт: телевізійних сюжетів, відеофільмів. В ряді випадків наукова робота стає вихідним матеріалом для творчої дипломної роботи або дає імпульс для продовження досліджень на більш високому рівні.

Например, некоторые курсовые работы послужили основой для создания телевизионных передач краеведческой тематики.

Применение краеведческого материала в учебной, научно-исследовательской и творческой работе направлено на совершенствование содержания и методов обучения. Неразрывная связь учебной дисциплины с краеведением содействует обогащению знаний студентов, расширяет их кругозор, повышает интерес к изучаемому материалу, развивает самостоятельность. Таким образом, постановка проблемы использования краеведческого материала является одной из наиболее важных в современной педагогике.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бугров Ю. А. Краеведение: вчера, сегодня, завтра / Ю. А. Бугров // Материалы Первой науч.-практ. регион. конф. 24 – 25 мая 1999 г. – Курск : Изд-во Курск. госпедун-та, 1999. – С. 9 – 12.
2. Герасимова А. Краеведение в системе подготовки специалиста / А. Герасимова // Специалист. – 1997. – № 6. – С. 21 – 22.
3. Гомаюнов С. А. Местная история: проблемы методологии / С. А. Гомаюнов // Вопр. истории. – 1996. – № 9. – С. 160.
4. Даринский А. В. Региональный компонент содержания образования / А. В. Даринский // Педагогика. – 1996. – № 1. – С. 18 – 20.
5. Краеведение в вузе и школе. // Материалы Всерос. науч.-практ. конф. – М., 1994. – С. 76 – 92.

О. В. Ивашов,
г. Луганск

ПРОБЛЕМЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ ЛИЧНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ

Основными задачами курса «Сценарное мастерство» является формирование у студентов, наделенных способностями к литературному творчеству и кинематографическому мышлению, специальных навыков. В процессе обучения студенты должны получить профессиональную подготовку, которая позволит им самостоятельно создавать сценарии игровых, документальных, телевизионных фильмов.

На основе приобретенных теоретических знаний разрабатываются практические задания, обеспечивающие накопление практического опыта создания сценариев и способствующие формированию практических умений.

В ходе занятий по сценарному мастерству мы обратили внимание на то, что у студентов отсутствует умение критично относиться к окружающему миру, что темы их работ чаще всего никак не связаны с теми проблемами, которые можно увидеть сегодня. В лучшем случае студенты повторяют темы, которые они видят на экране, в результате чего и сценарии их телевизионных работ весьма стереотипны, а творческий элемент вообще отсутствует.

На основе обобщения педагогического опыта мы приходим к выводу, что одна из главных задач преподавателя – воспитать у студентов творческое видение. Именно поэтому были разработаны задания, способствующие решению данной проблемы. В основном система заданий используется на I – II курсах.

Одно из первых заданий, которое предлагается студентам, – найти тему для будущего сценария. Тема должна быть непосредственно связана с повседневной жизнью, с жизнью города, в котором живет молодой человек, с людьми, окружающими его. В обозначенной теме требуется выделить конфликт, который в дальнейшем станет основой сценария.

В следующем случае студентам предлагается создание литературного сценария, отражающего определенные личные ситуации. В литературном сценарии требуется не только воссоздать саму ситуацию, но и отразить личное отношение к происходящему, высказать собственное суждение. Далее в работе необходимо определить, как обозначенная ситуация может быть воспринята другими людьми и каковым может быть иное ее решение.

В учебном процессе мы используем задания, ориентированные на развитие образного мышления. Студентам дается задание создать галерею героев своих будущих сценариев. В такую галерею следует отнести тех людей, которые непосредственно связаны с их жизнью. Это могут быть родители, друзья, педагоги. Необходимо создать литературные портреты этих людей и описать ситуации, которые могли бы в дальнейшем стать основой сценария.

На практических занятиях, которые проводим в форме дискуссий, мы обязательно обсуждаем подготовленные студентами работы. Здесь обсуждается не только выбор темы и умение выстроить сценарный ход, но и – главное – проявить способность к художественно-критическому осмыслению тех или иных жизненных явлений, показать умение творчески подходить к темам, которые непосредственно связаны с личным опытом каждого.

**В. Н. Климова,
г. Белгород**

ОБ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ «ИСТОРИЯ ИСКУССТВ» СРЕДСТВАМИ ЭКРАНА

В настоящее время в условиях чрезвычайно насыщенного информационного поля происходит активная модернизация системы образования. В новых техногенных ритмах меняется не только человеческое восприятие, но и механизмы восприятия и дифференциации информации в мире технологичных символов и знаков, все стремительнее совершенствующейся и расширяющей сферы своего влияния электронной культуры. Поэтому возрастает потребность в использовании в процессе преподавания дисциплины «История искусств» возможностей экранных искусств. Преподаватель должен быть вооружен современными методиками и новыми образовательными технологиями, чтобы общаться со своими студентами на одном языке. И одной из таких методик сегодня является интеграция медиаобразования в систему работы преподавателя дисциплины «История искусств».

В условиях медиа-обеспечения и медиа-сопровождения образовательного процесса при подготовке специалистов сферы культуры и искусств чрезвычайно важной становится проблема определения путей целенаправленного формирования синтетической (в первую очередь, аудиовизуальной) образовательной среды, позволяющей максимально исчерпывающе использовать современные педагогические технологии и способствующей реализации максимальной самостоятельности обучаемого на уроке, а также использования.

Наиболее значительными для актуализации вышеобозначенной проблемы являются:

- умение находить и перерабатывать информацию в разных источниках;
- умение переводить информацию визуальную в вербальную и наоборот;
- умение устанавливать ассоциативные и практически целесообразные связи между информационными сообщениями;
- умение извлекать из предложенной информации данные и представлять ее в табличной или иной форме;
- умение воспринимать альтернативные точки зрения и высказывать обоснованные аргументы за и против каждой из них.

Обращение к средствам экранного искусства должно быть мотивировано не только конкретными учебными, но и собственно просветительскими, образовательными целями самого широкого порядка.

Так, при изучении истоков русского искусства, феноменальных произведений древнерусского искусства, для погружения в эпоху, формирования ценностных установок времени (в частности, образа) в сознании наших современников наиболее эффективно обращение к фильму А. Тарковского «Андрей Рублёв»; предваряя характеристику искусства Испании рубежа XVIII – XIX, вполне уместно продемонстрировать и проанализировать фильм М. Формана «Призраки Гойи».

В современной ситуации возникает необходимость четкой формулировки необходимых медиа-образовательных навыков и умений, которыми должен быть вооружен прежде всего учитель, проецируя их на свою педагогическую деятельность. Должны быть определены подходы к формированию навыков овладения коммуникативными технологиями, развитию информационных умений.

Одной из важных тенденций развития культуры является тяготение к синтезу и взаимопроникновению культур. На этот процесс оказало сильнейшее влияние распространение средств массовой информации. Стало реальным фактом ускорение процесса восприятия информации, появился термин «клиповое мышление». Наиболее массовым источником информации становится телевидение, при помощи которого современный человек узнает обо всем на свете, в том числе об искусстве. Специфика подачи телевизионной информации состоит в ее дискретности, процесс синтеза осуществляется непосредственно в сознании человека. Поэтому возрастает роль способности человека к синтезу, к обобщению стремительно умножающейся информации. Важным становится наличие воображения, умение соотносить разнородный материал, способность гармонизировать мир, воспринимать его картину целостно. В этой ситуации возрастает роль дисциплин искусства.

Итогом освоения этих дисциплин посредством экранных искусств является:

- развитое художественное воображение;
- способность к адекватному восприятию произведений искусства при помощи освоения языка искусства;
- сформированные навыки художественно-практической деятельности;
- способность к анализу и синтезу, умение обобщать и видеть целостную картину мира в его многоцветии и многозвучии звуко-пластических образов;
- способность интерпретации произведения в контексте диалога искусств.

Развитое художественное восприятие, воображение, наличие ассоциативных рядов позволяет современному человеку:

- «прочитать» скрытый смысл, не проявленный в форме выражения;

- сформировать критическое восприятие информационного потока, позволяющее вычленил наиболее лично значимое;
- адекватно понимать язык искусства (в том числе и современного);
- постулировать современное искусство (музыка, визуальные искусства, вплоть до видеоискусства и мультимедиа-продуктов) как опирающееся на предшествующий опыт, на сформированный язык (необходимо видеть и чувствовать эту связь);
- творчески моделировать ситуацию (предметную среду, процесс).

Максимально результативное изучение дисциплины «История искусств» и других родственных циклов в условиях современности (на различных образовательных уровнях: от детского сада до вуза) в техногенной цивилизации, на наш взгляд, достижимо благодаря аудиовизуальному сопровождению, как минимум, основного содержания, а также знакомству с признанными образцами художественного и документального кино, поступательному расширению экранных средств, транслирующих многоликость мира искусств и культуры.

**Д. М. Колос,
м. Луганськ**

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ ІГРОВОМУ КІНЕМАТОГРАФІ НА ЗЛАМІ ТИСЯЧОЛІТЬ

Вивчення тенденцій в українському ігровому кінематографі на зламі ХХ й ХХІ століть – завдання, яке ставлять перед собою провідні вітчизняні дослідники в галузі кіномистецтва.

Протягом 2000 – 2010 років український глядач побачив двадцять повнометражних ігрових стрічок як уже відомих режисерів – Кіри Муратової, Романа Балаяна, Юрія Ільєнка, Олесья Саніна, так і режисерів-початківців – Сергія Лозниці, Олександра Шапіро, Єви Нейман, Алана Бадосва, Івана Кравчишина, Олександра Кирієнка.

Етимологічний аналіз слова *тенденція* вказує на ідейну спрямованість твору мистецтва, яка виражена за допомогою художніх засобів, у розвитку художніх образів [5, с. 545]. Кінематографічний доробок українських режисерів сьогодні різноманітний за своєю тематикою й одноманітний за своїми песимістично-трагедійними мотивами.

Загальним знаменником сучасного культурно-мистецького простору став постмодернізм, який, адаптувавши увесь комплекс культурних кодів попередніх епох, активно проникає в авторський світ кінорежисерів. До

основних рис постмодернізму можемо віднести нівелювання кордонів між високою культурою й масовою, кризу історичності, кінець «індивідуального стилю», інтенсифікацію «автореференціальності культури», перетворення світу на «чисті образи себе», виникнення «культури симулякруму», хаотичне нагромадження фрагментів, уривчастого, випадкового, поширення концепцій «практик, дискурсів, текстуальної гри» [6, с.187].

Сьогодні українські режисери широкоекранного ігрового кіно розробляють у своїх творах різноманітні теми – історію українського народу, любов та зраду, життя та смерть, відчайдушність та карколомність, які «об'єднані єдиним «програмним» розривом з раціональним мисленням» [6, с. 193].

У своїх стрічках «Другорядні люди» (2001 р.), «Чеховські мотиви» (2002 р.), «Настроювач» (2004 р.), «Два в одному» (2007 р.), «Мелодія для шарманки» (2009 р.) режисер Кіра Муратова особливу увагу приділяє індивідуальності людини, її самотності. У центрі дослідження режисера знаходиться маленький ззовні та великий насправді світ «другорядних» людей. Слід зазначити, що «в постмодерністських стрічках режисера герої перебувають в дивному, похмурому, хворобливому світі, де не можна зустріти жодного світлого кадру, жодного приємного обличчя, в її стрічках люди не говорять, а бурмочуть, в їх очах порожнеча і сум». [4]

У художній стрічці «Мамай» (2003 р.) режисер Олесь Санін вибудував кіносвіт, який складається з міфів, що є не тільки логічним продовженням один одного, а й миттєвим спростованням самих себе, і натомість народжується щось нове, замішане на фольклорі, малярстві та індивідуальних фантазіях героя [3].

Справжнім «постмодерністичним бунтом» на українському кінопросторі стала стрічка режисера Юрія Ільєнка «Молитва за гетьмана Мазепу» (2002 р.) [6, с. 193]. Взаємовідносини між історичними персонами – гетьманом Іваном Мазепою та імператором Петром I – головний об'єкт режисерського дослідження в цій стрічці. Колажність побудови твору, тяжіння до кітчу, зображення «розколотої персони» Мазепи, яка є уособленням «людини шизоїдної цивілізації доби постмодернізму, з її схильністю до деконструювання» [6, с. 199], – засоби, до яких звертається режисер під час авторської побудови твору.

В основу для створення інших трьох повнометражних ігрових робіт лягли події, що ввійшли до історії незалежної України, як Помаранчева революція. На тлі саме цього історичного відрізка живуть герої стрічок, що вийшли в прокат у 2006 році, серед них: «Прорвемось» режисера Івана Кравчишина, «Помаранчеве небо» режисера Олександра Кирієнка та «Orangelove» режисера Алана Бадоева. Ці фільми стали одночасно дебютними роботами зазначених режисерів, а також першими й останніми спробами ідеалізувати, романтизувати події революції, і дуже скоро

«помаранчеві» фільми відмовилися ставити серйозні соціальні й політичні питання і дистанціювалися від революції як від непопулярного «бренду» [2].

Метафорична стрічка «Біля річки» (2007 р.) режисера-початківця Єви Нейман розповідає про один день з життя двох літніх жінок – матері та доньки. У цій стрічці режисер звертається до питання зв'язку поколінь, філософії та буденності життя.

Режисер Роман Балаян у своїй стрічці «Райські птахи» (2008 р.) крізь форму, зміст, задум фільму розповів, перш за все, про свій власний внутрішній світ – світ митця. Цим фільмом Р. Балаян продовжує тему, яку розпочав у фільмі «Польоти уві сні та наяву», – тему самотності й відчуття непотрібності людиною, та висловлює психологічну суть творчості як явища. Божевіллям головного героя стрічки – письменника режисер говорить про відірваність його свідомості від реальності й, відповідно неможливість адекватно оцінювати навколишній світ через превалювання штучно створених свідомістю образів [7].

Такі фільми, як «Цикута» (2002 р.), «Путівник» (2004 р.), «Нарруреорле» (2005 р.), «Беспорно» (2007 р.), «Зйом» (2008 р.), «Кастинг» (2008 р.), «Дніпро» (2009 р.) режисера Олександра Шапіро, є авторським трактуванням дійсності українських вулиць. Головні персонажі в фільмах режисера – алкоголіки, наркомани, безхатьки, відвідувачі нічних клубів, актори, повії – надзвичайно енергійні та харизматичні люди, які весь час ідуть, біжать у заданих режисером напрямках. Ще один персонаж, який з'являється в кожній стрічці режисера, – це образ міста Києва, з його вулицями, архітектурними пам'ятками та своєрідною атмосферою спокою всупереч усьому. Своєрідному сприйняттю авторських проектів Шапіро сприяє відеоряд з довільно склеєними монтажними стиками, безліч роздумів у кадрі й за ним, а також прийом з повторенням кількох дублів однієї й тієї самої сцени [8].

Фільм режисера Сергія Лозниці «Щастя моє» (2010 р.) є своєрідним епілогом першого десятиріччя ХХІ сторіччя в ігровому повнометражному українському кіно. Головний герой цього роуд-муві [1] – одинока людина, яка загубилася, не тільки в прямому, а й у переносному сенсі, у світі розпусти, бруду та смертей.

Сучасний український кінематограф, який усе ще перебуває в ситуації «малокартиння», представлений цілою низкою режисерів, які за допомогою художніх засобів розкривають художні образи своїх стрічок, знятих за всіма традиціями постмодерного мистецтва.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бонрдар-Терещенко І. «Щастя моє»: антиросійський фільм українського режисера [Електронний ресурс] / І. Бонрдар-Терещенко. –

Режим доступу до статті :

<http://culture.unian.net/ukr/detail/188993>

2. Брюховецька О. Політичне несвідоме українського кіно / О. Брюховецька // Укр. журн. – 2007 г. – № 12. – С. 21 – 22

3. Брюховецька О. Фільм Саніна «Мамай» [Електронний ресурс] / О. Брюховецька. –

Режим доступу до статті :

http://mamafest.at.ua/publ/film_sanina_mamaj/1-1-0-20

4. Воронкова Л. Кіра Муратова – впізнавана з першого кадру і непередбачувана завжди [Електронний ресурс] / Л. Воронкова. –

Режим доступу до статті :

<http://www.viche.info/journal/519/>

5. Етимологічний словник української мови : у 7 т. / редкол.: О. С. Мельничук та ін. – К. : Наук. думка, 1983. – ... –

Т. 5 : Р-Т / Уклад. : Р. В. Болдирєв та ін. – 2006. – 704 с.

6. Зубавіна І. Б. Час і простір в кінематографі / І. Б. Зубавіна. – К. : Интертехнологія, 2008. – 448 с.

7. Іванова М. Роман Балаян. Райські птахи [Електронний ресурс] / М. Іванова. –

Режим доступу до статті :

http://www.ktm.ukma.kiev.ua/show_content.php?id=848

8. Купінська А. Режисер-філософ Олександр Шапіро: «Фаллогоцентризму бій!» [Електронний ресурс] / А. Купінська. –

Режим доступу до статті :

<http://life.pravda.com.ua/cinema/49180d89b8b41/>

**Д. А. Кулабухов,
М. А. Кулабухова,
г. Белгород**

ЭКРАННОЕ ПРОИЗВЕДЕНИЕ КАК РЕЗУЛЬТАТ ДИСКУРСА ИСКУССТВ

Феноменальным условием сближения искусств является общее аксиологическое поле, сакральные, духовные начала культуры как факторы творчества, важнейшие условия возникновения, существования и взаимообогащения искусств. Духовность становится не только объектом искусства, но и важным условием, обеспечивающим пребывание художника в творимом пространстве, одним из самых притягательных свойств человеческой души, проявляющемся «в преобладании духовных,

нравственных и интеллектуальных интересов над материальными» [4, с. 179].

Интерес к природе и специфической роли духовности не ослабевал никогда. В период крушения ценностных парадигм ведущими поборниками духовности становились создатели произведений искусства, утверждавшие посредством творчества и творческого диалога вневременные основы бытия. Яркими примерами такого внутрисемейного служения духовности в период обезличивания, бездуховности следует признать творчество поэта Арсения Александровича Тарковского и произведения кинорежиссера и сценариста Андрея Арсеньевича Тарковского, мастеров разных искусств, которые в государстве нового типа, где понятие «духовность» заменили понятием «идейность», создавали произведения, формирующие национальный, славянский дух.

Не всем и не сразу, а лишь с течением времени открывался подлинный смысл работ, похожих, по справедливому определению Андрея Тарковского, на фрески, рассчитанные на то, чтобы на них «смотрели издали» и воспринимали не детали, а целое. Но именно они – «детали», образы, мифологемы, представленные в слове, в звуке, в жесте или в кадре, – и становятся не просто доказательством следования традициям (даже вопреки официальной идеологии), результатом освоения и воплощения прапамяти, но и универсальными способами отражения и закрепления культурной идентичности народа, исторической трансляции его духовного опыта, сводом констант бытия, которые превращаются в концепты творчества автора, составляющие его духовные истоки, равно как и возможных его предшественников (быть может, служащих другим искусствам), что обусловлено принадлежностью Художников единому духовному космосу, общей культуре. Так, невозможно представить словесную фреску-роман «Жизнь Арсеньева» (1927 – 1933) И. А. Бунина или кинофрески «Андрей Рублев» (1966 – 1971) и «Зеркало» (1974) А. А. Тарковского, родившегося в период работы Ивана Алексеевича над романом-воспоминанием о России и пока еще не испытавшего ностальгии по ней, без таких концептов, как Земля, Вода, Небо, Огонь, Звезда, Дом, Дерево, Женщина, Путник, Дорога, Птица, Лошадь, Сон... и, наконец, Семья, Родина, Россия...

Существенную роль в формировании сознания будущего русского киногения XX века оказал его отец, поэт А. А. Тарковский, чья поэзия, пронизанная знаковыми образами славянской культуры, превратилась в словесную основу киноткани практически всех фильмов А. Тарковского, а некоторые стихи, прочитанные самим автором-отцом, нередко становились в работах режиссера-сына философскими ключами к восприятию и истолкованию этих экранных произведений. Истории человеческих судеб, многих семей XX века, рассказанные отцом-поэтом,

были обобщены сыном – сценаристом и кинорежиссером, стремившимся, сопоставив человека и историю, доказать ответственность каждого за происходящее в мире малом и большом. Принцип «онтологической фотографии», разработанный Тарковским-отцом, привел Тарковского-сына к идее «запечатленного времени», согласно которой личный опыт, воплощенный в универсальной «матрице времени» (термин Андрея Тарковского), существует как материально зафиксированное вечное явление духовной жизни человека и семьи...

Субъективная метафоризация мира, представленного в открытом сюжете, является, благодаря звукозрительному монтажу, отражением сознания не только сценариста, режиссера А. Тарковского, его соавторов, в частности А. Михалкова-Кончаловского, А. Мишарина, Т. Гуэрры, но и отца, опыт которого в сознании взрослого сына стал объективной биографией человека, разделившего с Россией XX века ее горькую участь, испытавшего губительную силу технического прогресса и власть судьбы; того, кто «век себе по росту подбирал» [7, с. 275], кто «каждый день минувшего, как крепью, / Ключицами своими подпирал» [7, с. 274].

Следуя за поэтическими откровениями отца о непреходящей связи поколений: «Живите в доме – и не рухнет дом. / Я вызову любое из столетий, / Войду в него и дом построю в нем. / Вот почему со мною ваши дети / И жены ваши за одним столом, – / А стол один и прадеду, и внуку: / Грядущее свершается сейчас» [7, с. 274]; о сопричастности всему миру каждого существа: «Все на земле живет порукой круговой, / Созвездье, и земля, и человек, и птица...» [7, с. 102]; о бессмертии души и неустанном движении жизни: «И это снилось мне, и это снится мне, / И это мне еще когда-нибудь приснится, / И повторится все, и все довоплотится, / И вам приснится все, что видел я во сне» [7, с. 320], – сын восстанавливает, воссоздает жизнь человека, поэтически представляя ее благодаря ее мельчайшим и фундаментальным проявлениям. Образы предметного мира, соединяясь с образами близких людей, превращаются в фильмах Тарковского в максимально осязаемую, чувственно воспринимаемую картину, знакомую каждому с детства, где каждый элемент оправдан, назван, а затем максимально объемно воплощен на экране; как, к примеру, картофель, цветущий между домом и горящим сараем с сеном, – символ деревенского быта, его естественная составляющая.

Потребность в отражении концептов бытия (Семья, Дом, Мать, Огонь, Дерево, Молоко, Вода...) на экране как в зеркале воспоминаний в большинстве работ Андрея Тарковского объясняется не только близостью мировоззрений, духовного опыта сына и отца, но и погружением в аксиологическое поле культуры. На наш взгляд, идею осмысления жизни человека посредством грани, за которой может находиться «Я»-другой, «Я» недавнего или далекого прошлого, молодому кинематографисту, создающему автобиографический фильм «Зеркало», могла «подсказать»

итоговая книга И. А. Бунина «Жизнь Арсеньева», как и ее набросок – рассказ «У истока дней» (первоначально названный «Зеркало»). Ребенок, герой рассказа Бунина, пытается постичь тайну незнаемого, заключенного, по его мнению, в загадочном зеркале. Попыткой заглянуть в прошлое как в зеркало воспоминаний о детстве, отрочестве, юности становится и роман Бунина об Алеше Арсеньеве, где ведущим мотивом воплощения жизни станет ее отражение человеческой памятью. Андрей Тарковский, соединив личное, чувственное восприятие конкретного предмета быта (зеркального шкафа, в действительности бывшего гордостью семьи), опозитизировав его специфические возможности, создает зеркало своего поколения, рожденного и выросшего в XX – техническом – веке, когда человек стал еще беззащитнее и уязвимее.

Не только аксиологическая, но и эзотерическая связь двух Художников – Мастера слова и Мастера экрана – проявилась уже в схожести судеб: оба (пусть и в разное время!) выросли в России, аккумулируя наследников предшественников и старших товарищей практически самостоятельно; первые уроки самопознания и мироощущения приобрели в Семье – благодатной колыбели человеческого разума и счастья. Аскетически совершенствовавшие дух, они никогда не довольствовались результатами творчества (что и объясняет их постоянную внутреннюю работу); представляя человека центром Вселенной, доказывали необходимость его растворения в мире природы, в космосе (что стало следствием устойчивого интереса каждого: и Бунина, и Тарковского – к восточной культуре); и, наконец, каждый в свой срок, запечатлевая антиномичные аксиологемы (например, неизбежность Земли и Неба, Воды и Огня, Статичности и Движения, Зла и Добра, Смерти и Любви), осуществлял попытку сохранить человеческую жизнь в слове (Иван Бунин) или в кадре (Андрей Тарковский), влекомый страстным желанием не потерять самое дорогое. И далеко не случайно то, что организующим началом каждого из произведений (романа «Жизнь Арсеньева», фильма «Зеркало»), внутренним стержнем его художественной ткани становится Мать: Та, которая подолгу молилась перед своими большими темными иконами, ночами простаивала на коленях и была «самой горькой любовью» [3, с. 61] Бунина; Женщина, которая в сознании Тарковского заключала в себе весь мир [6, с. 113] и была наделена бессмертной душой [6, с. 119].

Общность эволюционных ступенек, творческих интересов (Тарковский, как и Бунин, был человеком чрезвычайно одаренным, наделенным обостренным чувством звука, цвета, памяти), проявляется и в родстве деталей, и в самой поэтике главных произведений двух Художников, где каждый не выдумывает, а – благодаря потоку сознания, переосмыслению собственного опыта – запечатлевает либо воспоминания

вспоминаний (Бунин – в романе «Жизнь Арсеньева»), либо собственно воспоминания (Тарковский – в фильме «Зеркало»). Бесспорно, метод путешествия во внутренний мир был заимствован Тарковским у Бунина, писателя, наиболее близкого режиссеру, он считал Ивана Алексеевича «великим писателем» [6, с. 129], замкнувшись в прошлом, физически страдавшим от невозможности вернуться в старую Россию, увидеть мать... Как и роман Бунина «Жизнь Арсеньева», фильм «Зеркало» А.Тарковского станет зеркалом духовного кризиса человека и общества, но уже второй половины XX в. Тоска по ушедшему, по уходящей матери, по утраченному, свойственная Бунину, проявится и как концепт творчества-исповеди Тарковского, обреченного десятилетиями существовать в атмосфере духовного вакуума, в зрелом возрасте покинуть родину и быть похороненным на маленьком русском православном кладбище Сент-Женевьев-де-Буа под Парижем, где ранее нашёл приют и прах Бунина.

На наш взгляд, источником творчества Тарковского, проявившего свой талант на фоне уже созданного до него и осмысленного им, стала духовность как ведущая аксиологема культуры, отразившаяся в утверждении любви к человеку и его нравственно-национальных качеств: веры, доброты, милосердия, совестливости, пристрастного отношения к себе, внутренней свободы и твердости, – позволившая представить объективный портрет человека, зеркальный абрис которого растворился во Всебытии; как доказательство нетленности человеческого духа, о котором не перестанет размышлять Художник, подобно Арсению Тарковскому: «... Не надо мне числа: я был, и есмь, и буду, / Жизнь – чудо из чудес, и на колени чуду / Один, как сирота, я сам себя кладу» [7, с. 320].

Феноменальная вневременность работ Андрея Тарковского – это не просто свидетельство его сознательной духовной эволюции, продолжающейся и сегодня, поскольку его фильмы – неустанный процесс воскрешения русского духа, который есть неперемное условие существования народа и государства, каждому из представителей которого нелишне «примерить» позицию Художника: «Чтобы найти способ изменить мир, я должен измениться сам. Я должен стать глубже и духовнее. И только после этого я, может быть, смогу принести пользу. А как мы можем рассчитывать на какие-то изменения, если мы сами не чувствуем себя достаточно духовно высокими?» [2, с. 354].

Неперемным условием создания синтетического явления искусства, каким является экранное произведение, является общее аксиологическое поле, на сохранение которого ориентирован дискурс искусств, внутрисемейный и собственно творческий диалог. Феноменальность аудиовизуального произведения (в частности, произведений Андрея Тарковского) зачастую обусловлена актуализацией в ткани этого текста культуры традиционных ценностей и мировоззренческих ориентиров.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бунин И. А. Собрание сочинений : в 9 т. / И. А. Бунин. – М. : Худож. лит., 1965 – 1967. – Т.VI.
2. Демант Э. В поисках утраченного времени : Изгнание и смерть Андрея Тарковского / Э Демант // О Тарковском / сост., авт. предисл. М. А. Тарковской. – М. : Прогресс, 1989. – 400 с., ил. – С. 342 – 388.
3. Муромцева-Бунина В. Н. Жизнь Бунина. Беседы с памятью / В. Н. Муромцева-Бунина. – М. : Сов. писатель, 1989. – 528 с.
4. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : АЗЪ, 1994. – 928 с.
5. Тарковский А. Слово об Апокалипсисе / А. Тарковский // Искусство кино. – 1989. – № 2. – С. 95 – 100.
6. Тарковский А. Встать на путь / А. Тарковский // Искусство кино. – 1989. – № 2. – С. 109 – 130.
7. Тарковский А. А. Белый день: Стихотворения и поэмы / А. А. Тарковский. – М. : ЗАО «Изд-во „ЭКСМО-Пресс”», АОЗТ «Изд-во „ЯУЗА”», 1998. – 384 с.

В. А. Кулабухова,
г. Белгород

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СОВРЕМЕННОГО АВТОРСКОГО ФИЛЬМА

В обширной парадигме произведений искусств авторское кино всегда занимает особое место, поскольку, являясь результатом фиксации реального события, документом, основывается на артефакте, позволяющем создать эстетический объект, отвечающий запросам и художественно-эстетическим ориентирам автора или группы авторов. Напротив, разрушению единства авторского кинопроизведения способствует отказ от одного из его аспектов – как информационных, так и эстетических.

С момента своего изобретения кинематограф решал актуальную задачу оперативного («сиюминутного») отображения жизни. Причем сила воздействия экранного документа, не ограничивающегося фиксацией внешнего потока событий, обусловлена возможностью проникновения во внутренний мир человеческой личности, в глубину явлений благодаря активному, целенаправленному кинонаблюдению. Емкость, насыщенность, эмоциональность рассказа (в том числе и посредством документа) обеспечивают наиболее сильное воздействие на зрителя. Эмоциональная

напряженность «поля» личности способствует наиболее точному и полному раскрытию человеческого характера.

Обладая доказательной силой факта, умноженной образной выразительностью художественных средств, авторское кино становится «очевидцем» истории, деятельным участником современной социальной жизни [1 – 2]. Однако в обычных условиях камера не всегда может уловить «момент откровения», найти конфликт или предварить возникновение конфликта в жизни, т.к. реальная жизнь свободна, независима от камеры и совсем не похожа на воссозданную действительность, с которой имеет дело режиссер в павильоне киностудии.

Сложная, многогранная структура аудиовизуальных средств, свойственная киноэкрану, ее новые возможности, открытые телевидением, способность к эффективному синтезу создают необходимые предпосылки полноты, истинности отражения, присущие в итоге документальному кино. Необходимость фиксации неповторимого жизненного события, скользких и исчезающих человеческих эмоций в движущемся потоке жизни (как важнейшее специфическое свойство документального фильма) актуализирует проблему особого отношения экранной публицистики к действительности.

Являясь результатом духовной работы наделенной собственным мировоззрением индивидуальности, автора, документальное кино имеет особый статус как в киноискусстве, так и в современной художественной культуре вообще, поскольку его непосредственная функция – освещать все события и явления через своё личное авторское «я», через свое личное отношение к жизни. Детальная продуманность общей идеи и тщательность отбора экранного материала зиждятся, в первую очередь, на устойчивых мировоззренческих установках и ценностных ориентирах создателя, обуславливающих творческий метод, выбор выразительных средств, ракурс изображения, пафос.

Следует подчеркнуть, что кинематографический кадр – кинодокумент – не допускает абсолютной свободы, произвола в обращении с материалом. Ведущим фактором целостности является идейная авторская концепция, способная охватить все частности, детали, все элементы киноповествования, организовать их в органично спаянную структуру.

К сложному жанру кинопублицистики обращаются, как правило, авторы, глубоко взволнованные актуальной проблемой, субъективная точка зрения которых транслирует точку зрения большинства (благодаря чему киноклассикой стали «Обыкновенный фашизм» М. Ромма, «Легко ли быть молодым» Ю. Подниекса, фильмы Р. Кармена, А. Сокурова).

В ситуации глобализации и омассовления сознания документальное кино, ориентированное на представление разной правды, на запечатление фрагмента, мгновения, культивирует проявление нетипичного,

індивідуального, що не відповідає запитам часу доходності і стандартизації. В силу багатьох асоціальних процесів деяким молодим документалістам вигідно бути безнравственими: якщо в час зйомок з героєм щось трапиться, вони можуть продовжити знімати, замість того щоб допомогти людині. Це актуалізує скоріше соціальну, а не естетичну проблему формування свідомості як автора, так і його потенційної аудиторії, основою якою повинно стати переважає духовних, моральних і інтелектуальних інтересів над матеріальними, т. є. власне духовність, яка заповнює гуманістичним змістом творчість і забезпечує консолідацію нації.

В системі професійного навчання в області кіно-, телемистецтва створення авторського кіно, яке є базовою умовою вираження сформованого світогляду фахівця, наявності стійкої системи ціннісних установок і духовно-моральних орієнтирів, так і доказательством його професійної компетентності, універсальних навичок і потенцій, повністю резонно стає провідною домінуючою серед різних способів і форм освітньої діяльності. Так, повністю мотивованим змістом державних стандартів спеціалізації «Кіно-, фото-, відеотворчість» стає не тільки вивчення класических і сучасних зразків авторського кіно, так і створення власних фільмів. Крім вибору як зразкових робіт, так і тематики курсових і дипломних проєктів неслучайно, обумовлено їх потенційною актуальністю, вимогами в освітній, соціально-культурній середі.

Пошуком механізмів формування ціннісної парадигми як основи буття співвітчизників за допомогою звернення до культурної спадщини присвячені документальні фільми белгородця про народження Н. Рязанова (зокрема, «Про що плаче жалейка», «Дорогий мій жаворонок», «Мати – сира земля» і др.), в яких втілюється глибоке бажання журналіста, ставшого кінодокументалістом, втілити в життя висші ідеї слов'янського світу: ідеї істини і справедливості, любові і добра, созидального праці. Прикладом такої гуманістичної відображення позитивних процесів, в тому числі і в сфері збереження, вивчення і трансляції народної художньої культури Белгородщини, юга Росії, російсько-українського прикордоння, в сучасній кінодокументалістиці Центрального Чорнозем'я є документальні фільми студентів і викладачів Белгородського державного інституту культури і мистецтв: «Я тебе розумію», «Маргарита-мисткиня» Є. Машкари; «Про мистецтво жити гідно» А. Тараника; «Поки живі родички...» Т. Коротчикова; «Світ

Крещенской звезды» О. Гольевой; «Сердце, опалённое войной» И. Гордовского и др. В этих лентах чрезвычайно востребованная сегодня возможность проникнуть во внутренний мир человеческой личности, в сферу переживаний человека как главного образа Неоренессанса (каким – по прогнозам исследователей – должен стать XXI век) реализована посредством обращения к пространству культуры, народных традиций и идеалам, становящимся личностным началом каждого современника, выступающего в качестве героя авторского документального кино.

Емкость, насыщенность и эмоциональность – черты, присущие каждой яркой человеческой индивидуальности, – становятся и важнейшими чертами короткометражного фильма, в структуре которого аккумулярован жизненный материал, сопутствующий созданию ленты-портрета. Так, в частности, образ Ольги Ивановны Маничкиной, героини фильма С. Лысенко «Душа России», песенницы Земли Белгородской, заслуженного работника культуры РФ, создателя и руководителя аутентичного коллектива с. Подсереднее Алексеевского района Белгородской области, раскрыт посредством богатейшей песенной палитры региона, сохранённой и переданной О. И. Маничкиной многим теоретикам и практикам народной культуры. Создавая фильм-портрет, автор постарался запечатлеть разнохарактерные песни в исполнении певицы из народа и руководимого ею коллектива как метафору личностного и творческого кредо хранительницы заповедного фольклора Белогорья.

У некоторых народов существует убеждение, что, когда человека снимают или фотографируют, крадут его душу. Однако только посредством прикосновения к настоящему человеческому материалу, вневременным онтологическим и антропологическим темам, помноженным на исповедальность и индивидуальность, на неповторимый национальный колорит и устойчивое тяготение к традиции, возможно запечатление бытия в его многообразных ракурсах и разновеликих масштабах.

Положительный опыт отечественной документалистики (в том числе Белгородчины) показывает, что перед кинематографистами нового века по-прежнему стоит чрезвычайно важная задача, состоящая в художественном освоении ускользающего времени, человеческого бытия, культурного наследия и традиций, в формировании ценностных ориентиров и мировоззренческих установок и потенциальных авторов документального кино, и их потенциальной аудитории, наконец, в образовании как создателей современного аудиовизуального искусства, так и самой широкой аудитории рецепторов – носителей культуры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дробашенко С. Феномен достоверности / С. Дробашенко. – М. : Искусство, 1972. – 184 с.
2. Сычев С. В. Эволюция тенденций развития документального кино- и телефильма : автореф. дис. на соис. учен. степ. канд. филол. наук / С. В. Сычев. – М., 2009. – 25 с.

**М. А. Кулабухова,
г. Белгород**

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ДИАЛОГА КИНО И ЛИТЕРАТУРЫ («ПОП» А. Сегеня и В. Хотиненко)

В условиях противостояния глобализационному антропологическому кризису, преодоления философии прагматизма, многочисленных асоциальных явлений сегодняшнего дня произведения современного аудиовизуального искусства способны становиться катализаторами гуманистических процессов, факторами успешного духовно-нравственного развития личности и общества, что обусловлено транслированием посредством синтетического экранного искусства аксиологических доминант вечности и времени. В период смены ценностных парадигм, каким стал рубеж XX – XXI вв., гуманистическая миссия произведения экрана приобретает еще большую значимость, в частности, такого, который не просто выражает аспекты психоидеологии нации, насущные проблемы бытия, но – поддерживая единое пространство культуры народа, государства и мира – становится результатом конструктивного диалога искусств, к примеру, литературы и кино.

Военная драма Владимира Хотиненко «Поп» уже достаточно высоко оценена: Приз Союза журналистов России на XVII кинофестивале «Окно в Европу» (2009), Гран-при VI Международного кинофестиваля «Лучезарный ангел» (2009), Гран-при Международного фестиваля православного кино и СМИ «Покров» (Украина, 2009). Однако споры о картине всё разгораются: одни пытаются «прочитать» аудиовизуальное произведение как исторический документ, другие – как социальный заказ современности и не более того, третьи склонны выхватывать из контекста события и размышлять о кинематографических аллюзиях, не воспринимая фильм как художественное целое. Оттого столь поспешны, необоснованны и легковесны замечания: «фильм сделан слишком грубыми мазками...», «стержня нет в фильме», «некоторые сюжетные линии... выстроены по шаблону» и т. п. И это, скорее всего, от поверхностности восприятия

произведения, от неумения погрузиться в пространство фильма, от созерцания как бы со стороны, наконец, от того, что не воспринимаем иногда, по справедливому замечанию Святейшего Патриарха Московского и Всея Руси Кирилла, „степени допуска” между реальностью и тем, как эта реальность представлена в кино».

Не прибегая к громким заявлениям, не претендуя на фактографичность повествования, создатели фильма скрупулезно переосмысливают события Великой Отечественной войны, весьма деликатно обращаясь с первоисточником, послужившим основой сценария, – текстом романа Александра Сегеня «Поп». Причем многие сюжетные линии, эпизоды литературного произведения в ткани аудиовизуального произведения опущены (например, история о том, как о. Александр спасал в храме раненого Лешку Луготинцева, вчерашнего поборника атеизма, – под покровом Александра Невского-воителя). Концентрация внимания зрителя на жизни одной семьи в период военного лихолетья не только позволяет укрупнить собирательные образы батюшки, матушки, их многочисленного семейства, но и обеспечивает аудиовизуальное обращение к образу семьи как малой Церкви (что, в частности, вызывает множество ассоциаций и параллелей: так, жертвенная любовь матушки Алевтины сродни жертвенной любви Февронии Муромской).

Обращение к датам и образам православного календаря становится в фильме не только способом фиксации мет в памяти героев, но и фактором возвращения нас в традиционное лоно православия, в круг непреложных, знаковых его явлений. И вот уже не только батюшка Александр Ионин («самый что ни на есть выдающийся тип русского батюшки...») вместе с матушкой Алевтиной отправляется в Закаты, чтобы укреплять веру страждущих, брошенных и забытых, но и мы вместе с ним возвращаемся к нашим исконным традициям, к ценностным ориентирам наших предков, среди которых и Александр Невский, и Пересвет с Ослябей!... Потому гармонично объединяет и героев фильма, и нас, находящихся по другую сторону экрана, скорбно-величественная, но не лишенная оптимизма мелодия Хора рабов из оперы Д. Верди «Набукко», становящаяся в фильме музыкальным рефреном, звуковым пространством жизни, стоящей на пороге инобытия.

Антиномичность содержания литературно-художественного материала требует от кинематографистов антиномичности представления одних и тех же констант бытия: так, жизнь – как высшая мера бытия – освоена посредством особых изобразительных ракурсов: это и земля, показанная с высоты птичьего полета, и земля, которой становится каждый человек, – одна на всех; и мир, который – один на всех – мы уже в начале фильма видим глазами человека и мухи, и даже война в первые дни кажется какой-то ненастоящей, пока не возникает границы между нашими

и немецкими солдатами, между партизанами и полициями, между теми, кто по эту сторону колючей проволоки, и теми, кто уже за ней, между теми, кто сам делает выбор или слепо повинуется воле других. Жизнь в её (двойственных) правдиво-неожиданных ракурсах открывается чуткому, зоркому сердцу: даже муха из первого эпизода фильма становится и назойливым символом близящейся неизбежной беды, войны, и символом неистребимой стойкости и решительности каждого живого существа, сотворенного в этом мире для радости... И потому сравнение еврейской девочки Хавы с мухой («Ну чисто муха!») далеко не случайно, и прилет мухи становится двойным предварением, предсказанием полярных событий...

Контрастность многозначных образов, эпизодов (вспомните, например, крещение Евы, её окунание в чистую воду и обливание водой грязного немца, похожего на борова), филигранно актуализированная в фильме, оправдана самим сюжетом, в основе которого не столько история Псковской Православной миссии, трагическая судьба одного из её участников – священнослужителя и его семьи, сколько рассказ о человеке, в самых катастрофических для себя самого, своего народа, Родины обстоятельствах своей остающемся Человеком, делающем выбор в пользу Веры, Любви, Совести, в пользу Бога. В. Хотиненко со товарищи делает практически невозможное: человек нового века не просто прикасается к белым пятнам истории, он (в большинстве своем представитель светского мира) пытается поставить себя (хотя бы на мгновение!) на место священнослужителя... И в этот момент исчезают все псевдоориентиры атеизма (как в эпизоде спора батюшки и партизана Луготинцева), превращаются в тлен, подобно тому, как разрушается потолок в бывшем клубе, открывая неизбывный Божий лик. И мы начинаем внимать миру глазами батюшки Александра, с ним негодуем о содеянном полициями, отчаянно бросаемся на защиту партизан, мечемся под метелью в поисках пропавшей (а на самом деле ушедшей под Покров Богородицы, унесшей прочь от дома и детей болезнь) матушки, с достоинством сносим наветы вернувшихся в Закаты представителей Советов, кротко прощаемся с семьей и землей обетованной, готовясь к новым испытаниям... И становимся людьми, неустанно ищущими веру, пытающимися найти Бога в себе, наследующими традиции от старших.

Лишенный лубочности, сусальности, пафосности, фильм В. Хотиненко «Поп», как и роман А. Сегеня, создан в традициях Неовозрождения, вернее, древнерусского предвозрождения, благодаря которым главным героем становится человек-загадка, чьей основной ценностью является жертвенная любовь как источник семьи, слова, памяти, самой жизни, исполненной созидательным смыслом по воле Божьей... Содержательный универсализм, порожденный и в фильме

синтезом епічності і ліричності, поєднанням загального і особистого, вічного і тимчасового, чоловічого і жіночого, забезпечує вневременну актуальність, смислову феноменальність. В результаті в військовій драмі немає батальних сцен, великих битв, фільм розповідає про ту війну, яка нерідко ведеся в долі людини, – про протистояння добра і зла, про любов до Бога і людині, до світу і близькому, про вибір маленької людини на користь Бога і його дарованих Віри і Любові. Повністю природним (максимально емким порівняно з текстом роману!) стає фінал фільма, в якому не поступивший своєю вірою, своїм вибором, постарілий, але зміцнілий духом батюшка Олександр запрошує нові покоління: «Заходіть, діти. Там видно буде...» І ці слова звучать як прощення людині, розумівшомуся в відносно благополучне, мирне час любити і прощати, але будемо сподіватися, не безнадійно.

Естетичну багатогранність фільма В. Хотиненко, його духовну самодостаточність, виховальний потенціал забезпечують не тільки художественні, художні, ціннісні орієнтири творців аудіовізуального твору, але і роман А. Сегеня як артефакт, обумовивший занурення в єдине культурне простір, мир і гармонію православної культури, вимагає, в свою чергу, від кінематографістів етикетного звернення до матеріалу: і текстом, і кожним його образом, фрагментом (за яким – незважаючи на художественність – вгадується праця письменника з величезною документальною базою). Художественна цілісність нової кінороботи В. Хотиненко визначена єдиністю початкового літературного тексту (як протистояння викликам сучасності тексту культури, втілюючи знайомих пасхальних архетипів), розглядом актуальної (некогда забороненої) теми в світлі оновленої аксіологічної парадигми, нарешті, самим авторським мегамотивом найновішої інтерпретації духа соборності як феномена буття народів і людства.

**Г. В. Курінна,
м. Харків**

СУЧАСНІ ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИКЛАДАННЯ СПЕЦКУРСУ КІНОДРАМАТУРГІЇ У ВНЗ В КОНТЕКСТІ АМЕРИКАНСЬКОЇ СЦЕНАРНОЇ ШКОЛИ

Невідмінною умовою виховання майбутніх фахівців за спеціальностями «режисер кіно та телебачення», «оператор», «репортер»,

«диктор та ведучий телепрограм» у ВНЗ, на нашу думку, є викладання в контексті курсу «Сценарна майстерність в екранному мистецтві» спецкурсу (або окремого тематичного розділу) «Кінодраматургія». Його базою є практичні та семінарські заняття, заняття-тренінги, лекційні заняття. Останні будуються згідно з існуючими класичними канонами кінодраматургії, закладеними ще радянською кіношколою та, що дуже важливо, новими теоретичними концепціями. Адже, існуючи в реаліях сучасної кіноіндустрії, майбутній фахівець повинен бути не тільки творчо обдарованою, але й конкурентоспроможною особистістю.

На жаль, наразі проблема практично відсутності сучасних підручників українських спеціалістів зі «Сценарної майстерності в екранному мистецтві» та «Кінодраматургії» залишається відкритою. Як це не парадоксально, але значна частина існуючої сьогодні сучасної літератури з кінодраматургії створена авторами американської сценарної школи. Підручники з доволі гучними назвами «Історія на мільйон доларів» Р. Маккі, «Як пишуть та продають сценарії в США» С. Прес, «Як гарний сценарій зробити великим» Л. Сегер, «Як зробити фільм за десять тисяч доларів та при цьому не потрапити за ґрати» Б. Стерн, «Сценарна майстерність: кіно-, теледраматургія як мистецтво, ремесло та бізнес» Р. Уолтер тощо здебільшого орієнтовані на читача, який прагне оволодіти майстерністю написання кіносценарію задля подальшого бізнесу. Ця складова відрізняє їх серед багатьох подібних і робить унікальними для оволодіння теоретичними навичками кіносценариста як професії, здатної приносити матеріальне забезпечення. Неоднозначне ставлення серед мистецтвознавців до вищеназваних праць у нашій країні, тим не менш, не полишає проблемної ситуації, що склалася: вивчаючи предмет, майбутній фахівець не розуміється в теоретичній основі сценарної майстерності як бізнесу. Поряд з добрим оволодінням знаннями щодо сценарної творчості він не вміє продавати власні доробки, не володіє азами авторського права й практично не вміє захищати його... Проте деякі американські концепції (зокрема, С. Голдвіна) вже достатньо успішно використовуються в сучасному кінопродюсуванні (наприклад, у процесі викладання майбутнім продюсерам азів сценарної творчості) [2].

Згідно з американськими авторами-сценаристами комерційне та художнє тотожні речі – одне не виключає інше. Саме тому вагомим доробком у вивченні теоретичних засад американської сценарної школи, на нашу думку, наразі є аналіз підручників, зроблений О. Червинським у роботі «Як добре продати добрий сценарій» (1993). «Я, професійний драматург, який все життя писав сценарії наосліп, без усяких правил, тепер, прочитавши ці книжки, знаю – я загубив масу часу даремно на інтуїтивні пошуки давно відомих прийомів сценарної творчості. Правила є, і навчитися їм можливо...» [1, с. 2]. Одне з них починає діяти ще на стадії

формулювання задуму сценарію. Це чітке визначення художнього та комерційного потенціалу ідеї. Художній потенціал, що визначається як здатність переконати читача в цінності майбутнього сценарію, базується виключно на створенні героя історії. Комерційний – здатність переконати, що сценарій може мати дохід – зокрема включає розробку абсолютної ідеї (*absolute concept*), новизну задуму, розробку других ліній та підсюжетів існування героя, знайоме для глядача місце дії, визначення популярного жанру тощо.

Л. Сегер, зокрема, виокремлює три обов'язкові елементи, що роблять сценарій комерційним: звернення до людських цінностей, оригінальність, сценарна структура. При цьому «прогавивши хоча б один з цих елементів, можна бути впевненим у комерційному провалі... Самої лише талановитості сценарію теж замало для його успіху. У ньому повинні бути ще елементи касовості та елементи видовищності» [3, с. 34]. Отже, сценарій – це не тільки першооснова майбутнього фільму, це (за визначенням Б. Криштул) «мисливець за здобиччю фінансування постановки» [2, с. 241]. І це незважаючи на те, що сценарій залишається найпростішою та найдешевшою річчю в кіновиробництві (Б. Стерн).

Тему художнього та комерційного розвиває у своїй праці У. Уолтер: «...починаючи працювати над будь-яким сценарієм, важливо вирішити деякі вірогідні завдання – насамперед завдати фільму тональність, ввести головного героя та надати необхідну композицію» [4, с. 6]. Дійсно, важлива роль усіма авторами американських посібників у створенні повноцінного (художньо та комерційно) сценарію відводиться драматургічній конструкції, що прораховується до чітко встановлених меж, виражених у підрахунку кількості сторінок для кожного елемента. При цьому конструкція трьохактна, з обов'язковим включенням двох поворотних етапів, що зокрема дають новий напрям історії. Згідно з діаграмою Л. Сегер, зав'язка повинна займати приблизно п'ятнадцять перших сторінок сценарію, перший поворотний етап – десять (починаючи з двадцять п'ятої сторінки), другий – десять (починаючи з сімдесять п'ятої), кульмінація – десять (починаючи приблизно зі сто десятої сторінки) та розв'язка – п'ять (починаючи від кінця).

Важливим аспектом для подальшого практичного втілення сценарію в американській сценарній школі є дотримання всіх обов'язкових вимог щодо його конструкції та, зокрема, оформлення. Наприклад, сценаристу може бути відмовлено у випадках недостатньо хвилюючого драматично конфлікту у сценарії, запозиченості сюжетної лінії; якщо сценарій занадто складний для постановки, а його задум не цікавий, не оригінальний та не правдоподібний [5], якщо сценарій оформлений непрофесійно тощо. Звісно, «від можливих невдач у кінобізнесі не застрахований ніхто, але відбір літературного матеріалу – це воістину наріжний камінь проекту.

Якщо продюсер зробить помилку у виборі сценарію, це обов'язково відіб'ється й на якості фільму, а пізніше й на касових зборах» [2, с. 241].

Дієвість «американської сценарної теорії» підтверджує своїми роботами велика плеяда сценаристів-практиків різних років. Серед них В. Ален, С. Бьюфой, Б. Баттон, У. Голдман, Л. Каздан, Ф. Кауфман, Е. Леман, П. Морган, Д. та К. Нолан, Ф. Пірсон, Р. Саймон, Р. Сігел, Е. Рот, П. Шредер тв. ін.

Наразі в США діє Гільдія американських письменників (профспілка письменників та сценаристів Голлівуду), до складу якої входять відомі теле- та кіносценаристи. Більшість членів цієї гільдії є представниками Американської академії мистецтв, що надає вищу кінопремію Америки та світу. Так, за рішенням Гільдії, кращими сценаріями у 2009 році визнані «Володар буревію» М. Боала (у категорії «Кращий оригінальний сценарій») та «Мені б у небо» Д. Рейтмана та Ш. Тернера (у категорії «Кращий адаптований сценарій»), залишивши позаду роботи «500 днів літа» С. Неустадтера та М. Уеббера, «Свято хлопців у Вегасі» Д. Лукаса та С. Мура, «Серйозний чоловік» Д. та Е. Коенів, «Скажене серце» С. Купера, «Джулі та Джулія» Н. Епрон, «Дорогоцінна» Д. Флетчера, «Зоряний шлях» Р. Орці та А. Карцмена. Проте найкасовішим фільмом в історії існування премії «Оскар» стала стрічка Д. Кемерона «Аватар».

Цією роботою ми не зазначаємо, що вивчення теоретичних доробків американської сценарної школи є єдиним вірним шляхом в оволодінні комерційних аспектів професії «сценарист», проте деякі вищезазначені положення можуть бути корисними не тільки у викладанні спецкурсу «Кінодраматургія», але й при подальших мистецтвознавчих дослідженнях з окресленої тематики.

ЛІТЕРАТУРА

1. Как хорошо продать хороший сценарий : обзор амер. учеб. сценар. мастерства. – Кн. 1 / сост. А. Червинский. — М., 1993. — 120 с. (Прилож. к журн. «Киносценарии»).
2. Мастерство продюсера кино и телевидения : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Продюсерство кино и телевидения» и другим кинематографическим специальностям / под ред. П. К. Огурчикова, В. В. Падейского, В. И. Сидоренко. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 863 с. — (Серия «Медиаобразование»).
3. Сегер Л. Як гарний сценарій зробити великим [Електронний ресурс] / Л. Сегер. — Режим доступу : <http://screenwriter.ru>
4. Уолтер Р. Кино и теледраматургия как искусство, ремесло и бизнес : реферат / Р. Уолтер. — М. : ИПК ТВ и радио, 1995. — 115 с.
5. Essanay [Электронный ресурс] / Studio and Laboratories. — Chicago : <http://pics.livejournal.com>

М. О. Мироненко,
м. Київ

КОРИФЕЇ УКРАЇНСЬКОГО ТЕАТРУ: НАРОДНА БАБА

Серед корифеїв українського театру вирізнялася самобутня і яскрава постать Ганни Іванівни Борисоглебської. Великі таланти, її вчителі і колеги, вийшовши на сцену, створили український театр, поклали початок і втілили в життя національні сценічні традиції.

Не просто було завойовувати місце там, де беззастережну владу мали Заньковецька, Садовський, Кропивницький. Чудова плеяда цих майстрів давала гарну школу своїм послідовникам, але одночасно, може, своєю недосяжністю не випускала молодих акторів зі стадії учнівства, не давала стати самостійними майстрами. Навіть талановиті актори мимовільно йшли за своїми вчителями, копіюючи гарні зразки, але все-таки копіюючи. Усі драматичні актори грали «під Садовського», коміки – «під Саксаганського», для драматичних актрис зразком була Марія Заньковецька. У ролях стареньких і молодих жінок неперевершеною була Ганна Затиркевич-Карпінська. Як багато потрібно було таланту і сил, щоб протистояти такому потужному впливу, і як мало було таких, хто свій талант і силу розвинув і вийшов на власну дорогу, став самобутнім. Безперечно, Ганна Борисоглебська серед них.

Народилася Ганна Іванівна Борисоглебська (справжнє прізвище Сидоренко-Свідерська) в 1868 році. Вона рано встала на самостійну трудову дорогу. У 1886 році Ганна Іванівна склала іспит на звання народної вчительки при Харківському університеті і поїхала вчителювати в село Новоселівці на Харківщині. Там Борисоглебська, окрім своєї основної роботи, брала участь у театральному гуртку місцевої інтелігенції. Гурток цей показував любительські вистави на селі. І всупереч звичайній долі таких любительських спроб, ці спектаклі стають постійними. Про цей гурток і про участь у ньому Борисоглебської стало відомо Марку Лукичу Кропивницькому, і 1889 року він приймає актрису у свою трупу. Того часу в житті «батька нового українського театру» почався новий етап. За рік до цього Кропивницький відійшов від своїх товаришів і почав організовувати в Єлизаветграді нову трупу з молоді. Нелегкими були перші часи існування цього колективу, у нього ввійшли переважно люди, які не мали серйозного театального досвіду, в основному це були аматори. Кропивницькому доводилося багато працювати з акторами. Але наслідки зусиль були відчутні. Уже через зовсім короткий час глядачі почали вирізняти нових акторів Кропивницького — Ліницьку, Борисоглебську, Зарницьку.

Ганна Борисоглебська не спокусилася лаврами героїні, до яких завжди прагнули молоді актриси. Уперше вона дебютувала в трупі Кропивницького в ролі Одарки у виставі «Сватання на Гончарівці». І

цьому характерному амплуа – немолодої жінки, а далі комічної або драматичної старенької – Ганна Іванівна залишилася вірною все своє сценічне життя. Це амплуа звичайної сільської баби більш за інших у старій українській драмі виправдовувало визначення «побутового», найхарактернішого для тих п'єс. Ганна Іванівна добре могла придивитися до життя сільської жінки в той час, коли працювала вчителькою в селі. Знання важкої буденної роботи не дозволяло їй малювати в образах своїх жінок життя в рожевих фарбах. Тому сценічні образи Борисоглебської завжди відрізнялися дивовижною правдоподібністю, життєвістю, простотою й безпосередністю. Природа щедро обдарувала актрису – талантом, ширістю, гумором. Ганна Іванівна не грала, а жила на сцені, і кожен образ ставав своєрідним проявом видатної художньої індивідуальності. Різкі, соковиті деталі, добре підігнані одна до одної, життєві спостереження, об'єднані єдиним творчим задумом, і в результаті – художня цілісність усього образу. Вона була з тих актрис, згадували очевидці, які «самі дають зразки і створюють закони сценічної гри».

Серед безлічі яскравих образів літніх жінок, комічних стареньких, торговок, завзятих господинь і міщан кращими ролями Ганни Борисоглебської в дореволюційному репертуарі стали: Риндичиха, Шкандибиха з «Лимерівни», Секлета із «За двома зайцями», Ганна з «Безталанної», Настя з «Дві сім'ї», мати Лукаша з «Лісової пісні», Тетяна із «Суєти». Багато цікавих ролей зіграла Борисоглебська в російському класичному та західноєвропейському репертуарі. Серед них — Пошльопкіна в «Ревізорі», Сваха в «Одруженні». Цікавими були образи, створені пізніше, у радянському репертуарі – мати в «Платоні Кречеті», Ришова в «Правді», Варвара в «Богдані Хмельницькому» та ін.

Збереглися спогади, датовані 1927 роком: «Давно це було, більше трьох десятків років пройшло з часу того, як одного дня чернігівці дізналися що до Чернігова повинен приїхати зі своєю трупою Кропивницький і на досить довгий час. З нетерпінням чекали чернігівці, а більш за все молодь, цього свята великого. І ось, нарешті, дочекалися. Кропивницький приїхав, і чернігівці валом валили в убогий чернігівський театр. І тоді вперше вони побачили молоду ще артистку Ганну Борисоглебську, побачили і зачарувала вона всіх своєю високохудожньою грою. Ми, сім'я Грінченко, були знайомі з Кропивницьким ще з часів перебування в Харкові і тому, приїхавши до Чернігова, він зайшов в нашу садибу, спочатку сам, а потім почали приходити утрюх він, Борисоглебська і її чоловік, теж артист. Приходили досить часто, переважно перед спектаклем, а від нас всі разом йшли ми в театр. Говорили переважно про справи театральних: про важке українського театру, про репертуар, про виконання тієї або іншої ролі. Розмови були інколи жаркі, артисти люто сперечалися, інколи Кропивницький починав

показувати Ганні Іванівні як грати те або інше місце в п'єсі. Він говорив, що у неї великий талант і через це він так суворо і навіть прискіпливо відноситься до її виконання. Кропивницький говорив їй: «Кому багато дано, з того і вимагають багато, через це я і чіпляюся так до тебе, через це і часу свого так багато віддав тобі і ніколи не відмовлявся допомогти тобі». І він розповідав, як узяв Борисоглебську до себе в трупу, як грали в Харкові. Всі артисти жили в одному готелі і навіть в одному коридорі. Після спектаклю поп'ють, бувало, чаю, сподіваюся, із остогидлою ковбасою і розходяться по своїх кутах. І ось бувало інколи, Марко Лукич вже ляже, а тут хтось стукає в двері і чується несміливий голос: «Ви ще не спите, Марко Лукич?» Він інколи таки і сердиться, бо вже знає, що це Ганна Іванівна роль вчить і щось у неї не виходить, і вона прийшла порадитися. Але встає і починає терпляче читати з нею роль. «Я не міг їй відмовити, бо бачив, що вона дійсно любить сцену і працює щиро і серйозно».

Згодом Ганна Борисоглебська перейшла працювати в трупу Панаса Саксаганського, а незабаром – до театру Миколи Садовського. Останній, скориставшись подіями 1905 – 1907 років, вирішив заснувати в Києві перший стаціонарний Український театр. Він прагнув розвивати далі прогресивні, демократичні традиції реалістичного мистецтва. Усвідомлюючи всю складність ситуації, у якій йому доводилось організувати театр, Садовський з великою відповідальністю поставився до набору артистів.

«Набрати трупу — невеликий захід, але актори, яких було по всій Україні досить, не відповідали, на мою думку, моїм намірам, бо були «ломаками» і з ними робота була б важкою і непродуктивною, — писав Садовський. — Тому я вирішив набрати трупу з молодого і найбільш інтелігентного „матеріалу”».

З акторів старшого покоління були запрошені лише кілька, відомих своєю відданістю справі українського театру. Це були Заньковецька, Борисоглебська, Полянська, Загорський, Марьяненко. Трупа українських артистів під керівництвом Миколи Садовського (так називав себе цей театр) почала творче життя в Полтаві 15 вересня 1906 року спектаклем «Мартин Боруля». Потім були показані спектаклі «Суєта», «Безталанна», «Хазяїн», «Наймичка», «Наталка Полтавка». Спочатку Садовський гастролював із трупою різними містами, і лише весною 1907 року виступив у Києві. Гастролі пройшли успішно, театр витримав іспит. Садовський підписав контракт і орендував приміщення Троїцького народного дому для постійної роботи в Києві.

«У артистці Борисоглебській український народний театр має останнього могикана на її амплу. Другої такої артистки на українській сцені зараз немає і не передбачається і в майбутньому. Це артистка цілиного ґрунту народної з глибоким розумінням психології і побуту українського народу», — писав Садовський.

З його трупі Ганна Борисоглебська згодом переходить до Державного національного театру, який тоді взяв виразний курс на «європейський репертуар». Потім доля склалася так, що актриса опинилася на Галичині, там грала під керівництвом Орла-Степняка в театрі товариства «Руська Бесіда». У 1925 році Ганна Іванівна отримала запрошення до Театру ім. І. Франка, з радістю погоджується переїхати до Києва і працювати на прославленій сцені...

Є в музеї франківців унікальна річ – буклет, виданий на честь сорокарічної роботи Ганни Борисоглебської. У ньому – кілька статей про життєвий і творчий шлях артистки. Рецензії, згадки про кращі ролі. В одній з них написано: «Належала вона до тієї чудової генерації українських акторів, які уміли своєю інтуїцією швидко і бездоганно схоплювати сценічний образ і знаходити для нього найвиразніші риси». У тому ж буклеті — програма ювілейного спектаклю «Суєта» Карпенко-Карого. Одна з улюблених ролей Ганни Іванівни — Тетяна, дружина Макара Барильченка. У тому спектаклі з нею на сцені були Микола Садовський, Гнат Юра, Терентій Юра...

Ідуть роки, покоління приходять на зміну одне одному, проходить життя, і все в ньому є — і важливе, і метушня. Найголовніше, щоб у цій життєвій метушні не втратити честь, пам'ятати своє коріння, події історії, долі людей, які своїм життям створювали цю історію.

**Б. А. Москалюк,
г. Луганск**

ВИЗУАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ И ТЕЛЕВИДЕНИЕ: ЧТО МЫ ВИДИМ

«Что показывать?» – это постоянный рабочий вопрос на телевидении. Но поскольку ТВ является аудиовизуальным искусством, преимущественно – экранным, то вторым проблемным вопросом является следующий: «Как показывать?» В изобразительном языке тележурналистики существует многообразие форм гносеологических образов – конкретных (в изображении объекта) и абстрактных (понятийных – посредством слова). Главное, говоря словами телевизионщиков, картинка (то есть изображение). Звучит, конечно, ненаучно, зато определено. «Картинке верят больше, – отмечают российские журналисты Леонид Парфенов и Елена Чекалова, – картинкой мы заставляем смотреть, картинкой мы боремся за стопроцентное

внимание. Не за 50-процентное слушание, а за сто процентов зрителя, откликающегося на «выстрел» передачи» [2, с. 188].

Против такого откровения трудно что-либо возразить. Среди масс-медийных и имиджевых технологий, получивших бурное развитие в последние десятилетия минувшего столетия, особое место занимает телевидение. Из всех информационных технологий оно, пожалуй, наиболее полно и ярко передает атмосферу постмодернизма. В данном случае мы сталкиваемся с одним из наиболее ярких феноменов, иллюстрирующих переплетение технологических, культурных и мировоззренческих новаций, которые так характерны для первого десятилетия XXI века.

А какими вопросами задается зритель, глядя на телеэкран? Вероятно, вопросами: «Что нам покажут?» и «Что мы видим?» И если ответ на первый заключен в проблематике телепередач и «репертуарной политике» ТВ-канала, то на второй вопрос (казалось бы, простой) дать ответ сложнее. Прежде всего, мы видим технический способ доставки на дом фильма, концерта, футбольного матча, размышлений публициста либо политика и т. д. Так называемый «показ».

«А как же гармония слова и картинки?» – может спросить телезритель. Поистине даже новаторством жанров или новыми техническими возможностями ее не всегда можно обеспечить, не говоря уже о присутствии элементов субъективного подхода к отражению действительной реальности, хотя и будет обеспечен «показ».

«Объединение разнообразных изобразительных средств в различных соотношениях в рамках телепрограммы и в целом экрана, – полагает украинский исследователь телевидения Ю. Г. Шаповал, – позволяет с максимальной приближенностью к натуре запечатлеть всевозможные (необходимые) проявления общественной жизни» [3, с. 62]. Однако этот процесс не завершается созданием снимка (кадра), текста, фильма или телепередачи, а предполагает определенные ассоциативные связи в сознании зрителя (читателя).

Сегодня социальные и культурные явления мы воспринимаем сквозь призму визуальных образов и репрезентаций, как-то: фотографий, фильмов, телепередач, рекламы и пр. Например, современное телевидение дает в руки журналиста уже цифровую технику, способную синхронизировать происходящие и отраженное во времени, максимально приближаясь к визуальной реальности (в формате 3D). Это же качество требует и осмысленного видения объекта и явления, и умения выделить существенные связи с помощью создания образной канвы произведения (фотографии, эпизода или телепередачи в целом).

Примерно так создается, на наш взгляд, необходимое единство документального материала и творчества журналиста, умеющего передать

зрителю своєобразие видения мира. Здесь-то и возникает новая проблема «цифровой образ – человек – машина».

Уже полным ходом идет техногенная визуализация мира, в процессах которой принимают участие различные субъекты фотографического опыта. В информационном же обществе, чтобы событие стало информацией, его нужно перевести в звук и картинку, в конечном счете в цифровой код, чем и занимаются сегодня журналисты электронных СМИ. Они переводят событие в цифру. В звук и в картинку. Это становится информацией, информационным событием, подменяющим реальное событие, становится его симуляцией.

Очевидно, в связи с этим в последние время научный мир стал пристальнее анализировать современные визуальные формы культуры и приемы визуального конструирования реальности. Резкий всплеск исследований визуального наблюдался в начале 90-х гг. Визуальные источники окончательно перестали рассматриваться только как ресурс, превратившись в объект и основной сюжет исследования. Ныне основной интерес исследователей направлен на изучение того, как конструируется реальность с помощью визуальных образов, как создается значение и смысл. Основной тезис заключается в принятии того факта, что визуальность есть первичный измеритель социальной действительности, задающий основные траектории её (ре)конструирования и репрезентации.

Разумеется, заявлять, что человек визуально (зрительно) воспринимает абсолютно всю реальность, наивно. Известно, что человек посредством зрения воспринимает немногим более 90 % информации об окружающем мире. Но это всего лишь часть от поступающей информации через органы чувств и совершенно ничтожная часть по сравнению с общим объемом информации об окружающей реальности! Остальные 10 % информации об окружающем мире поступает к человеку через другие сенсорные каналы – слух, осязание, обоняние, вкус, и это далеко не все. Невольно возникает целый ряд вопросов.

Насколько наши чувства и ощущения передают реальную картину о наблюдаемом мире? Существует ли то, что мы наблюдаем, объективно или является лишь результатом нашего воображения? Вносят ли наши органы чувств искажения в «истинную форму» объекта? Каково взаимоотношение объективной и субъективной реальностей? Существует ли «вещь в себе» или все, что мы воспринимаем об окружающем мире, является лишь плодом нашего воображения и искаженных сигналов, поступающих через наши естественные, сенсорные каналы (зрение, слух, обоняние, осязание)? В конце концов, объективен ли сам окружающий мир в целом или это иллюзия, формирующаяся в нашем мозге?

Не вдаваясь в глубокие философские рассуждения и доказательства (чем ныне занимается медиа-философия), **допустим**, что мир объективен,

реален и существует сам по себе, вне наших желаний и ощущений, вне наших представлений о нем. «Реальность медиа зависит от того, содержат ли медиа в себе силу истины, а истина медиального средства есть та действительность, которую данное средство допускает до бытия, есть его способность модифицировать реальность. Это возможно при условии, если медиа-послание может быть понято и если его содержание (смысл) может быть принято. И то, и другое имеет фундаментальные основания» [1, с. 3]. Один из ответов на возникшие вопросы, как нам представляется, найден. Но все ли согласятся с ним?

ЛИТЕРАТУРА

1. Конев В. А. Медиа-реальность и реальность медиа / В. А. Конев // Вестн. Самар. Гуманит. академии. Серия «Философия. Филология». – 2009. – № 2 (6). – С. 3 – 10.
2. Парфенов Л. Нам возвращают наш портрет: Заметки о телевидении / Л. Г. Парфенов, Е. Л. Чекалова. – М. : Искусство, 1990. – 207 с.
3. Шаповал Ю. Г. Изобразительная журналистика : монография / Юрий Григорьевич Шаповал. – Львов : Высш. шк., 1988. – 174 с.

**М. І. Нікітіна,
м. Луганськ**

МОРАЛЬНО-ЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ВІДОБРАЖЕННЯ НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ У ЦЕНТРАЛЬНИХ ТА РЕГІОНАЛЬНИХ ЗМІ (НА ПРИКЛАДІ ВИСВІТЛЕННЯ ЧОРНОБІЛЬСЬКОЇ ТРАГЕДІЇ)

За активного сприяння засобів масової інформації на середину 80-х років минулого століття людство повірило у свою могутність, з певною легковажністю почало ставитися до сил природи, які начебто змогло пізнати й поставити собі на службу. Технічний прогрес, нові технології, науково-технічна революція – ці словосполучення міцно увійшли до нашого ужитку. Ми наївно вірили, що завжди зможемо контролювати могутні сили, які є основою фізичних процесів у найдальших куточках Всесвіту. Можливо, усе залишилося б так, якби не найбільша ядерна аварія, яка увійшла непроханим гостем у життя десятків мільйонів людей.

Чорнобильська катастрофа стала не лише головною подією 1986 року в Радянському Союзі й у світі, але й однією з найнебезпечніших катастроф ХХ століття. Ця катастрофа мала великі наслідки в усіх регіонах світу, вплинувши на економіку й науково-технічну політику всіх

розвинених країн і змінивши уявлення людей про небезпеку й загрозу атомного зараження. Після Чорнобиля в літературі перестало вживатися поняття «мирний атом». Як проекти, так і плани будівництва атомних електростанцій були повсюдно переглянуті, а в деяких країнах було вирішено відмовитися надалі від атомних станцій для отримання тепла й електроенергії. Уроки й наслідки Чорнобиля продовжують вивчатися й обговорюватися донині.

Найоперативніший засіб масової інформації не виконав основної функції, а розпочавши її виконувати, робив це в особливий спосіб. На превеликий жаль, до цього часу ми не маємо загальної картини функціонування ТБ в ці критичні дні, тим більше відсутній науковий аналіз діяльності цього провідного на той час засобу інформації.

Підхід до висвітлення фактів й обставин кожним джерелом ЗМІ був різним. Але єдиною ланкою, що об'єднувала, були або недомовленість, або незнання всієї достеменності проблеми, пов'язаної з трагедією.

Офіційна версія про аварію на ЧАЕС свідчила: персонал станції під час експериментів, що проводилися, припустився помилки, унаслідок чого реактор вибухнув. Показовий суд над директором станції це підтвердив, питання закрили. Адже безпосередньою причиною кількох вибухів і руйнувань у ті дні – 26 і 27 квітня – був так званий «експеримент з підвищення потужності атомного реактора», який організував, підготував і проводив на ЧАЕС інститут МАГАТЕ [2].

Деякі таємниці й подробиці Чорнобильської трагедії нерозголошені й до цих пір. Причому мовчать не лише жертви, але й свідки вибуху. Мовчать тому, що дали підписку про нерозголошення державної таємниці. Надзвичайна секретність заважала ліквідаторам аварії підбирати й застосовувати повний набір засобів для швидшої і безпечнішої роботи на станції. Заважає вона й сьогодні.

Невчасність, неповнота й суперечність офіційної інформації щодо катастрофи породили безліч незалежних інтерпретацій. Іноді жертвами трагедії вважають не тільки громадян, померлих відразу після аварії, але й жителів прилеглих областей, які вийшли на першотравневу демонстрацію, не знаючи про аварію. За такого підрахунку, чорнобильська катастрофа значно перевершує атомне бомбардування Хіросіми за числом потерпілих.

Починаючи з перших днів після трагедії, інформація про чорнобильські події практично була відсутня, спостерігалася розгубленість серед керівників і фахівців, що дає підставу говорити про пряму дезінформацію людей.

Не секрет, що вся основна інформація особливої важливості надходила до засобів масової інформації в особливий спосіб: до газет, на телебачення, на радіо по каналах спеціалізованого державного

інформаційного агентства. І до тих пір, поки через ТАРС не надходили відомості будь-якого характеру, ЗМІ не мали права сповіщати населення.

29 квітня 1986 р. на засіданні Політбюро ЦК КПРС вперше вирішувалося питання про інформування світової громадськості про чорнобильські події. Було прийнято рішення подати три версії: для внутрішнього користування – одна інформація; для країн соціалістичного табору – друга; для решти – третя. Про це свідчать публікації секретних протоколів засідань оперативної групи політбюро ЦК КПРС по Чорнобиллю з 1986 р.

«Таємно. Протокол № I. 29 квітня 1986 р. (...) 10. Затвердити текст Урядового повідомлення для публікації у пресі. Затвердити текст інформації керівникам низки капіталістичних країн про аварію на Чорнобильській АЕС і вжитих заходах з усунення її наслідків. Затвердити текст керівникам низки соціалістичних країн про стан справ з ліквідації наслідків аварії на Чорнобильській АЕС».

Журналістам на засідання Політбюро вхід було заборонено. Лише один раз, 26 травня (протокол № 18), були запрошені головні редактори центральних газет. Тут їм оголосили наказ: «Головну увагу приділити ужитим заходам ЦК КПРС і Урядом із забезпечення нормальних трудових і соціально-побутових умов життя евакуйованого населення, ліквідації наслідків аварії, широко відображати активну участь трудящих у реалізації цих заходів» [1].

На кожному наступному засіданні розглядалося питання щодо будь-якого повідомлення – для друку, телебачення, прес-конференції. Усі тексти затверджувалися, вказувалася конкретна дата публікацій.

«Таємно. Протокол № 9. 8 травня 1986г. (...) 4. Про виступ на телебаченні тт. Воробйова О. І. й Гогіна Е. Е. Враховуючи поліпшення обстановки на Чорнобильській АЕС, вважати доцільним утриматися від вказаного виступу. (...) 6. Про повідомлення ТАРС з питання введення у низці європейських країн обмежень на імпорт товарів з СРСР. Ухвалити текст зазначеного звернення. Опублікувати його у пресі 9 травня 1989 р. (...) 9. Про чергове урядове повідомлення. Схвалити текст повідомлення. Опублікувати його у пресі після особливого розпорядження».

«Таємно. Протокол № 5. 4 травня 18986г. (...) Ухвалити текст звернення ТАРС. Публікацію чергового повідомлення від Ради Міністрів СРСР перенести на 5 травня ц. р.» [2, с. 245].

Цікаво, що й самі тексти, і прізвища їхніх авторів у протоколах відсутні. І це, вірогідно, не випадково.

Спроби приховати правду, а не підняти завісу таємниці домінували практично в усіх публікаціях інформаційних каналів. Довіру громадян до радянських ЗМІ підривала не лише неінформативність, але й жахлива суперечність публікацій.

«Правда України» 8 травня 1986 р. Від Ради Міністрів СРСР: «На території за межами зони, безпосередньо прилеглої до станції, рівень радіації дещо підвищений порівняно з природним фоном, проте він є безпечним для здоров'я людей». Повідомлення преси суперечать одне одному, масштаби аварії і ситуацію в зоні подають по-різному, навіть одна й та сама газета. Одне незмінне – героїчні вчинки ліквідаторів, щире співчуття простих радянських громадян, підлі західні ЗМІ й радіаційний фон, що неухильно знижується, плюс майже повна відсутність жертв.

Суспільству необхідно знати правду про Чорнобильську трагедію, але багато представників влади вважають, що все-таки є речі, які через державну й виробничу таємницю не повинні бути предметом публічності. На думку політиків, певна інформація не завжди повинна бути надбанням громадськості й предметом обговорення, оскільки потім це переходить до площини політичної спекуляції.

Сьогодні, на жаль, багато проблем, пов'язаних з Чорнобильською катастрофою, не вирішено. Хворі люди, загублені території викликають більше розмов та загальних міркувань, ніж конкретних реальних заходів щодо стабілізації ситуації. Навіть у науці немає чіткого й однозначного ставлення щодо наслідків Чорнобиля й того, як ми повинні долати ці наслідки. Останні анкетування, проведені вченими, свідчать про те, що більш-менш тверезо і прагматично сприймають Чорнобиль лише дуже освічені й заможні люди. А люди з низьким рівнем освіти й доходів на 80 % залишаються в полоні уявлення про Чорнобиль як про всесвітній апокаліпсис. Проблема правди про Чорнобиль дійсно існує. Вона не в тих протоколах і документах, з яких знімається або ще залишається гриф «таємно». Проблема в тому, що в більшості людей, не лише в постраждалих країнах – Україні, Білорусі, Росії, але й в усьому світі, – гіпертрофоване уявлення про наслідки аварії на ЧАЕС.

Серед співробітників ЗМІ висувалася пропозиція щодо створення координуючого центру з катастроф, який видаватиме ЗМІ інформацію. Такий центр, звичайно, потрібний. Центр, який не блокуватиме інформацію й не перешкоджатиме телебаченню, газетам, радіо вести прямі ефіри, а, навпаки, забезпечуватиме журналістів конкретним матеріалом.

Також серед телевізійної еліти розглядається варіант взаємодії влади із засобами масової інформації при таких масштабних катастрофах, як аварія на Чорнобильській АЕС, а саме – здійснення завдань, до яких входив би не лише збір всієї інформації, не лише підготовка єдиної уніфікованої інформації для використання її будь-якими відкритими джерелами, не лише приймання іноземних і радянських кореспондентів і надання їм допомоги в збиранні матеріалів, але, перш за все, ефективне інформування громадськості. Під цим розуміємо активний вплив на формування громадської думки з усіх аспектів.

У такій справі немає другорядних моментів. Під час висвітлення робіт маємо враховувати всі аспекти проблеми, починаючи від екологічних, демографічних і завершуючи статистичними аспектами для подальшого аналізу наслідків аварії.

Окремо зазначимо про публікації в луганських виданнях, а саме про статті, присвячені катастрофі на Чорнобильській АЕС. Аналізуючи періодичність публікацій з 1986 року до наших днів з цієї теми, відзначаємо тенденції перероблення статей інших авторів, тобто плагіат. У наші роки ця тенденція, на жаль, теж існує. Можливо, журналісти навчилися брати назву статті за ідею, видозмінювати зміст, при цьому думка статті не змінюється, а посилання на авторів у таких статтях відсутнє. Ця проблема існує, можливо, через некомпетентність журналістів і недостатній контроль з боку керівництва видавництв.

Що ж до телевізійної продукції, то тут обставини склалися по-іншому. В'їзд і зйомка на територію Чорнобильської АЕС співробітниками ЗМІ довго були недоступними, але незабаром заборону на в'їзд була знято. Більшість сюжетів знімалася центральним ТБ СРСР, тому в співробітників Луганського ТБ не було завдання відправлятися на ЧАЕС за збором відеоматеріалу.

Важливо підкреслити той факт, що основною темою чорнобильських матеріалів у ЗМІ Луганщини стали героїзм учасників протиаварійних робіт, вплив на здоров'я нації наслідків аварії на станції, також приводилися різні версії аварії, у зв'язку з чим розпочата пропагандистська кампанія щодо розвінчання міфів.

У результаті ЗМІ Луганщини виявилися неспроможними до об'єктивного висвітлення подій щодо аварії на ЧАЕС, тому що основним інформаційним підґрунтям були бездоказові заяви постраждалих та фальсифіковані дані.

Таким чином, у нашому дослідженні з'ясовано, що на час Чорнобильської трагедії діяльність ЗМІ жорстко регламентовано владою, яка підпорядковувала засоби масової інформації власній розробленій програмі, що значно віддалило можливість отримання правдивої картини глобальної катастрофи на довгі роки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Чернобыль. Книга подвига. Подвиг луганчан-чернобыльцев. Часть первая. – Луганск : ОАО «Луганская областная типография», 2008. – 246 с.
2. Антонов В. Краснодарские пожарные Чернобыля / В. Антонов // Краснодар. вести. – 2008. – 21 – 27 апр. (№ 17). – С. 4.
3. Ярошинская А. Л. Чернобыль. Совершенно секретно / А. Л. Ярошинская. – М. : Другие берега, 1992. – 576 с.

**К. В. Плещенко,
г. Луганск**

НОВОСТНАЯ СТРУКТУРА ТЕЛЕВИДЕНИЯ И БЛОГОСФЕРЫ

Динамика современной картины мира напрямую связана с деятельностью средств массовой коммуникации. Однако за последние десятилетия статус традиционной журналистики, в том числе и телевизионной, претерпел значительные изменения. В первую очередь благодаря Интернету и его наиболее активному позиционированию – Всемирной Паутине. Свойства гипертекста позволяют сегодня каждому пользователю выступить в роли редактора-журналиста-комментатора, создать индивидуальное информационное пространство, недвусмысленно противоречащее уже давно существующим «профессиональным» СМИ.

Настоящая работа посвящена краткому обзору новостных моделей электронных дневников и телевидения. Несмотря на определенную активность обсуждения (в частности, этому посвящены ресурсы «Українська блогосфера», «Блогобіг», «Vlogoreader», «Філософія блога»), особенности электронных дневников Украины только начинают привлекать внимание исследователей и выходить за рамки чисто пользовательского осмысления. Знаковым событием в этом плане является монография И. М. Артамоновой «Тенденції становлення та перспективи розвитку Інтернет-журналістики в Україні» (2009 г.), впервые поместившая украинские блоги в контекст модификаций телевидения, радио, прессы. Подобный подход, практикуемый и рядом западных исследователей, справедливо раскрывает блоги как самобытное средство культурной интеракции, взаимодействующее с вербальным и визуальным каналами коммуникативного воздействия.

Украина впервые столкнулась с феноменом блогосферы в 2001 году – когда возник дневник Станислава Шатенко «Журнал Україноцентрично Мислячої Людини» (Канада), позже сменивший свое название на «Живу в Глобальному Світі». С 2003 года началась интеграция украинских блогов в тематическую сферу IT-технологий (благодаря ресурсу Андрея Пелещишина), а 2005 год ознаменовался первым отечественным блог-сообществом на базе «Живого Журнала» – страницей «Кіноблог – про кіно українською». Особое влияние на развитие украинской блогосферы оказали такие проекты, как: портал гражданской журналистики «Інтернет-

видання ХайВей» (2005 г.), социальная сеть «www.atlaskit.com» (2006 г.), автоматизированные сервисы «Hiblogger.net» и «Блогосвіт» (оба активны с 2007 года), ресурс микроблоггинга «Твіт» (2009 г.). Независимо от тематики и технической основы блога, ключевым понятием для него всегда остается обновление страницы (регулярное, до нескольких раз в день). Дневник правильно называть и «лентой новостей, обязательными атрибутами которой являются ссылки и возможность комментария» [1, с. 311]. Таким образом, любой материал, поступающий в блог (независимо от потенциальной аудитории и жанровых предрасположенностей), – это конкретное информационное событие.

Конечно, массовое телевидение на Украине существует гораздо дольше (его широкое распространение берет свое начало в 50-е годы прошлого столетия), и у него сложились четкие жанровые формы, стилистика изложения, имидж ведущих. Но подача информации здесь, как правило, пытается утвердить свою абсолютную подлинность, претендующую на максимально объективную репрезентацию окружающей действительности. Значима роль телевидения и в производстве массовой культуры (не в последнюю очередь благодаря коммерческой рекламе). Поэтому, в силу своего богатого опыта, телевидение не может не влиять на становление блогосферы. Однако это не делает тождественными их способы информационной организации.

В классическом понимании новость задает развитие первичным символическим процессам, формирующим коммуникативное пространство общества – сферу реализации политического, экономического и культурного дискурса. «Новость — это конфликт, уникальность, важность, человеческий интерес, близость (физическая и географическая). Новости условно можно разделить на четыре разных вида:

- то, что аудитория вашего СМИ должна знать;
- то, что ей необходимо знать;
- то, что люди хотят знать;
- то, что интересно знать («необязательные» новости)» [4, с. 75].

Попробуем рассмотреть структуру новости на коммуникативном и метакоммуникативном уровнях в зависимости от средства передачи.

Телевизионный сюжет всегда отличается последовательной реализацией и устойчивым набором элементов. С формальной точки зрения, теленовость использует: синхрон, стендап, закадровый текст (стержневая часть любой теленовости), видеоряд (восходит к мастерству

монтажа). Новостная структура содержания преследует цели кодировки данных, правильное их преподнесение аудитории. Любая новость на экране хорошо согласуется с общей нарративной схемой медиа-текста, в свое время предложенной Т. А. ван Дейком [6, с. 53]: Краткое Содержание, Обстановка, Направленность, Осложнение, Развязка, Оценка, Код. В таких условиях личность адресанта (режиссера, телеоператора, комментатора, обозревателя), структура отдельного события и новостной каркас всей программы работает на конечное **моделирование объективности**. Не случайно практика вечерних новостей так жестко зависит от формата – набора постоянных признаков телевизионной передачи [3].

Блогосфера не ставит своей целью преодоление противоречий действительности. Ее сфера интересов построена на диалоге, сиюминутной реакции адресанта. Как отметил популярный западный исследователь медиа-технологий Дэн Гилмор: «В последние 150 лет у нас было два отдельных средства коммуникации: по отношению типа „один к множеству” (книги, газеты, радио, и ТВ) и „один к одному” (письма, телеграф и телефон). Интернет впервые принес коммуникации „от многих к многим” и „от нескольких к нескольким”» [8, с. 26]. И понять разницу между ними становится все труднее. Сеть изначально противоречит формату. Более того, она добивается продолжающейся «альтернативности» коммуникации. В рамках обновления формальные признаки зависят от произвольного чередования медиа-элементов – текста, аудио, видео, графики (нередко блоги совмещают одновременно несколько типов). Нарративная структура окончательно не закреплена. Более того, блог – это всегда продолжающийся сюжет, способный оборваться на любом этапе развития. Нарушение социальной иерархии и большое количество сообщений превращают структуру новости в продукт массовой культуры, наделяя автора и правом анонимности, и декларируемым правом на ошибку (последнее слово не всегда бывает за ним, поскольку блогосфера вовлечена в непрерывное обсуждение). Пост и реакция на него синтезируются в общий текст, где комментарий способен легко изменить тон и направление дискуссии. Новостная структура блогосферы легко отталкивается и от когнитивных крайностей аргументации (персонализация, поспешное обобщение, произвольное умозаключение, преувеличение и т. д.). Вспоминая концепцию Курта Левина, можно сказать, что блоги предлагают **интерсубъективную** реализацию модели

«Привратника» (создание пользователями дискретных, но равноправных картин мира).

На метакоммуникативном уровне структура новости зависит от медиа-образа самого средства сообщения. Под таким углом зрения блогосфера и ТВ обнаруживают яркое столкновение принципов, вполне соответствующее природе Всемирной Паутины.

Телевидение преследует цели «консервации» действительности, сохранения этического и нравственного порядка информирования. По этой причине телевизионная новость сопровождается достаточно строгим перформансом: регулярностью, официальностью, монологичностью, парадоксом селективности данных. Названные качества не теряют свой вес даже в случае неточности или откровенной ошибки. Именно требование отстраненности, при кризисе легитимности власти, порождает частое недоверие к нормам медиа. Традиционные средства коммуникации стали, скорее, не слугами своей аудитории, а заняли позицию «лицом к лицу». Как следствие – народные массы все больше отстраняются от традиционных СМИ [7, с. XV]. В сложившейся ситуации многие пользователи захотели (при помощи Интернета) переосмыслить новостные структуры.

Перформанс блога, его «структурное освобождение» преследует цели ситуативности, непосредственности. Антон Попов в своей книге «Блоги. Новая сфера влияния» выразил это воздействие цепочкой «внимание – доверие – репутация – влияние» [5, с. 4]. В свою очередь, произвольное структурирование линейки новостей вполне соответствует виртуальной аксиоматике «Web 2.0», поднимающейся до уровня едва ли не мифологем [2]:

- превалирование коллективного разума в сети;
- индивидуальная организация социального пространства;
- ориентация на соревновательный элемент в поощрении информационной деятельности (рейтинги, комментарии, обмен ссылками, добавление в группу друзей и проч.).

Электронные дневники легко сводят вопросы коммуникации, манипуляции, креативности к театральности, попеременной роли адресата и адресанта. То есть на первый план они ставят ролевую идентичность, повышенную семиотичность коммуникации (порою соседствующую с откровенной грубостью) и требование доверительности. Тем самым как бы

утверждается, что только доверие к блоггеру способно координировать общую достоверность блогосферы.

В конечном счете, достаточно сложно говорить о приоритетности новостной структуры представленных СМК. Однако факт их перспективного развития вполне очевиден, о чем свидетельствуют современные процессы интеграции и конвергенции. Блогосфера постепенно учится ценить норму информирования: уже не первый год идет речь о необходимости принять этический кодекс блоггера, целый ряд профессиональных журналистов ведут личные странички, активно работают высокоорганизованные «открытые СМИ» (Open Source Media). Большинство исследователей сходятся во мнении, что регулярность размещения постов – главное условие успешного блоггинга. В то же время телевидение включается в процессы продолжительного диалога со своей аудиторией, явно стремясь перенять креативность блогосферы. Наверное, поэтому сегодня так популярны «Большая политика» («Интер»), «Свобода Слова» («ICTV»), «Шустер Live» («Украина»), а множество развлекательных передач позволяют зрителям влиять на ход экранных событий путем SMS-голосования («Икс-Фактор», «Україна має талант», «Танцюють всі!» и проч.). Вариативность глобальной сети Интернет, ее специфика работы с информационным поводом, обретает действительно системный характер, одинаково влияющий и на традиционные СМИ, и на мировую блогосферу.

ЛИТЕРАТУРА

1. Артамонова І. М. Тенденції становлення та перспективи розвитку інтернет-журналістики в Україні / І. М. Артамонова. – Донецьк : Лебідь, 2009. – 416 с.
2. Веб 2.0. Википедия (свободная энциклопедия) [Электронный ресурс] // Электронные данные (1 файл). – 2009. – Режим доступа : http://ru.wikipedia.org/wiki/Web_2. – Название с экрана.
3. Кузнецов Г. В. Телевизионная журналистика [Электронный ресурс] / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. – М. : Изд-во МГУ ; Высш. шк., 2002. – Режим доступа : http://www.textfighter.org/text6/33_veduschiy_zhurnalist_peredachi_3.php.
4. Олешко В. Ф. Журналистика как творчество / В. Ф. Олешко. – М. : РИП-холдинг, 2003. – 222 с.

5. Попов А. Блоги. Новая сфера влияния / А. Попов. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 336 с.
6. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – Киев : Ваклер, 2001. – 656 с.
7. Barlow A. The rise of the blogosphere / Aaron Barlow. – Greenwood Publishing Group, Inc., 2007. – 205 p.
8. Gilmore D. We the media / Dan Gilmore // O'Reilly Media, Inc. – 2006. – 304 p.

В. В. Половинко,
г. Луганск

ОБРАЗ В. И. ДАЛЯ-ЖУРНАЛИСТА И ТЕЛЕВИДЕНИЕ УКРАИНЫ

Наш земляк Владимир Иванович Даль (псевдоним – Казак Луганский) принадлежит к числу тех выдающихся подвижников, о которых мы будто бы знаем все и одновременно не знаем ничего. И в самом деле, кому не известен автор гениального «Толкового словаря живого великорусского языка». Существует даже крылатое выражение: «Комната русского культурного человека – это стул, стол и Даль». Понятно, здесь подразумевается упомянутый Словарь.

Но мало кто знает, скажем, о том, что наш земляк подвиг Г. Ф. Квитку-Основьяненко на написание «Малороссийских повестей», вышедших двумя книгами в 1834 и в 1837 гг. и положивших, по единодушному признанию исследователей, начало новой украинской литературе [6, с. 110]. Г. Ф. Квитка даже посвятил Далю повесть «Мертвецкий Великдень».

Владимир Иванович Даль всячески содействовал облегчению участи сосланного в Оренбуржье Т. Г. Шевченко. Не случайно великий Кобзарь подарил Казаку Луганскому автограф своего стихотворения «Рано-вранці новобранці...» [6, с. 114]. А Б. Д. Гринченко уже в начале XX века использовал собранную Далем украиноязычную лексику в своем знаменитом «Словаре украинского языка».

Казалось бы, для украинского читателя имя Казака Луганского не должно быть чужим, однако дело обстоит иначе. В частности, об этом свидетельствует телевизионный проект «Великі українці», который транслировался в сезоне 2007 – 2008 гг. на телеканале «Інтер» в виде нескольких ток-шоу продолжительностью 1,5 – 3 часа каждое в воскресный [прайм-тайм](#). Ведущими были тележурналисты [Савик Шустер](#) и Анна Гомонай. Последний показ (финал проекта) состоялся [16 – 17 мая](#)

2008 г. По его итогам великий народолюбец Даль оказался в первой (!) сотне людей (24-ое место!), которых наши сограждане сочли достойными этого почетного звания.

Думается, итог голосования мог быть и более благоприятным для нашего земляка, если бы телеведущие «Интера» учли, что речь идет об одном из самых креативных журналистов XIX века. Выразимся точнее. В определенном смысле выступления Даля в периодике, так сказать, предваряли современное ток-шоу, правда, намного превосходя их по своей глубине и всеохватности. Приведем здесь только один пример.

Так, в № 3 «Русской беседы» за 1856 г. Даль возбуждает полемику о народной грамотности. И делает это настолько мастерски, что обсуждение высказанных им мыслей продолжается вплоть до февраля 1858 г. Причем откликнулись на это выступление практически все более или менее популярные издания как в столице, так и в провинции. Смысл дальевских тезисов сводился к тому, что первоначально необходимо отменить крепостное право, а затем уже и распространять грамотность среди крестьян, с тем чтобы не допустить «использование разобщенных человеческих масс в чуждых им политических целях» [1, с. 208]. Конечно, столь обширный интерес был вызван не только остротой затрагиваемых проблем, но и их неожиданной трактовкой, искренностью интонации, выверенностью словоупотребления и главное – осознанием тогдашнего общенационального дискурса.

Каждый опубликованный тогда в печати отклик вполне сопоставим, на наш взгляд, с sms-сообщениями, присланными в мае 2008 г. на канал «Интер». Думается, организаторы ток-шоу могли бы учесть и многочисленные отзывы более чем 150-летней давности. Убеждены, в этом случае Казак Луганский определенно вошел бы в десятку победителей.

Кстати, многие авторитетные современники Даля признавали его журналистский талант. Именно поэтому статьи Казака Луганского публиковались в «Северной пчеле», «Литературных прибавлениях к „Русскому инвалиду“», «Библиотеке для чтения», «Санкт-Петербургских ведомостях»... Приходится говорить обо всех крупных печатных изданиях той поры. Даже первый ректор Киевского университета М. А. Максимович, издавая свой «Киевлянин», предлагал Далю сотрудничество [6, с. 110]. Практически уже в конце жизни Даль начал печататься на страницах журнала «Семейные вечера» и газеты «Русский». Особое значение его журналистским публикациям придавало глубочайшее знание украинского и русского фольклора.

В личности Даля символически воплотилось взаимодействие двух культур – русской и украинской. Нет ничего удивительного в том, что наряду с вышеупомянутыми деятелями украинской культуры с Далем

сдружились и многие корифеи русской словесности, такие как А. С. Пушкин, Н. В. Гоголь, И. С. Тургенев, П. И. Мельников-Печерский. Они воспринимали Казака Луганского как носителя высших нравственных ценностей народной ментальности.

Роль телевидения в обществе оценивают по-разному. Известный американский теле- и радиожурналист Эд Мэроу сказал так: «Оно может учить и просвещать, и даже вдохновлять, но только до тех пор, пока люди будут использовать его соответствующим образом. В противном случае – это не более, чем ящик с проводами и лампочками» [5]. О достоинствах и недостатках ТВ проведено множество исследований, но все же стоит остановить внимание на немаловажном моменте способов развития социума – биографических циклах о всемирно известных личностях, которые способны вывести общество на должный уровень национального самосознания.

Что ж, ранее такие биографические циклы о Дале существовали. Мы подразумеваем тут, прежде всего, специальные передачи, выходившие в эфир на Луганском телевидении с 1980 по 2001 г. под названием «Далевські зустрічі» и «Далевські четверги». Первый из названных циклов представлял собой телевизионный клуб творческой интеллигенции [2, с. 48]. Вторым был посвящен собственно личности и творчеству Даля. Именно тогда луганчане узнавали много нового о своем земляке и через осмысление его масштабной личности пытались понять себя и свое время.

К сожалению, эта традиция сейчас прервалась. Имя Даля стало не то чтобы забываться, но до определенной степени оставаться в другой жизни и истории. Поэтому именно сейчас просто необходимо продолжить популяризацию творческого наследия Казака Луганского во всех СМИ, но прежде всего по телевидению. Нужно донести до масс мысль о том, как много может сделать один человек, какой насыщенной может быть жизнь, если не тратить её зря, а просто увлеченно работать, имея перед собой достойную цель.

Английский писатель Артур Чарльз Кларк верно подметил: «Эпитафия нашей расе, написанная бегущими светящимися буквами, будет гласить: „Тем, кого боги хотят уничтожить, они сначала дают телевизор“. Мы становимся расой созерцателей, а не созидателей» [5]. Вот почему так важна в наше время просветительская функция телевидения, которая должна быть реализована не только в виде проходной передачи к той или иной годовщине, но и как постоянная установка на отображение жизни и творчества великих людей, в том числе, Владимира Ивановича Даля.

ЛИТЕРАТУРА

1. Далевский сборник / гл. ред. В. С. Курило. – Луганск : Альма матер, 2001. – 228 с.

2. Дейнегіна Т. О. Нам випала телеепоха... / Т. О. Дейнегіна. – Луганськ : ЛДІКМ, 2004. – 56 с.
3. Записки Литературного музею Володимира Івановича Даля : сб. ст. – Луганск : ООО «Виртуальная реальность», 2009. – 96 с.
4. Соснова Л. Что мы не знаем не о Дали, а о Дале? [Электронный ресурс] / Л. Соснова // Коллеги (педагогический интернет-журнал Казахстана). – 2009. – Режим доступа <http://www.kollegi.kz/publ/21-1-0-227>
5. Телевидение [Электронный ресурс]. – Режим доступа :<http://ru.wikipedia.org/wiki/TV> .
6. Фесенко Ю. Казак Луганский и украинская литература XIX века / Ю. Фесенко // Радуга. – 2007. – № 9. – С. 107 – 121.

**С. Г. Порожна,
м. Київ**

РЕКЛАМА ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ В ГАЛУЗІ КІНО-,ТЕЛЕМИСТЕЦТВА

Сучасна освіта в галузі кіно-, телемистецтва робить надзвичайний внесок у розвиток реклами, роз'яснюючи дію її принципів, спрямовуючи в русло ділової основи. Освіта домагається визнання реклами як одного з самих надійних підприємств, яке дає значну віддачу.

Реклама на телебаченні – це найоптимальніший варіант представлення продукту, що масово споживаються за рахунок широкого обсягу різної аудиторії, можливості комплексно впливати на глядача. Також реклама на телебаченні використовується тими компаніями, які хочуть просунути свій бренд або підвищити імідж. Через те, що реклама на ТБ містить звук, зображення й колір, вона робить значно більший вплив на рекламну аудиторію, ніж інші засоби масової інформації. З кожним разом реклама на ТБ стає різноманітнішою, більш інформаційно насиченою, цікавою й неповторною.

Широкі можливості засобів масової інформації викликають необхідність вивчати механізми їхнього функціонування і розвитку, ефективність впливу на аудиторію.

Чи може реклама бути мистецтвом?

Деякі фахівці вважають, що це можливо. Створити високохудожній рекламний кліп – це як зняти короткометражний фільм з

непередбачуваною, несподіваною кінцівкою. Кліп триває одну хвилину – але це повинен бути завершений продукт, яким є будь-який твір мистецтва.

Організація рекламної справи відрізняється від організації діяльності різних сфер.

Отже, ситуація розвивається приблизно за таким сценарієм: потреба в освіті в напрямку реклами прямо пропорційна до зростання активності рекламної діяльності. Рекламна стратегія значною мірою зосереджується на комунікативному аспекті. Рекламна справа є особливою формою комунікативної технології, оскільки відповідність маркетинговій функції не обмежується лише інформуванням населення. Реклама має переконати людей, довести до логічного кінця, головним завданням якої є прибутковий продаж того, що, люди бажають купувати. Реклама повинна впливати на вибір споживача та його рішення щодо купівлі.

Пов'язати всі основні показники допомагає використання бази циклу товару, оскільки вона поступово змінює ставлення потенційного покупця до якогось товару чи торгової марки, створюючи в нього внутрішню готовність до покупки.

І тому освіта в галузі кіно-, телемистецтва в напрямку реклами закладає фундаментальні основи. Настав час, коли для деяких людей реклама набула статусу науки. Ця наука заснована на непорушних принципах і є досить точною. Усі принципи й слідства піддалися ретельному аналізу й стали зрозумілими. Були обґрунтовані і встановлені точні методи.

Теперішня освіта в галузі реклами – це не теорії і думки, а цілком обґрунтовані принципи й факти. Це професійна освіта в галузі кіно-, телемистецтва, що є надійним керівництвом у подальшій роботі з рекламодавцем. Працюючи в команді, навчаючись один в одного на кожному новому проекті, студенти і молоді митці стають майстрами. Результати дій та ідеї поповнюють скарбничку досвіду, стають керівництвом для наступних поколінь. Вивчаються принципи й постійно підтверджуються випробуваннями. Відсутність фундаментальних принципів – основна проблема в рекламному минулому. У даній освіті розглядаються саме фундаментальні положення, універсальні принципи і тільки випробувані на практиці методи. Такі принципи є в мистецтві, науці, механіці... Є вони і в рекламі.

Раніше рекламист працював за своїми власними законами, усі накопичені знання, усе, що зроблене до нього, було закритою книгою. Це

намагання побудувати сучасний локомотив без попереднього ознайомлення з тим, що зробили попередники. Реклама була азартною грою, розрахованою на удачу. Усі припущення щодо належного курсу нічим не підкріплювалися.

Отже, перераховані деякі з завдань, які вирішує на сьогоднішній день освіта саме в галузі реклами. Неправильно спланована стратегія здатна загубити рекламу. Реклама без підготовки – це безглуздий водоспад: виробляє багато шуму, але має нульову ефективність. Реклама часто здається дуже простою. Багато хто помиляється, вважаючи, що вмiє її робити. Тільки фахівцям відомо, що реклама пов'язана з такою ж кількістю проблем, як будівництво хмарочоса. І велика частина таких проблем пов'язана з фундаментом. А фундамент – це освіта в галузі кіно-, телемистецтва, у даному випадку – напрямок реклама.

**С. В. Поспелов,
м. Луганськ**

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ОСВІТИ ЯК ЗАСІБ АКТИВІЗАЦІЇ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ У ВИЩІЙ ШКОЛІ

Вища освіта в Україні вступає в нову фазу радикальних змін навчального процесу через досягнення як нової якості ринкового формування, так й інтеграції освіти в Україні в європейський освітній простір за принципами Болонської декларації, що передбачає розвиток єдиної й ефективної зони вищої освіти. У зв'язку з цим виникає необхідність трансформації системи освіти, одним з напрямків якої є організація навчального процесу за допомогою інноваційних технологій, котрі здатні підвищити активізацію навчання студентів та забезпечити якісний підхід до системної підготовки майбутніх фахівців культури і мистецтва як особистостей з яскраво вираженою індивідуальністю, здатних не тільки творчо оволодівати знаннями, а й уміло орієнтуватися в потоках інформації, уміло використовувати її у своїй професійній праці. Вибір технології навчання – один з найважливіших і найбільш важких елементів педагогічної діяльності викладача вищого закладу освіти.

До інноваційних технологій освіти відносять інтерактивні технології навчання, технологію проектного навчання та комп'ютерні технології. Технології інтерактивного навчання розглядаються як засоби освоєння знань, формування вмiнь та навичок у процесі в процесі

взаємовідносин та взаємодій педагога й студента як суб'єктів навчальної діяльності. Йдеться насамперед про інформаційні педагогічні технології, комп'ютеризацію освіти, Інтернет, створення віртуальних навчальних систем, дистанційного навчання тощо.

Основою освітнього процесу при дистанційному навчанні є цілеспрямована й контрольована інтенсивна самостійна робота студента, який навчається в зручному для себе місці, за індивідуальним розкладом, маючи при собі комплект спеціальних засобів навчання й узгоджену з викладачами можливість контакту телефоном, електронною та звичайною поштою, а також очно. Дистанційно-активні технології навчання побудовані таким чином, що обов'язкова робота в аудиторіях займає тут лише третину навчального часу, решта покладається на дистанційно активну роботу зі студентами з використанням спеціальних імпринтингових фільмів, телевізійних лекцій, спеціальних посібників, розрахованих на цілеспрямоване вивчення понять й алгоритмічне навчання. Досвід світових освітніх систем засвідчує, що дистанційне навчання більш ніж удвічі дешевше за інші форми навчання. Досить низька собівартість навчання забезпечується більш концентрованим та уніфікованим змістом навчальних матеріалів, орієнтацією технологій дистанційного навчання на більшу кількість студентів, а також за рахунок ефективнішого використання навчальних приміщень та обладнання, наприклад, у вихідні дні.

До активних форм проведення навчальних занять можна віднести також ігрові методи – навчальні ділові ігри, що ґрунтуються на принципі імітаційного моделювання ситуацій реальної професійної діяльності в поєднанні з принципами проблемності. Такі ділові ігри можуть стати генеральною репетицією перед виходом студентів на внутрішню вузівську навчальну практику. Навчальна ділова гра – це спеціально організоване управління, що інтегрує професійну діяльність викладача, котра спрямована на формування й відпрацювання його професійних умінь та навичок. Навчальна ділова гра порівнянно з традиційною формою проведення практичних занять активізує навчальний процес. Перевага ділових ігор полягає в тому, що, узявши на себе ту чи іншу роль, студент вступає у взаємини з іншими гравцями, інтереси яких можуть не збігатися. У результаті створюється конфліктна ситуація, що супроводжується природною емоційною напруженістю, яка, у свою чергу, створює підвищений інтерес до ходу гри.

Підвищення ефективності діяльності викладача з активізації роботи студентів можливо тоді, коли знання закономірно пов'язані між собою і є частиною певної системи, а також при розподілі студентів на групи відповідно до їхньої підготовки та інтересів. Прикладом може стати проведення бінарної ділової гри з дисциплін «Режисура на телебаченні» або «Комп'ютерні технології на телебаченні» і «Комп'ютерний монтаж».

Для проведення такої ділової гри слід залучити студентів, які навчаються за спеціальністю «Кіно-, телемистецтво». Паралельне вивчення дисциплін розвиває в студентів різне бачення одного й того самого художнього явища або процесу. Метою проведення такого бінарного заняття є активізація діяльності студентів, розвиток засобів управління колективною діяльністю, формування в межах підгруп відносин підтримки й взаємодопомоги. Активізувати процес творчого мислення допомагає конструктивний діалог під час вирішення спільних питань. Викладачеві в даному випадку відводиться роль спостерігача, який здатний у будь-яку хвилину підтримати студентів і допомогти тим, хто виконує обсяг робіт чи приймає рішення.

Особливе місце в навчальному процесі займає обладнання аудиторії, де проводиться бінарне заняття. Можна рекомендувати умовно поділити її на дві частини: територію знімального майданчика й територію студії монтажу. Бінарна навчальна гра сприяє виявленню таких якостей особистості, як дисциплінованість, відповідальність, почуття обов'язку, уміння взаємодіяти з колективом, забезпечує більш емоційне входження студентів, які навчаються, в освітній процес.

Однією із сучасних форм активізації навчання є кейс-метод, який застосовується при проведенні лекційних та практичних занять, а також при організації самостійної роботи студентів, і забезпечує ретельне вивчення ними теоретичного матеріалу й виконання практичних завдань. У сучасній науковій педагогічній літературі кейс-метод розглядається як метод інтенсивного навчання, що мобілізує й активізує діяльність як викладача, так і студентів. Він створює необхідні умови для духовної і творчої свободи студента, а за своїм демократизмом відповідає природі сучасного суспільства та формуванню його цінностей. Кейс-метод розглядається як спеціальна методика, що включає самостійну роботу, «мозковий штурм» у рамках малої групи й публічний захист рішення вибору щодо способу комп'ютерного монтажу, який пропонується студентом. Кейс-метод або метод ситуаційних вправ дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності спеціалістів. Він сприяє розвитку винахідливості, умінню вирішувати проблеми, розвиває здібності аналізувати та діагностувати їх. Ситуаційні вправи виконують низку важливих функцій. Вони допомагають студентам:

- глибше зрозуміти тему, розвинути уявлення;
- закріпити теоретичні знання, виявити зв'язки та закономірності;
- розвинути аналітичне та стратегічне мислення, уміти вирішувати проблеми та приймати рішення;
- розвинути комунікаційні навички;
- отримати додаткову інформацію, поглибити знання;

- самостійно й активно діяти;
- пов'язати теоретичні знання з життєвими реаліями;
- перетворити абстрактні знання на практичні навички тощо.

Кейс-метод має більші можливості для виховання загальнолюдських, соціальних, педагогічних і професійно значущих якостей суб'єкта навчання, формує його здатність адаптуватися до екстремальних ситуацій і приймати, перебуваючи в них, оптимальні рішення з проблем, що виникають, не розгубитися в незнайомій ситуації, бути конкурентоспроможним на ринку праці. Використання кейс-методу необхідне для того, щоб студент міг легко застосовувати отримані у ВНЗ знання на практиці. Однією з особливостей кейс-методу є можливість його використання одночасно з іншими методами навчання, у тому числі традиційними. Якщо традиційне навчання сприяє формуванню нормативних знань у студентів, то ситуаційний підхід вчить пошуку рішень і сприяє використанню знань в умовах динамічної ситуації. Разом з тим ці два види навчання мають перебувати в адекватному співвідношенні, що забезпечує високу ефективність освітньої діяльності. Саме тому використання кейс-методу може розглядатися як один з визначних напрямів активізації навчального процесу у вищій школі в сучасних умовах трансформації національної системи освіти.

Таким чином, інтерактивні технології навчання дозволяють забезпечити не тільки якісне викладання навчального матеріалу, але й сприяють індивідуальному спілкуванню студента з викладачем в індивідуальному режимі, підвищують рівень навчального процесу, знижують собівартість навчання, а також дають можливість студенту адаптуватися для здійснення його подальшої практичної діяльності в інформаційному суспільстві. Саме тому цілеспрямоване впровадження інтерактивних технологій навчання в педагогічний процес може розглядатися як одна з визначальних перспектив загальноосвітньої діяльності вищого навчального закладу в сучасних умовах формування й розвитку національної системи освіти в Україні.

**Е. Б. Привен,
г. Луганск**

К ВОПРОСУ О СТАНОВЛЕНИИ И РАЗВИТИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В НЕЗВИСИМОЙ УКРАИНЕ

За годы независимости информационное пространство Украины стало частью мировой информационной системы. Журналисты,

получающие образование в Украине, должны быть готовы к тому, чтобы соответствовать мировым демократическим стандартам журналистики, знать основные мировые тренды развития информационных технологий, уметь грамотно собирать, перерабатывать и передавать информацию. Соответственно и преподавание основ информационной журналистики должно учитывать мировые тенденции и стандарты.

Тема, исследуемая в данной работе, изучалась в работах российских ученых, занимающихся проблемами информационной журналистики. Так, известно исследование профессора Дальневосточного отделения Российской Академии Наук Л. А. Васильевой, которая рассматривает основные тенденции развития информационной журналистики в России, приемы современной журналистики, усиление креативной составляющей в поиске, переработке и передаче информации. История становления и развития современной информационной журналистики в Украине изучена явно недостаточно. Данная работа ставит перед собой задачу в определенной мере восполнить этот пробел.

Исследователи признают, что именно информационная журналистика – наиболее востребованный жанр журналистики в обществе. Развитие информационной журналистики в независимой Украине, чья история приближается уже к 20-летнему рубежу, проходит на фоне кардинальных изменений места и роли информации в мировом контексте. Следует отметить ряд факторов, которые определяют соответствующие мировые тренды.

1. Темп жизни в конце XX-го – начале XXI века резко ускорился, и даже в самых патриархальных прежде странах число общественно важных событий увеличивается с каждым годом.

2. Информация все больше становится товаром и часто – наиболее востребованным.

3. В последние годы огромными темпами растет производство новых информационных носителей, разработка гаджетов и дивайсов, позволяющих получать информацию о том или ином событии едва ли не в момент его совершения. Ценность объективной информации возрастает пропорционально развитию информационных технологий.

4. Интернет и мобильная связь стали широко распространенным и рутинным средством получения и передачи информации, покрывающим сетью всю планету.

5. Появились социальные Интернет-сообщества, в которых обмен информацией мгновенно охватывает тысячи, а иногда и сотни тысяч пользователей. С их помощью отчет о событии возможен в режиме реального времени.

6. Все чаще к информации предъявляется требование быть очищенной от личностно-эмоциональной подачи и сводиться к сухому и четкому ответу на вопросы: что? кто? где? когда? почему?

7. PR-технологии позволяют манипулировать целыми группами и сколь угодно большими сообществами потребителей информации. О том, что новости все чаще подменяются PR и манипуляциями, пишут медиа-эксперты и аналитики.

8. Потребители информации стали значительно менее доверчивыми, поскольку неоднократно становились заложниками описанного манипулирования.

9. Количество источников информации растет лавинообразно.

10. Приемы поиска и подачи информации резко расширились и стали более изощренными.

Развитие информационной журналистики соответствует этим тенденциям и, с другой стороны, формирует их. Сегодня украинские журналисты и украинские медиа в полной мере интегрированы в мировое информационное пространство, однако для этого отечественной журналистике пришлось пройти непростой путь, и стартовые позиции наших медиа резко отличались от западных. Для подтверждения этого необходимо сделать экскурс в историю становления и развития отечественных СМИ за годы независимости Украины.

Украинская журналистика долго развивалась по инерции, набранной в советское время. Бурные изменения в подходе к информационной журналистике начались в середине 90-х годов, когда в стране утвердилась свобода слова, а политическая и социальная жизнь ежедневно была наполнена событиями, как правило, негативной окраски. Все это так или иначе отражалось в работе информационных служб. Сюжеты новостных выпусков были слабо формализованы, плохо структурированы, изобиловали оценочными суждениями, морализаторством, но все же это была новая, более высокая, ступень по сравнению с прежними информационными программами.

К этому времени западные журналисты уже выработали кодексы чести журналиста, правила работы репортера, стандарты журналистики – своего рода «библию», которая довольно четко прописывала требования, прежде всего к новостной журналистике и репортажу. В США в 1986 году была создана организация F.A.I.R., главной задачей которой ее члены определили мониторинг американских медиа на предмет соблюдения стандартов журналистики – объективности, свободы слова, равного представительства в медиа точек зрения граждан, независимо от расы, социального положения, партийной принадлежности, пола, возраста и других характеристик.

В начале 90-х в Киеве открыли свои представительства такие всемирно известные организации, как «Internews», «IREX ProMedia»,

представительства культурных и образовательных фондов. Значительная часть журналистов

Украины прошла профессиональную подготовку в этих организациях, которые предоставляли возможность получить полный курс подготовки без всякой его оплаты украинскими журналистами. Отечественные вузы и общественные институты ничего подобного не предлагали. Поэтому можно с уверенностью сказать, что целое поколение украинских репортеров получило подготовку у американцев и британцев.

В целом, это была важная с точки зрения овладения профессией и совершенствования в ней школа репортерской журналистики. Внедрение описанного подхода, стандартов в практику луганских телекомпаний привело к довольно радикальной перестройке работы информационных служб. Пионером переформатирования, или, как сейчас принято говорить, ребрендинга новостных редакций стала телекомпания «Эфир-1», а затем в подобном формате начали работать и другие луганские телекомпании, постепенно вписываясь в общепринятые мировые стандарты информационной журналистики и подчиняясь описанным выше тенденциям ее развития.

Однако в последние годы все больше развивается такая негативная тенденция, как подмена журналистики PR. Все чаще информация трансформируется и преподносится в таком ключе, что скорее выполняет манипулятивные функции, а новостные службы, вместо объективной подачи фактов, скорее работают как пиар-штабы той или иной политической силы. Такая ситуация не уникальна для Украины. Американские, шведские, британские, испанские и другие медиа-эксперты отмечают подобную тенденцию в медиа своих стран. Однако в нашей стране, где политическая ситуация с 2004 года хронически обострена, а противостояние политических сил становится все жестче и brutальнее, журналисты все чаще вовлекаются в манипулятивные пропагандистские войны.

Дальнейшее исследование должно быть посвящено более подробному изучению стандартов журналистики и отличию информации от PR. Это особенно важно для обучения студентов факультетов журналистики, которые в своей профессиональной работе будут постоянно сталкиваться с необходимостью четко различать эти форматы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Васильева Л. А. Новостная журналистика периода демократического транзита / Л. А. Васильева // Вестн. ДВО РАН. – 2005. – № 2. – С. 116 – 119

2. Гід журналіста / адаптація та упоряд. А. Лазарева. – К. : ІМІ ; USAID ; IREX ProMedia, 2003 – 123 с.

3. Лучинский Ю. Очерки истории зарубежной журналистики [Электронный ресурс] / Ю. Лучинский. – Режим доступа : http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/luch/02.php

Н. В. Романова,
м. Луганськ

АКСІОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ ЗМІ НА СВІДОМІСТЬ ІНДИВІДА

...якщо ти й можеш що-небудь, показуй супернику, наче не можеш;
якщо ти й користуєшся чим-небудь, показуй йому, наче цим ти не користуєшся;
хоча ти і був близько, показуй, нібито ти далеко;
хоча ти і був далеко, показуй, нібито ти близько;
заманюй його вигодою, приведи його у розпач й бери його...

Сунь-цзи. «Трактат про військове мистецтво»

Сучасну ситуацію в суспільстві можна охарактеризувати як стан ідейно-світоглядного вакууму. Це пов'язане з тим, що одні соціальні норми й цінності перестали діяти й пішли в минуле, а інші ще не встигли сформуватися.

Усвідомлення людиною небезпеки знищення всього людства призвело до необхідності пошуку нової системи цінностей як основи нового типу світогляду. Нерішучість у виборі цінностей – проблема не тільки нашої країни, але й усього світу. Стан ціннісної свідомості сучасного суспільства характеризується як перехідний, де змішалися атеїзм, релігія, містика й наука. Знищення попередньої ідеології й системи суспільних цінностей не дають людині чіткого розуміння позитивного й негативного.

Швидкий та високий рівень розвитку засобів масової комунікації стимулював широке розповсюдження й інтенсивне використання маніпулятивних прийомів й технологій впливу на людину. Останнім часом вплив ЗМІ на людину досягає таких масштабів, що стає небезпекою для розвитку окремої особистості, суспільства й держави.

Нас завжди лякали шамани, заклинателі, гіпнотизери, психотерапевти, але якщо порівняти їхній вплив на психіку людини із силою вплива ЗМІ, то це буде у тисячу разів менше. Найбільш вразливою категорією є діти з їх ще несформованою психікою й організмом у цілому.

Сергій Образцов, радянський театральний діяч, актор і режисер театру ляльок, намагався прищеплювати дорослим людям думку, якої слідкував усе своє життя: він казав, що не можна дітям до семи років показувати насильство, навіть у казках, жорстокість, грубе спілкування з тваринами й людьми. Великий майстер знав: дитяча душа як губка всмоктує все, що відбувається навкруги, а особливо те, що відбувається на сцені, на екрані, у книжці.

Актуальність цієї теми в тому, що в сучасній ціннісній свідомості формується «речове» ставлення до світу. Відбувається підміна понять добра і зла, цінного й нецінного. Останнім часом відбувається так, що гідними визначаються ті людські якості, які раніше визначалися суспільством як недоліки, а тому замість того, щоб намагатися їх виправити або викоринити, їх звеличують і намагаються подати як норму й взірець. Це свідчить про корінні зміни в ціннісній свідомості суспільства, що трансформується.

Вражаючий розвиток у розповсюдженні нових засобів інформації, систем зв'язку і телекомунікаційних технологій ведуть за собою глибокі соціальні зміни, формують новий тип свідомості, змінюють лексику, модифікують вербальні засоби спілкування [2, с. 141].

Зміни, що відбуваються, настільки глибокі, що людина виявляється невідповідною, необхідно більш чітко виявити механізми впливу нових засобів масової інформації й комунікації на свідомість людини. У даному випадку не можна погодитися з такими положеннями засновника сек'юритології М. С. Альошенкова: «...переоцінити роль засобів масової інформації в інформаційно-психологічному впливі на людину дуже складно. Фактично вони формують суспільне мислення і, значною мірою, світогляд окремих громадян. ... необхідно також відмітити їх всезростаючу роль і у формуванні інтелектуальних здібностей людини» [1, с. 56].

Тут слід зробити невелике уточнення, згідно з яким сучасні ЗМІ справляють значний вплив на формування не тільки суспільної думки, але й світогляду цілих соціальних шарів суспільства.

Необхідно мати на увазі ті істотні обставини, що формування суспільної думки й світогляду соціальних прошарків і груп засобами масової інформації тісно пов'язані з ідеологією й дискурсивною практикою мас-медіа. Не зважаючи на те, що представники ЗМІ й політики віддають перевагу плюралізму думок, заперечуючи при цьому їх ідеологічну ангажованість, у дійсності саме ідеологія справляє великий

вплив на формування мас-медіа. Не випадково західні спеціалісти в галузі соціології масової комунікації й інформації – Т. ван Дайк, Дж. Б. Томпсон, С. Толсон та інші – достатньо результативно використовують у якості ефективного інструментарію поняття «ідеологія» в дослідженні ситуацій, характерних для засобів масової інформації. Це зумовлене наступними фактами. Ідеологія, носієм якої є журналіст, знаходиться в основі його оцінок тих або інших подій і презентацій думок соціальних груп у даній інтерпретації

Формування цінностей ЗМІ використовується інформаційно-фінансовим тоталітаризмом, наприклад, правляча еліта є монополістом на найбільш впливові електронні мас-медіа, а також на інформаційні агентства, що дозволяє ефективно використовувати ЗМІ в цілях формування масового настрою, а також здійснювати телевізійний терор, особливо за рахунок нав'язливої й бездуховної реклами.

Вплив інформаційної влади на формування цінностей не обмежується індивідуальним впливом, він також здійснюється за рахунок соціальних й групових механізмів. За словами Н. Лумана, у сучасному суспільстві, на відміну від традиційного, «саме ЗМІ генерують соціальну пам'ять й завдають соціальне значення подіям, що відбуваються. Саме цим вони програмують не тільки сучасне, але й майбутнє» [3, с. 180].

Мас-медіа спотворюють реальність, представляючи її такою, яка вигідна їм, вони обирають щось «цікаве», те, що робить їм рейтинг, або те, що вигідне для їх власників. Постійно повторюють те, як відомі особи відступають від норм, пропагуючи такий спосіб поведінки, а механізми ЗМІ формують штучні, негативні цінності в суспільстві.

Одним з механізмів впливу на людину є її підсвідомість. До підсвідомої мови спілкування належать: міміка, рухи очима, жести й пози, у тому числі рухи під час виступу.

Французький учений із всесвітнім ім'ям С. Московічі у своїй книзі «Вік товп» пише: «Поняттям тоталітарної системи, культу особистості або авторитарного режиму я обираю поняття західного деспотизму, як більш відвертого... цей тип влади привертає засоби комунікації й використовує їх як нервову систему. Вони розповсюджуються всюди, де збираються люди, зустрічаються або працюють. Вони проходять у закутки кожної квартири, кожного будинку, для того щоб заперти людину у клітці заданих зверху образів й уселити в них загальну для всіх картину дійсності... зовнішнє підкорення лишає місце внутрішньому підкоренню мас, убачене панування підміняється духовним, невидимим пануванням, від якого неможливо захиститися» [4, с. 320].

Однак такі дослідники, як І. Смирнов, Є. Безносок, розробили програму захисту психіки людини від небажаних інформаційних впливів. Іншими словами, сучасні психотехнології можна використовувати як для

управління поведінкою індивіда, так і для захисту його від зовнішнього впливу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алёшенков М. С. Комплексная безопасность человека, общества и государства / М. С. Алёшенков. – М. : Наука, 2001. – 220 с.
2. Гримак Л. П. Техники психической саморегуляции / Л. П. Гримак, О. С. Кордобский // Человек. – 2001. – № 5. – С. 136 – 148.
3. Луман Н. Реальность массмедиа / Н. Луман ; пер. с нем. А. Ю. Антоновского. – М. : Праксис, 2005. – 256 с.
4. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс / С. Москвичи ; пер. с фр. – М. : Центр психологии и психотерапии, 1998. – 480 с.

**Б. І. Савченко,
м. Київ**

ПРОБЛЕМИ ПОЧАТКОВОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ (на прикладі кіноліцею)

Допрофесійна мистецька підготовка, перш за все, має забезпечити свідомий вибір людиною свого фаху, природне входження її в світ мистецтва, а саме такого складного, специфічного, як кіно, і, разом з тим, зумовить прихід до ВНЗ повноцінно підготовленого абітурієнта з широким культурним світоглядом.

Двоступенева система кіноосвіти, «Ліцей – ВНЗ», надасть майбутньому майстрові кіно інструментарій, за допомогою якого він завжди зможе якісно вирішувати професійні проблеми, зокрема такі, як поєднання смаків публіки з вимогами справжнього мистецтва.

Вирішення цього питання можливе лише за умови створення такого спеціального навчального закладу, як кіноліцей.

Головна мета майбутнього ліцею значно ширша, ніж підготовка лише кінофахівця. Йдеться про можливість виховати людину, яка хоче навчатися, уміє навчатися і до того ж знає, як це зробити. Такі вимоги до навчання в людині треба виховувати з дитинства. З першого класу. А це потребуватиме осучаснення й загальноосвітньої програми, упровадженої в кіноліцейі.

Концепція спеціального середнього освітнього закладу передбачає визначення трьох етапів навчання.

I стадія (початкові класи). Г Р А. На цій стадії не передбачається фахового визначення. Учні навчаються за принципом «ВСІ – ЗАЙМАЮТЬСЯ ВСІМ!». Тобто всі учні займаються освоєнням основ усіх мистецтв, незалежно від бажання й обдарованості, навіть якщо таке в них на цей час уже можна виявити. А щоб уникнути скутості в поведінці дітей та психологічного дискомфорту в стосунках між ними самими і педагогом, заняття проводяться в формі ігор.

Теоретичні знання прививаються їм через діалог та співбесіду, теми яких пов'язані з різними видами мистецтва. На цьому етапі викладач виступає в ролі співучасника ігор, а не керівника. Для дітей він такий самий, як і вони, тільки знає і вміє більше. Мета першого етапу – стимулювати розвиток творчих здібностей.

Мета I стадії: грою (комплексом вправ) стимулювати потяг до майбутньої професії; зумовити органічне входження у своєрідний світ мистецтва; з перших кроків формувати в учня здатність будь-коли, у майбутньому, свідомо приймати рішення в ситуації «Я і кіно».

II стадія (неповно середні класи). СПРОБА ФАХОВОГО ВИЗНАЧЕННЯ. На цій стадії:

5 клас. Кіно як можливість показу об'єкта в русі. Особливості кінокадру, існування в ньому різних планів. Види та жанри мистецтва. Мультиплікаційний фільм. Сценарій лялькового фільму, знайомство з ним.

6 клас. Процес створення фільму. Фільм як колективне мистецтво сценариста, режисера, акторів, художника, оператора, композитора. Відмінність роботи актора в театрі і в кіно. Літературний і режисерський сценарії. Порівняння з п'єсою.

7 клас. Композиція фільму, композиція кадру, монтаж та ритм фільму. Засоби виразності: рух камери, ракурс, світло, звук, музика, шуми – визначальна роль цього арсеналу в створенні фільму. Діалог в кіно. Умовність в кіно і в театрі. Від німоти до звукового кіно.

8 клас. Кіномистецтво на тлі інших мистецтв. Технічні досягнення сучасного кінематографа у розвитку кіномистецтва.

Мета II стадії: удосконалення власного організму як інструмента акторської виразності; наближення до культури кіно через прикладні мистецтва; виховання відчуття колективного кіноорганізму, яким стає група авторів при здійсненні спільного творчого завдання – створення

фільму; прищеплення навичок поводження з відеокамерою, уміння організувати й провести документальну зйомку на культурному (не на аматорському!) рівні; класифікувати кінодокументи та архівувати їх (хроніка кожної сім'ї, родини, вулиці, школи, міста, неординарної події з життя – усе це найдрібніші елементи кінолітопису доби); визначення майбутньої фахової орієнтації.

III стадія (старші класи). АЗБУКА ОБРАНОГО ФАХУ. Якщо I і II стадії – це лише наближення до фаху, і носять вони напівпрофесійний характер, то з III-ої – останньої стадії навчання в кіноліцеї учні проходять в руслі вже обраного експертами й ними самими фаху, заняття з теоретичних та практичних дисциплін у рамках відповідного середнього закладу (художньої школи, театрального училища, кінотехнікуму тощо). Треба зуміти поєднати в уяві учнів обраний ними фах з самим мистецтвом кіно як найсуттєвішого складника сучасної культури, допомогти їм відчутти органіку витоків кіно з більш давніх видів мистецтва.

Крім базових елементів фаху, на цьому етапі читатимуться лекції з теорії та історії тих мистецтв, які влилися до кіно й забезпечили йому виключну виразність. А саме: основи драматургії; історія образотворчого мистецтва й архітектури (основні мистецькі напрямки і течії, аналіз шедеврів, постаті геніїв); міфологія світу; монтаж і композиція кінотвору; історія та теорія кіномистецтва.

Мета III стадії: фахова підготовка високої кваліфікації представників другої та допоміжної ланок кіновиробництва; підготовка фахівців першої творчої ланки з високим рівнем культурної та професійної компетенції; підготовка людини, яка здатна своєю життєдіяльністю будувати на основі отриманих знань.

По закінченні кіноліцею його випускники одержують сертифікат про оволодіння спеціальностями: асистентів режисера, оператора, художника та художника по костюмах; актора театру і кіно (середня освіта); механіка кіно-, відеоапаратури, освітлювача, фотографа; тележурналіста-ведучого; менеджера-помічника: сценариста, редактора, режисера.

Об'ємне кіновиховання, одержане в кіно ліцеї, сьогодні просто необхідне як суспільству, так і державі. Сьогодні в державному масштабі не вистачає людей із жвавим і цільним світовідчуттям, з високою емоційною культурою, не вистачає людей, які можуть і хочуть бути причетними до культури й водночас відчувати себе частиною природи.

**Я. Ю. Цибульська,
м. Луганськ**

ПРОБЛЕМА СПІВВІДНОШЕННЯ МАСОВОЇ ТА ЕЛІТАРНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПРИКЛАДІ КІНЕМАТОГРАФУ

Сучасне мистецтво постмодернізму представлено взаємодією різних культурних течій, напрямів та жанрів. Водночас воно не зупиняється у пошуку нових методів і форм для подальшого розвитку. Це стосується й кінематографу.

Об'єкт нашого дослідження – взаємодія масової та елітарної культури на прикладі кінематографу.

Мета дослідження – показати складність феномену цих двох субкультур, виявити особливе й загальне в їхніх функціях, простежити практичний вплив на прикладі кінематографу на сучасників. Завдання цієї роботи – вивчення тенденцій розвитку й функціонування елітарної та масової культур, аналіз їхньої специфіки, розкриття місця у кінематографі.

Науковим вивченням масової та елітарної культур займалися такі видатні філософи, культурологи й соціологи, як Д. Макдональд, М. Маклюен, Д. Рісмен, Е. Фром, Р. Мілс, Д. Уайт, О. Нечай, В. Молчанов. У 50-і роки минулого сторіччя феномен цієї проблеми став предметом активної дискусії. Питання взаємодії масового та елітарного кіно набуває актуальності в сучасному культурологічному аспекті, коли кіновиробництво розвинених країн стало провідним бізнесом.

Для постмодерної епохи характерне відхилення від основної, тобто офіційної культури і виникнення багатьох субкультур. Задля підтримки базових культурних надбань та їхнього розвитку суспільство зацікавлене у збалансуванні консервативних та інноваційних субкультур.

Еліта від французького слова «elite» означає – найкраще, обране. Найскладніша проблема, що розглядається елітарною культурою, – це осмислення людиною браку духовності і страждання від цього. Найвища мета її – формування мислення, що здатне до активної дії та творчості, відповідно до об'єктивних законів дійсності.

Важко переоцінити роль кінематографу в житті сучасного суспільства. Кінематограф як один з наймолодших видів мистецтва, відкрив нові шляхи художнього осмислення закономірностей дійсності, що постала у ХХ сторіччі та в наш час, в епоху глобалізації, у небачених до того часу переворотках у галузі науки, техніки й соціально-суспільних відносин. Кінематограф за силою впливу на глядача перевершив багато видів мистецтва, хоча на перших етапах його становлення виникало багато дискусій щодо приналежності кіно до мистецтва.

Масова культура виступає як засіб відчуження від буденності, від проблем, зняття негативних емоцій. Вона налаштовує людину на

сприймання навколишнього життя, сповнене веселошів, розваг і позитивних фіналів вирішення будь-яких проблем.

Ця функція масової культури здебільшого й виправдовує її існування. Гарний цьому приклад – популярні, але низькохудожні фільми, телесеріали. Діячі масової культури вже давно це зрозуміли, тому й працюють за певними технологіями.

Найкращі сценарні школи світу, у тому числі й голлівудська, навчають своїх студентів, як створити сюжет, що сподобається всім. Для цього потрібно вигадати героя, наділити його найкращими якостями, аби його полюбили або йому симпатизували. Потім герой має чогось прагнути, і це буде його головною метою. За правилами, він повинен зустрітися з перешкодами, аби глядач почав йому співчувати. Проявивши відвагу, герой впорається з усіма негараздами, і глядач разом з ним буде святкувати перемогу. Цією схемою керується кожен сценарист та режисер, коли працює над майбутнім фільмом, незважаючи на те, куди віднесуть остаточну роботу кінокритики – до масової чи елітарної культури.

Головна відміна масової культури – це переключення уваги з власних проблем на екранний персонаж, і ніяк не вирішення його власних проблем. Елітарне кіно проникає у світ психології, підсвідомості та духовності людини й змушує людину замислитися над філософськими питаннями: у чому сенс життя, що таке кохання, що таке час та ін.

З історії відомо, що мистецтво, як і наука, є специфічним проявом суспільної свідомості. Воно виражає потребу людини в образно-символічному відображенні свого життя. Рекреативна функція мистецтва сьогодні орієнтована саме на продукти масової культури. Саме кінематограф є найяскравішим прикладом «іншої реальності» – світу життєвих переживань людини, що зафіксовані в художньому образі на плівці.

Менша частина людства орієнтується на світоглядну й функцію передбачення майбутнього, якими керує режисер-митець. Парадоксальним є те, що масова культура має більшу силу впливу на підсвідомість людей, ніж елітарна.

Елітарним кіно називають фільми для інтелектуалів, як правило, це некомерційні фільми для вузької аудиторії, фінансовий успіх яких рідко є високим. До елітарної кінокультури також належать фільми авторські та поетичні. Поняття «авторський фільм» є полемічним від початку його заснування у Франції в другій половині 1940-х років. Згідно з теорією, режисер і є автором фільму, він є безпосереднім учасником на всіх етапах створення фільму.

З появою статті французького кінокритика А. Астрюка «Камера-стило» (тобто «камера тут і зараз») виникло питання щодо суб'єктності творення кіно, адже цей творчий процес вимагає зусиль не одного фахівця.

Режисер і критик кіно Ф. Трюффо у відповідь цій теорії проголосив «політику автора» й розкритикував фільми, у яких сценарій одразу без змін переносився на екран. Відомо, що представники авторського кіно дійсно в більшості випадків виступали режисерами, сценаристами, продюсерами в одній особі. У зв'язку з цим деяку частину авторських фільмів прийнято називати малобюджетними.

Український дослідник сучасних культурологічних процесів А. Кравченко допускає, що в масовій культурі знаходимо риси народної культури, тобто фольклору. Багато авторських пісень сьогодні перейняті народом у якості власних творів [3, с. 36].

Водночас неможна розглядати цей процес як народну творчість, адже для цього пісні мають звучати з додаванням доповнень, варіантів регіональних особливостей. І для заперечення цієї тези яскравим прикладом може стати кінематограф. Адже, незважаючи на навмисне використання ярликів арт-хаусу або незалежного кіно, сутність пересічного фільму не зміниться.

Посилаючись на М. Маклюєна, Б. Малиновський у своєму дослідженні «Наукова теорія культури» стверджує, що нові електронні засоби масової інформації перетворили наш світ на світ без простору і часу, світ однієї хвилини, де відбувається відключення особистої самосвідомості індивіда й занурення його в процес «колективного несвідомого» [5, с. 39].

Вплив на людину масової та елітарної культури простежимо на кіноклубах, що діють у Луганську. У місті зареєстровано вісім клубів, де збираються подивитися та обговорити фільми шанувальники професійного і якісного кіно. Серед клубів відокремимо п'ять найактивніших – це «ВідеоАсс» (від ЛОУНБ ім. О. М. Горького, Луганський кіноклуб (від ЛНУ імені Тараса Шевченка), «Сінема» (від ЛДІКМ), «ОКіно» (від Інституту культури ЛНУ імені Тараса Шевченка), кіноклуб «Луганда-хаус», що ведуть активну діяльність серед глядачів. Тут щотижня переглядають авторські, поетичні, філософські або професійно створені документальні фільми. Певна частина пересічних громадян не сприймає фільми Ф. Фелліні, М. Антоніоні, А. Тарковського, О. Германа, К. Муратової та інших митців елітарного кіно, тому швидко відмовляється бути учасниками кіноклубу або ж одразу залишає приміщення, де показується кінотвори. Тому для перегляду елітарних фільмів доцільна попередня культурно-естетична підготовка, здобування фахової освіти, самоосвіти.

Масова культура хоч і має великий вплив на сучасне суспільство, але не вирішує проблеми розповсюдження й розуміння широким загалом зразкових, витончених творів мистецтва. Елітарна ж культура зберігає свій філософський вплив та актуальний зміст протягом сучасності й наступної історичної доби.

Негативним сьогодні є виникнення процесу, коли ім'я автора використовують як торгівельну марку. У такому випадку не може йтися про поняття авторської чи елітарної культури, адже виробники насамперед прагнуть комерційного успіху своїх проєктів за допомогою розрекламованих та вже відомих імен. Зазначимо, що ми не виступаємо проти самозабезпечення гідної матеріальної культури, проте справжніх митців навряд чи цікавила лише кількість глядачів їхніх творів.

У творах поетичного кіно художні образи передають на екран глибокий рівень колективної та індивідуальної свідомості водночас. Тобто в таких фільмах відтворений менталітет – рівень спрямованості індивідуальної на загальної свідомості, здатність до засвоєння суспільних цінностей та адаптація до умов середовища, можливості впливу на нього. Українське мистецтво, зокрема кінематограф, завжди орієнтувалося на особистість, її духовність, місце в історії – «Земля» А. Довженка, «Тіні забутих предків» С. Параджанова, «Вавилон ХХ» І. Миколайчика.

Головною особливістю сучасного кіномистецтва й культури є експериментальність поєднання різних стилів, методів для створення нового культурного продукту. Для культурної парадигми постмодернізму характерне зменшення протистояння масової та елітарної культури.

Яскраво процес взаємодії двох субкультур відображає кінематограф, наприклад перші фільми французьких режисерів Бессона та Жене.

У Голівуді, де існує головна комерційна спрямованість, як прийнято говорити, касовість, теж знімається елітарне кіно для меншої за кількістю аудиторії. Його ще називають фестивалним, тому що побачити його можна лише в рамках певного кінофестивалю. Але одна з останніх американських кінострічок «Inception» (у вітчизняному прокаті «Початок») режисера Нолана доводить тісну взаємодію елементів масової та елітарної культур в одному творі. Наслідки результату взаємопроникнення цих двох культур уже сьогодні відображаються на суспільстві, і об'єктивно оцінити цей процес ми зможемо лише через деякий час.

Розвиток теми елітарної та масової культур у кіногалузі необхідний для дотримання відмінностей між витонченими зразками кінокультури й комерційними проєктами. Також подальше наукове обґрунтування цих відмінностей має зменшити вплив масового кіно на елітарне, заради збереження ідейності й духовного першоджерела останнього. Масова культура маніпулює більшою аудиторією. Але меншій за чисельністю групі освічених людей завжди вдавалося зберегти й передати свої світоглядні, культурологічні, естетичні знання майбутнім поколінням.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бердяев Н. А. Философия свободного духа / Н. А. Бердяев. – М. : Республика, 1994. – 320 с.

2. Костина А. В. Народная, элитарная и массовая культура в современном социокультурном пространстве. Структурно-типологический подход / А. В. Костина // Обсерватория культуры. – 2006. – № 5. – С. 97 – 108.

3. Кравченко А. И. Культурология : учеб. пособие для вузов / А. И. Кравченко. – М. : Академический проект, 2001. – 280 с.

4. Малиновский Б. Научная теория культуры / Б. Малиновский. – М. : ОГИ, 2005. – 184 с.

5. Миславський В. Н. Короткий енциклопедичний словник кіно / В. Н. Миславський. – Х. : Колорит, 2007. – 215 с.

6. Найдорф М. И. Толпа, масса и массовая культура / М. И. Найдорф // Вопр. культурологии. – 2007. – № 4. – С. 27 – 32.

А. В. Ус,
г. Харьков

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РЕЖИССЕРА МЕДИА-КОНТЕНТА В КОНТЕКСТЕ СОЗДАНИЯ СОВРЕМЕННОГО МАССОВОГО МУЗЫКАЛЬНО-ТЕАТРАЛИЗОВАННОГО ЗРЕЛИЩА

Новейшая история Украины поставила перед организаторами и создателями массовой театрализованной и концертной деятельности новые проблемы.

На повестку дня встал вопрос художественного уровня и качества предлагаемой продукции. В последние годы известными деятелями культуры не раз подчеркивалось, что уровень этот крайне низок. Диктатура безвкусицы, воцарившаяся и практически узаконенная на эстрадных подмостках, поставила под угрозу существование и развитие жанра [1].

В прежние годы техническое обеспечение массового зрелища сводилось к применению различного рода проекционной техники (кинопроекторы, слайдопроекторы, эпидиаскопы и пр.) и носило чисто иллюстративный характер. Появление и развитие компьютерной техники, внедрение новых способов и средств отображения (видеопроекторы, жидкокристаллические и плазменные экраны) способствовало активному внедрению телевизионных и мультимедийных технологий в современное

массовое зрелище. Все это оказало огромное влияние на развитие постановочных жанров.

Вряд ли возможно переоценить роль режиссера медиа-контента в процессе создания современного массового музыкально-театрализованного зрелища. Тем не менее наполнение видеоэкранов медиа-контентом остается наиболее уязвимым местом с профессиональной точки зрения. Проблема визуального и звукового синтеза в массовом музыкально-театрализованном представлении требует систематизации и формулировки ключевых сторон профессии режиссера медиа-контента для создания качественного сценического продукта.

Режиссура медиа-контента (видеонаполнения) как самостоятельный вид творческой деятельности и как профессия зародилась в 90-е годы XX века в связи с быстрым развитием и применением новых типов проекционной техники, плазменных и лазерных технологий, развитием и широким внедрением цифровых форматов видео и звукозаписи. Этот вид творческой деятельности настолько молод, что трудно назвать фамилии его корифеев.

От современного режиссера медиа-контента требуется не только высококлассная техническая подготовка, но и безупречный вкус, слух, быстрая реакция, творческое мышление, знание истории и особенностей разных музыкальных жанров. Сегодня, когда волны восхищения возможностями мультимедийных технологий идут на спад, настало время серьезного осмысления деятельности режиссера медиаконтента массового музыкально-театрализованного зрелища с художественных и эстетических позиций. Лишь несколько искусствоведческих трудов последних лет частично затрагивают технологические проблемы видеосопровождения и наполнения в ходе эволюции аудиовизуальной культуры [2]. Необходим анализ деятельности режиссера медиаконтента в контексте создания современного массового музыкально-театрализованного зрелища.

К сожалению, в сегодняшней сценической практике понимание профессии режиссера медиа-контента нередко ограничивается лишь умением манипулировать видеоносителями и передвигать ручки пульта. В то время как к выбору такого специалиста надо подходить особенно тщательно и многосторонне. Одним из критериев такого выбора, безусловно, является опыт и уровень технической подготовки.

Немалую роль в выборе личности режиссера медиа-контента играет жанр представления. При создании масштабного сценического действия со

сквозным сюжетом, многослойной музыкальной партитурой, речевыми вставками вам будет не достаточно режиссера медиа-контента, имеющего опыт работы лишь с готовыми видеофрагментами. Тем более нельзя доверять проведение массового музыкально-театрализованного представления случайным людям. Зачастую мизансценический и темпоритмический рисунок действия требуют своевременного показа аудиовизуального компонента, органично вмонтированного в представление, который становится одной из его образных составляющих и неотъемлемой частью атмосферы действия.

Режиссер медиа-контента должен стать соавтором постановки с первых этапов работы: от начала создания сценария, подбора музыкального и текстового материала, создания видеофрагментов, подготовки специальных графических заставок, подбора готовых футажей, записи и сведения звуковых и речевых фонограмм, до формирования и записи результирующего носителя медиа-данных.

При разработке звукозрительной мультимедийной концепции сценического произведения режиссер во многом опирается на деятельность режиссера медиа-контента, несущего ответственность за художественное и техническое качество визуальной структуры музыкально-театрализованного зрелища. Его художественная выразительность усиливается благодаря сочетанию зрительного и звукового рядов. Мастер звукорежиссуры кинематографа Я. Харон утверждал, что «режиссеры, которые отводят музыке и звуку в своей системе выражения идеи ничтожную роль, обкрадывают себя» [5], и с этим нельзя не согласиться. Часто, создавая по просьбе режиссера-постановщика новый видеотрек, режиссер медиаконтента должен объединить абсолютно разные по стилю, характеру и составу видеофрагменты. В процессе синтезирования киновидеоизображений, графических решений со сценическим действием или звуковыми, шумовыми и световыми эффектами не может быть формального разделения визуального материала на главный и второстепенный. Футаж или заставка может стать определяющим эмоционально-смысловым акцентом сценического действия.

Современные мультимедийные сценические произведения используют сложную визуальную палитру: прямая трансляция происходящего на экраны, готовые видеозаставки, специально подготовленные видеофайлы, футаж, разнообразные графические и

відеоэффекты. Для создания подобного звукозрительного ряда чаще всего требуются коллектив специалистов и услуги профессиональной телестудии.

Технология создания визуальной сферы современного массового зрелища описана в [4]. Новые системы записи и редактирования изображения открывают новые возможности художественного формирования визуальной сферы мультимедийного сценического проекта. Профессиональные телестудии, а также интернет-архивы обладают многочисленными коллекциями визуальных эффектов и переходов, наборами готовых заставок и перебивок. В отсутствие специализированной студии видеоряд массового музыкально-театрализованного зрелища может быть создан с использованием персонального компьютера и дополнительных звукотехнических мультимедиа-средств [3].

Актуальность теоретических и практических проблем, связанных с профессиональной деятельностью режиссера медиа-контента в создании современного массового музыкально-театрализованного зрелища, подтверждает необходимость подготовки дипломированных специалистов данного профиля.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Горюнова И. Э. Режиссура массовых театрализованных зрелищ и музыкальных представлений / И. Э Горюнова. – СПб. : Композитор, 2009. – С. 5.
2. Дворко Н. И. Режиссура мультимедиа: генезис, специфика, эстетические принципы : дис. д-ра искусствоведения : 17.05.03. / Н. И. Дворко. – М., 2005. – 205 с.
3. Севашко А. В. Звукорежиссура и запись фонограмм / А. В. Севашко. – М. : Додэка ХХІ век, МК-Пресс, 2007. – 432 с.
4. Ус А. В. Режиссура медиаконтента как самостоятельный вид творческой деятельности / А. В. Ус // Культуролгія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку : матеріали міжнар. наук. конф. 18 – 19 листоп. 2010 р. – Х. : ХДАК, 2010. – С. 249 – 250.
5. Харон Я. Е. Из жизни звукооператора (Немое? Звуковое! Звукозрительное!!!) / Я. Е. Харон. – М.: Всесоюз. бюро пропаганды сов. кино, 1987. – 96 с.

Ю. П. Фесенко,
г. Луганск

СВОБОДА СЛОВА И МАССОВАЯ КУЛЬТУРА НА ТЕЛЕВИДЕНИИ

Если понимать под свободой слова, как это иногда предлагается, краеугольный камень демократии, то можно смело утверждать: современная Украина – наидемократичнейшая страна. Конечно, мы подразумеваем тут прежде всего сам способ и смелость высказывания, а не его глубину либо конструктивную концептуальность. Наглядно это проявляется в процессе проведения популярных политических ток-шоу на телеканалах *Inter* (ведущий Е. Киселев), *ICTV* (ведущий А. Куликов), *Украина* (ведущий С. Шустер).

Сами передачи в каждом конкретном случае опираются на достаточно высокий профессионализм ведущих, основаны на четко продуманных сценариях и «вписаны» в соответствующие, со вкусом оформленные интерьеры. Но вот что касается приглашенных гостей, то здесь все обстоит несколько иначе. Градус дискуссий между государственными и общественными деятелями, бизнесменами и аналитиками различного профиля то и дело «зашкаливает», приближаясь нередко к заурядной базарной склоке. Оппоненты зачастую не слушают и перебивают друг друга, кричат, позволяют себе резко оценочные высказывания на грани приличия и – самое поразительное – попросту игнорируют замечания ведущих. Имена слишком рьяных спорщиков по этическим соображениям мы не называем. Но как не сказать, например, о том, что на передаче «Большая политика» от 26.11.10 г. доведенный до отчаяния Е. Киселев публично посетовал на отсутствие у него пистолета для стрельбы вверх с целью прекращения извергающегося бесконтрольно словесного потока. Понятно, подобные дебаты исподволь отталкивают зрителей и от власть имущих, и от рвущихся во власть оппозиционеров, дискредитируют обсуждаемую проблематику, «забалтывают» суть любого вопроса. И если бы это шло от чрезмерной увлеченности полемикой! Но нет. Приходится говорить именно об отсутствии элементарной культуры и неуважении к оппоненту.

Общее негативное впечатление усиливается от безудержно обрушивающихся на телезрителя вариантов украинского языка. Возникает законный вопрос, какой из них является нормативным: «Тот, на котором говорят на Первом национальном канале <...>, или тот, который мы слышим в новостях СТБ? Или третий, на котором говорят многочисленные респонденты, то есть получившем глобальное распространение уродливом наречии по имени суржик?» [2, с. 4]. Вслед за В. Полищуком приведем целый ряд ярких примеров.

На УТ-1 – «*міліціонери*», на СТБ – «*міліціанти*». На УТ: «*Я вийшов із метро і пересів у машину*». На СТБ: «*Я вийшов із метра і пересів в автівку*». На УТ – «*ефір*», «*міфи*». На СТБ – «*етер*», «*міти*» и т. д.

Оставляем подобную вакханалию словесных изысков без комментариев. Упомянем лишь об экзотической речи представителей украинской диаспоры в Канаде, также нередко звучащей в телеэфире. Отметим попутно и агрессивное вторжение иноязычной лексики в коммуникативное медиа-пространство – «*шоу-кейс*», «*хенд-мейд*», «*файер-шоу*», «*флешмоб*» и пр. Поневоле задумаешься о национальной безопасности.

Современный философ справедливо замечает: «Именно захват власти *средствами массовой информации* – характерная черта информационной эпохи. Постоянно говоря и показывая “с места события”, средства массовой информации девальвируют сам факт *события* и личный план участия в нем; человек дистанцируется, точнее будет сказать, его заставляют дистанцироваться тем, что ему сообщают об уже происшедшем или происходящем в отдаленном месте» [3, с. 12]. Естественно, при такой подаче материала человек как таковой отчуждается от СМИ, включая и телевидение, а зритель погружается в некую виртуальную реальность. В погоне за сенсационностью, новизной, эффективностью воздействия СМИ все более наполняются деструктивными элементами, ибо это самый радикальный способ сделать воспринимающую среду более однородной, примитивной и, следовательно, более управляемой. Окружающая жизнь упрощается, сводится к бинарным оппозициям. Воспринимающее сознание максимально освобождается от какой-либо дополнительной интеллектуальной работы. При этом деконструкция ведет к демонтажу гуманистических ценностей, подмене их рекламными суррогатами. Вот тут-то в условиях разноречий, несогласий, споров, особенно очевидных в ток-шоу, и возникает интересный эффект, когда происходит «смена имени критикующего на имя деконструирующего» [3, с. 124]. Исползволь осуществляется незаметная трансформация: объект сообщения становится его субъектом и наоборот. Любой, казалось бы, незыблемый нравственный постулат оказывается сомнительным, правдивая ложь чередуется со лживой правдой (в оригинале «*брехнею*»), взаимные обвинения-дразнилки превращаются в ритуальные заклинания... Но, предположим, телезритель заскучал и решил переключить кнопку.

Допустим, его не привлекают спортивные и развлекательные зрелища, прогноз погоды, курсы валют. Тогда он узнает о том, что необходимо попробовать нежный вкус кокосового ореха и поехать на отдых в Турцию, о юбилее какого-то американского миллиардера (важное событие!) или о нелегкой судьбе английской королевы (багатые тоже

плачут!), о показе коллекции модной одежды и дорогих авто в Париже либо об очередном браке популярных голливудских киноактеров. Он не встретит здесь сюжетов о человеке труда, шире – о труде вообще, как будто благосостояние страны увеличивается за счет механического увеличения денежной массы, т. е. включения печатного станка, но обязательно услышит рассуждения компетентного чиновника о тех же деньгах, реформах и грядущем улучшении жизни простых граждан. Широко демонстрируется голливудская кинопродукция с ее культом насилия, страха, секса и стяжательства. Бесконечны панорамные обзоры всевозможных катаклизмов и катастроф. Но главное – это обсуждение нескончаемых выборов в Украине и перманентно вносимых в Конституцию изменений. Вот контурный абрис основного каркаса смысловых телеимпульсов. Конечно, имеются программы просвещающие и обучающие, однако их количество совершенно несопоставимо с обозначимым тематическим массивом.

Телевидение предстает мощным ретранслятором массовой культуры преимущественно западного образца. Мы далеки от мысли усматривать в сложившейся ситуации некий злой умысел. Просто телевидение, лишённое общегосударственной и общенациональной концепции развития, начинает жить по своим специфическим законам. Оно формирует особую, виртуальную, реальность, иной нравственный код, о чем уже говорилось в научной литературе [1, с. 8 – 189].

Как это ни парадоксально звучит, но в воссоздаваемой украинским телевидением картине мира суверенная и самобытная страна Украина занимает весьма незначительное место. Целостное восприятие подавляется прямым, косвенным или подразумеваемым противопоставлением ее западных и восточных территорий, русского и украинского языков, православия и иных религиозных конфессий. Беглое упоминание о неповторимых фольклорных обычаях, существующих на Галичине и якобы отсутствующих, надо полагать, скажем, на Луганщине (иначе почему они замалчиваются?), лишь дополняют сказанное. Примечателен и другой миф: в Донбассе живут «преступники», что заставляет предполагать, будто в Карпатах обитают «белые и пушистые». И подобных «мелочей» можно назвать превеликое множество. Сложившаяся ситуация открывает обширное поле для различных изощренных манипуляций общественным сознанием.

Убеждены, настала пора разработать емкую общегосударственную гуманистическую стратегию развития телевидения и без промедления воплотить ее в жизнь.

ЛИТЕРАТУРА

1. Луман Н. Реальность массмедиа / Н. Луман. – М. : Праксис, 2005. – 256 с.

2. Полищук В. Нашествие двенадцати языков / В. Полищук // Рабочая газ. – 2010. – 7 июля, № 119 (14732). – С. 4.

3. Савчук В. Конверсия искусства / В. Савчук. – СПб. : ООО «Издательство “Петрополис”», 2001. – 288 с.

**К. А. Фетісова,
м. Київ**

РЕФОРМА НЕЗАЛЕЖНОГО КІНО УКРАЇНИ: ВИРОБНИЧИЙ ТА КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ

Прийняття незалежності України принесло у сферу кінематографії радикальні а неоднозначні зміни. Спершу обсяги кіновиробництва зросли за рахунок зусиль та інтересу з боку приватних підприємців. Проте бурхливий розвиток телебачення та відео, а також нові вимоги до технології і комфорту дозволяли змушували українську кіноіндустрію набирати швидких обертів, що за умов тогочасної кризи стало неможливим. Мережа кінотеатрів почала руйнуватися, обсяги фільмовиробництва почали катастрофічно падати.

Усе ж протягом 90-х років плідно працюють Кіра Муратова („Чутливий мільйонер”, 1992), Михайло Ілленко („Фуджоу”, 1993, „Сьомий маршрут”, 1997), Вілен Новак („Принцеса на бобах”, 1997), дебютують талановиті молоді режисери (Олесь Санін, Надія Кошман, Роман Бондарчук). Поволі розвивається виробництво телевізійних фільмів (головним чином це серіали). Неігрове кіно так само не втратило своєї ніші й продукує фільми („Розторгнення договору” Мурата Мамедова, „Небезпечно вільна людина” Романа Ширмана, „Назви своє ім'я” Сергія Буковського...).

Наприкінці 80 — на початку 90-х років в Україні були створені фільми, які здобули широке визнання. Серед них „Лебедине озеро. Зона” С. Параджанова та Ю. Ілленка, „Голод-33” О. Янчука. Фільм „Лебедине озеро. Зона” в 1990 р. вперше в історії українського кіно одержав нагороди престижного кінофестивалю в Каннах.

Позитивним явищем в українському кінематографі стали багатосерійні фільми за творами класиків української літератури. Це, зокрема, „Сад Гетсиманський” за мотивами творів І. Багряного, „Пастка”

— І. Франка, „Царівна” — О. Кобилянської. Схвально було сприйнято українським глядачем показ у 1997 р. багатосерійного телефільму „Роксолана”.

Високу оцінку дістало українське кіно на міжнародній арені. На 36-му кінофестивалі у Сан-Ремо фільмові „Ізгой”, створеному за мотивами повісті А. Дімарова, присуджено Гран-прі. Успішно представили своє мистецтво кінематографісти України в 1994 р. на кінофестивалі в угорському місті Дьордь. З 10 призів 4 отримали українські кінострічки: „Кордон на замку” (режисер С. Лисенко), „Хроніка повстання у Варшавському гетто” (режисер Й. Дулевська), „Портрет, пейзаж, натюрморт” (режисер С. Бусовський), „Спілка одноногих” (режисер О. Столяров).

Проте загальною тенденцією 90-х років постає зниження загального інтересу до кіномистецтва. Наприклад, знижується кількість кінотеатрів та кіно установ: 1990 рік – 26,8 тис., 1993 – 20,2 тис, 1995 рік – 16,1 тис; скорочується кількість відвідувань: 1990 рік – 552 млн відвідувань, 1993 – 122 млн, 1995 – 36,5 млн. Варто зазначити, що Україна успадкувала від УРСР розгалужену мережу кінообслуговування населення, яка охоплювала населені пункти всіх рівнів – від великих міст до сіл. Організована за радянської доби за принципом жорстко адміністративно керованої вертикалі, кіномережа, втім, почала зазнавати докорінних змін щодо свого управління ще на схилку існування Радянського Союзу. Так, передача в 1991 році кінотеатрів і кіноустановок у власність сільських, селищних, міських, районних у містах територіальних громад, а кінопрокату – в обласну комунальну власність фактично ліквідувала колишню вертикаль управління кінематографією. Відтоді вся турбота щодо забезпечення належного функціонування кіновидовищних закладів впала на місцеву владу.

Певна річ, подальші трансформаційні процеси в суспільстві, суттєве дорожчання експлуатації кіномереж та зниження платоспроможності значної частини українського населення негативно позначилися на подальшій долі „традиційно радянської” системи кінообслуговування населення. Так, лише за період з 1996 по 2003 рік кількість кіноустановок в цілому по Україні зменшилася з 11800 до 3207. Позитивні зрушення, які розпочалися з кінця 90-х років (коли почала давати позитивні результати дія ринкових механізмів, розпочалася модернізація кіномережі), майже цілковито обмежилися розвитком міської кіномережі. На якість

кінообслуговування сільського населення негативно впливає скорочення кіномережі не лише на селі, але й у районних центрах

Як бачимо, наприкінці 90-х років українське кіно опинилося в глибокій кризі. У складних умовах ринкової трансформації та конкуренції з боку іноземного кіно і відео потрібно було розв'язати цілу низку завдань – сформувати сучасні механізми фінансування національного кіновиробництва, створити стимулюючу, протекціоністичну щодо нього законодавчу базу, фактично наново створити структуру кінореклами і промоції вітчизняної кіно- та відеопродукції, українську кіноархівну справу, побудувати стабільні й двосторонні канали мистецьких та комерційних зв'язків української кінематографії із світовим кінопроцесом.

Перші кроки на шляху кінореформ були зроблені в 1997 – 1998 рр. з прийняттям Закону України „Про кінематографію”. Почала запроваджуватися продюсерська система кіновиробництва, передбачена згаданим Законом, урядовою Постановою від 9.06.97 р. „Про структурну перебудову в галузі кінематографії” та „Положенням про державну підтримку національних фільмів в продюсерській системі”.

Однак поза виробничими слід необхідно вирішувати творчі проблеми. Головною з них є бачення мистецького обличчя національного кіно, що включає в себе низку заходів.

Позитивним явищем на цьому тлі постає розпочата підготовка режисерів і сценаристів. Створюються україномовні фільми. У 1991 р. постановою Кабінету Міністрів України було створено Державний фонд української кінематографії, керівником якого призначено відомого кінорежисера Ю. Ілленка. Цього ж року в Чернівцях відбувся перший Всеукраїнський кінофестиваль, присвячений пам'яті І. Миколайчука. На ньому демонструвалося 20 документальних, науково-популярних та анімаційних фільмів, серед яких „Танго смерті” О. Муравйова, „Кому вгору — кому вниз” С. Клименка, „Козаки йдуть” С. Омельчука, „Ізгой” В. Савельєва. Головний приз одержав фільм „Голод-33”, який створив на студії ім. О. Довженка режисер О. Янчук. У 1994 р. кіностудія ім. О. Довженка одержала статус Національної. Важливою подією стало створення Спілки кінематографістів Асоціації молодих кінематографістів України (АМКУ).

Запорукою розвитку українського кінематографу є відбудова його у двох напрямках: по-перше, це забезпечення гідних та конкурентоспроможних виробничих та фінансових умов для

фільмовиробників, а по-друге – налагодження чіткої системи підготовки та функціонування й стимулювання професійних кадрів.

**Н. Н. Шептун,
г. Белгород**

МУЛЬТИМЕДИА КАК ОТКРЫТАЯ СИСТЕМА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТА СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ

В настоящее время современные средства мультимедиа относятся к одним из наиболее динамично развивающихся и перспективных направлений информационных технологий. Умение ориентироваться в информационных потоках, способность к самообразованию, переквалификации посредством мультимедиа – базовые составляющие профессионального и личного успеха современного специалиста сферы культуры и искусств.

Будущему специалисту в области культуры и искусства в век электронной культуры особенно важно иметь представления о мультимедиа как об особом виде компьютерной технологии, который объединяет в себе традиционную статическую визуальную (текст, графика) и динамическую (речь, музыка, видеофрагменты, анимация и т. п.) информацию.

Мультимедиа – эта новая форма – выступает сегодня не столько продуктом технологической революции, сколько цифровым воплощением идей, которые присутствуют в разных видах искусства и деятельности на протяжении тысячелетий. Впрочем, и сегодня есть такие сферы, куда ещё не проникли явления мультимедиа: к примеру, современный театр (имеется в виду, что компьютер не пришёл в театр как идеология).

Современные информационные технологии стали основой «виртуальной реальности» мира, где мы получаем новые возможности в плане поведения, мышления, миромоделирования. Наиболее впечатляющим достижением новой информационной технологии является то, что теперь мы можем не только наблюдать и переживать окружающее, но и действовать по собственному усмотрению; это обусловило такие области использования технологий виртуальной реальности, как: «симуляция реальности» (полноценная имитация различных действий или форм поведения человека, психологически для человека ничем не отличающихся от соответствующих реальных действий или ситуаций); «условная виртуальная реальность» (как правило, менее точная имитация действительности; технология используется в медицине и психотехнике

для воссоздания ситуаций, которые привели пациента к тем или иным психическим травмам); «прожективные виртуальные реальности» (к этому классу виртуальных реальностей относятся все реальности, которые спроектированы исходя из некоторых идей; могут быть просто фантазиями или, напротив, идеями, основанными на определенных знаниях и теориях); «пограничные виртуальные реальности» (сочетание обычной реальности с виртуальной).

Новые компьютерные технологии, по словам А. Зинчука, могут привести в искусство театра:

- новые побудительные мотивы и новые источники сюжетосложения – для драматургов;
- небывалые выразительные средства – для художников и композиторов;
- формы интерактивной игры со зрительным залом, когда заранее спланированное действие может приобрести неожиданный поворот или развитие, – для режиссёров-постановщиков;
- возможность бесконечной импровизации – для актёров и др.;
- фантастические возможности – для осветительного и постановочного цехов. Например, с помощью лазерной технологии (отклоняющих призм, зеркал, экранов, полупрозрачных сред, голографии и т. д.) возможна имитация театральных декораций.

Наиболее полно этот мир мы можем вообразить себе именно в образах виртуальной реальности, объёмно, с использованием всех средств мультимедиа, в самых совершенных и ярких красках посредством технически разнообразных решений. В полном смысле виртуальная реальность пока не используется. Однако в будущем именно она может предоставить невероятные возможности для творчества, потому что последние коммуникативные программы устроены так, что они «видят» весь окружающий виртуальный мир как часть домашнего компьютера. А виртуальный мир – это, прежде всего, глобальная информационная сеть.

Бесспорно, цифровые технологии в XXI в. станут основой технической индустрии. Однако, какой бы ни была аппаратура, главными в искусстве должны быть эстетическая и смысловая доминанты художественного пространства как образного целого. В этом аспекте и необходимо осуществлять подготовку специалистов нового тысячелетия, сочетая практическое освоение компьютерных технологий, разнообразных технических средств и понимание эстетической природы, законов восприятия художественного пространства. Так, синтез технического и собственно творческого начал, «вырастающий» из сближения оригинального и традиционного, традиционного и оригинального, должен стать основой индустрии мультимедиа, предоставить широкий спектр возможностей для создателей мультимедиа (художников,

видеомонтажерів, композиторів, звукорежиссерів і др.), розширяючи масштаби їх творчої діяльності за рахунок креативного потенціалу мультимедійних засобів, що дозволяють знаходити найрізноманітніші і ефективні форми і методи самореалізації.

Процес синтезу сучасних засобів мультимедіа, інформаційних технологій і художнього творчості обумовлює інтеграційний підхід в навчанні фахівця сфери культури і мистецтва в сучасному динамічно розвиваючому технологічному світі; вимагає комплексного занурення носія культури в потоки медіапросторів з урахуванням духовно-моральних і професійно-творчих інтересів.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие / Р. Арнхейм. – М. : Прогресс, 1974. – 392 с.
2. Воген Т. Мультимедиа : практ. руководство / Т. Воген ; пер. с англ.; предисл. Б. Колигена. – М. : Попурри, 1997. – 154 с.
3. Дворко Н. И. Режиссура мультимедиа: генезис, специфика, эстетические принципы : автореф. дис. д-ра искусствоведения / Н. И. Дворко. – М., 2004. – 47 с.
4. Зинчук А. Третья рука человечества / А. Зинчук // Театральная жизнь. [Электронный ресурс]
Режим доступа к статье:
http://www.newdrama.spb.ru/articles/tr_ruka.htm
5. Маньковская Н. Б. Виртуальная реальность в искусстве и эстетике Н. Б. Маньковская // Кино: методология исследования : сб. науч. тр. – М., 2001. – С. 7 – 17

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Алфьоров Андрій Миколайович, викладач кафедри телебачення Харківської державної академії культури (м. Харків, Україна)

Алфьоров Микита Андрійович, аспірант Харківської державної академії культури (м. Харків, Україна)

Алфьорова Зоя Іванівна, доктор мистецтвознавства, професор, декан факультету кіно-, телемистецтва Харківської державної академії культури, керівник Харківського обласного відділення Спілки кінематографістів України (м. Харків, Україна)

Безручко Олександр Вікторович, кандидат мистецтвознавства, професор КиМУ, завідувач кафедри кіно-, телемистецтва, заст. директора Інституту телебачення, кіно і театру Київського міжнародного університету (м. Київ, Україна)

Беломоїна Катерина Сергіївна, викладач кафедри кіно-, телемистецтва Луганського державного інституту культури і мистецтв (м. Луганськ, Україна)

Валюкевич Алла Геннадіївна, викладач кафедри кіно-, телемистецтва Луганського державного інституту культури і мистецтв (м. Луганськ, Україна)

Гавриленко Сергій Дмитрович, доцент КиМУ, Інститут телебачення, кіно та театру Київського міжнародного університету (м. Київ, Україна)

Гвоздев Володимир Миколайович, кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (м. Луганськ, Україна)

Горпенко Володимир Григорович, доктор мистецтвознавства, професор, ректор Інституту екранних мистецтв імені І. Миколайчука (м. Київ, Україна)

Дергач Маргарита Альфрїтівна, кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри журналістики Запорізького національного технічного університету (м. Запоріжжя, Україна)

Дідиченко Алла Леонідівна, аспірантка другого року навчання Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (м. Луганськ, Україна)

Дунін Василь Керсантович, завідувач кафедри кіно-, телемистецтва Луганського державного інституту культури і мистецтв (м. Луганськ, Україна)

Журавльова Тетяна Леонідівна, старший викладач кафедри кіно-, телемистецтва Луганського державного інституту культури і мистецтв (м. Луганськ, Україна)

Івашев Олег Володимирович, старший викладач кафедри кіно-, телемистецтва Луганського державного інституту культури і мистецтв (м. Луганськ, Україна)

Климова Валентина Миколаївна, викладач кафедри гуманітарних і соціально-економічних наук Белгородського державного інституту культури і мистецтв (м. Белгород, Російська Федерація)

Колос Діна Миколаївна, викладач кафедри кіно-, телемистецтва Луганського державного інституту культури і мистецтв (м. Луганськ, Україна)

Кулабухов Дмитро Анатолійович, кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри гуманітарних і соціально-економічних наук Белгородського державного інституту культури і мистецтв (м. Белгород, Російська Федерація)

Кулабухова Валентина Опанасівна, заслужений працівник культури РФ, доцент кафедри театральної творчості Белгородського державного інституту культури і мистецтв (м. Белгород, Російська Федерація)

Кулабухова Марина Анатоліївна, кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри гуманітарних і соціально-економічних наук Белгородського державного інституту культури і мистецтв (м. Белгород, Російська Федерація)

Курінна Ганна Вікторівна, кандидат мистецтвознавства, старший викладач кафедри телерепортерської майстерності, заступник декана факультету кіно-, телемистецтва Харківської державної академії культури (м. Харків, Україна)

Мироненко Марина Олександрівна, доцент кафедри кінотелемистецтва Інституту телебачення, кіно і театру Київського міжнародного університету (м. Київ, Україна)

Москалюк Борис Олександрович, заслужений журналіст України, доцент, старший викладач кафедри журналістики Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (м. Луганськ, Україна)

Нікітіна Марина Ігоровна, викладач кафедри кіно-, телемистецтва Луганського державного інституту культури і мистецтв (м. Луганськ, Україна)

Плещенко Кирило Володимирович, аспірант другого року навчання Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (м. Луганськ, Україна)

Половинко Вікторія В'ячеславівна, аспірант першого року навчання Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (м. Луганськ, Україна)

Порожна Світлана Геннадіївна, магістрант Інституту телебачення, кіно і театру Київського міжнародного університету (м. Київ, Україна)

Поспелов Сергій Валерійович, викладач кафедри кіно-, телемистецтва Луганського державного інституту культури і мистецтв (м. Луганськ, Україна)

Привен Олена Борисівна, заслужений журналіст України, регіональний кореспондент газети «БІЗНЕС» (м. Луганськ, Україна)

Романова Наталія Валеріївна, викладач кафедри кіно-, телемистецтва Луганського державного інституту культури і мистецтв (м. Луганськ, Україна)

Савченко Борис Іванович, народний артист України, заслужений діяч мистецтв України, президент Гільдії кінорежисерів України, професор кафедри режисури Інституту екранних мистецтв Київського національного університету театру, кіно і телебачення ім. І. К. Карпенка-Карого (м. Київ, Україна)

Ус Андрій В'ячеславович, викладач кафедри телебачення, завідувач лабораторії технічних засобів телебачення Харківської державної академії культури (м. Харків, Україна)

Фесенко Юрій Павлович, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри журналістики та видавничої справи Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (м. Луганськ, Україна)

Фетісова Катерина Анатоліївна, аспірант Інституту екранних мистецтв Київського національного університету театру, кіно і телебачення ім. І. К. Карпенка-Карого (м. Київ, Україна)

Цибульська Ярослава Юріївна, редактор інформпрограм ТВО ДО ЛОДТРК (м. Луганськ, Україна)

Шептун Наталя Миколаївна, старший викладач кафедри гуманітарних і соціально-економічних наук Белгородського державного інституту культури і мистецтв (м. Белгород, Російська Федерація)

Наукове видання

**ПРОФЕСІЙНА ОСВІТА
В ГАЛУЗІ КІНО-, ТЕЛЕМІСТЕЦТВА**

**МАТЕРІАЛИ
ІІІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ**

15 – 16 грудня 2010 р.

Відповідальний за випуск:

В. К. Дунін

Технічний редактор – Н. В. Колотовкіна

Комп'ютерний макет – К. В. Токар

Дизайн обкладинки – С. В. Вейда

**За достовірність викладених фактів, цитат
та інших відомостей відповідає автор**

Підп. до друку 13.12.2010. Формат 60x84 1/16. Папір офсет.
Гарнітура Times New Roman. Друк RISO. Ум. друк. арк. 8.
Тираж 100 пр. Зам. № 80.

Видавництво

Луганського державного інституту культури і мистецтв

91055, м. Луганськ, Красна площа, 7.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 2686 від 15.11.2006 р.

Тел.: (0642) 59-02-62.