

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Колесниченко А. В. Практическая журналистика : учебное пособие / Александр Васильевич Колесниченко. – Москва : Издательство Московского университета, 2008. – 177 с.
2. Михайлин І. Л. Основи журналістики / Ігор Леонідович Михайлин. – Київ : «Центр учбової літератури», 2010. – 482 с.

Кияшко Ю. П.,
канд. наук із соц. ком., доцент,
Інституту гуманітарних наук
Університету державної
фіскальної служби України (м. Ірпінь)

ПОШУКИ ФОРМ ВІЗУАЛЬНОГО ВІДОБРАЖЕННЯ РЕАЛЬНОСТІ В ІСТОРИЧНОМУ КОНТЕКСТІ: ВІДКРИТТЯ ДЕВІДА ЛЬЮЕЛІН ВОРК ГРІФФІТА

Телебачення – засіб масової комунікації, який органічно поєднує вербальну й візуальну структури повідомлення. Здійснюючи вплив одночасно на слух і зір людини, аудіовізуальні ЗМІ здатні до максимальної активізації людського сприйняття. Проблема створення візуального образу на телебаченні завжди була однією з ключових у галузі виробництва телевізійного продукту. Починаючи з витоків телебачення і його перших творців (братів Льюм'єр, братів Шарля та Еміля Пате та ін.), питання магнетизму екрану, привернення уваги різними засобами було і залишається одним із найголовніших в кіно-, а згодом і телевиробництві.

Розуміння сучасних мас медійних процесів вбачається можливим лише за умови глибинного вивчення передумов виникнення відображення реальності на екрані. Так, історичний екскурс в минуле дозволяє констатувати, що на етапі усвідомлення природи телебачення не лише як засобу, що задовольняє інформаційні потреби, але й передбачає естетичне відображення реальності, творчу інтерпретацію відзнятого, митці працювали над оптимальними системами зображально-виражальних засобів, створювали «азбуку екрану».

Основні вектори екранної природи, що виявились на зламі ХІХ та ХХ століть і досі вважаються класичними. А деякі прийоми, що загубились на цілі десятиліття, як ті, що вже втратили актуальність, повертаються сьогодні з новітніми медіа. Відеовиробництво сьогодні з одного боку спрощується: темп самого процесу обробки візуальної інформації пришвидшується з кожним днем, відсікаючи другорядне; з іншого боку – тех-

нічні можливості сучасних засобів масової комунікації дозволяють експериментувати, перетворюючи знов процес монтажу на мистецтво.

Розглядаючи становлення екранних мистецтв на початку минулого століття, спостерігаємо дослідження естетики зображення, що стає об'єктом вивчення митців Дзиги Вертова, О. Довженка, С. Ейзенштейна, Л. Кулешова, В. Пудовкіна, М. Ромма, Е. Шуб та ін. Так, фундамент для подальших пошуків форм візуального відтворення хронік за допомогою екранних засобів заклав і кінорежисер, актор, сценарист, продюсер Девід Льюелін Ворк Гріффіт (David Llewelyn Wark Griffith), з ім'ям якого часто пов'язують відлік історії кіно як особливого виду мистецтва [3]. Розглянемо внесок американського митця й дослідника, який вже на ранньому етапі формування телебачення здійснював пошуки форми відображення «картинки», побудови відеоряду й окремого кадру як його складника. Проаналізуємо, які запропоновані прийоми існують та використовуються сьогодні.

Д. В. Гріффіт одним з перших митців увів і остаточно систематизував нову техніку, яка дає змогу глядачу стежити за виразом обличчя акторів та відчувати всю палітру емоцій через екран. Це стало можливим через відкриття такої особливості апарата, як всюдисутність, що створювала безперервну дію. До цього інші режисери використовували статичний план.

Монтаж в цілому існував і в перші роки появи кіно, але саме Гріффіт відкрив монтаж, як творчий процес: крупні, дальні, середні плани; зйомка під час руху, різкі наближення камери до об'єкту зйомки. Митці, що працювали з відомим режисером, актором та продюсером [2] й ті, хто вивчав його творчість [4] підтверджують думку про те, що Гріффіт опрацював синтаксис екрану: «до 1908 року зображення ще тільки промовляли перші літери алфавіту. А завдяки Гріффіту вони засвоїли граматику екрану та риторику фотокартки» [3]. Ці нові ідеї з організації відео митець реалізував у найвдаліших картинах «Зламани паго-ни», «Народження нації», «Нетерпимість».

До арсеналу того, що удосконалив Девід Ворк, належить техніка паралельного монтажу. Його камера отримала здатність переносити глядача одразу в декілька локацій. Таким чином, якщо раніше паралельний монтаж відповідав на запитання «що розповісти на екрані?», то у Гріффіта вже стоїть питання: «як розповісти?» [1].

Д. В. Гріффіт одним з перших починає працювати з управлінням глядацької уваги. Нереальність крупного плану, помножена на нереальність проекції на екран, в результаті парадок-

сальним чином створює феномен реалізму на протигагу театру. І це новаторство в його експериментах було безперечним, а у 1935 році відзначене почесним «Оскар» за «внесок у розвиток мистецтва кіно». Вважається, що він увів до кінематографу систему культури, визначив формування всієї подальшої кіноіндустрії.

Отже, говорячи про феномен зображального ряду на телебаченні, природу поєднання відзнятих кадрів, телевізійники із самого початку експериментів відображення дійсності на екрані замислювались над способами моделювання реальності. Система методів, запропонованих митцем і дослідником Девідом Гріффітом, знаходить місце і в сучасному медіавиробництві, а деякі з них набувають нового звучання (склейка різних за масштабом планів, тривалість кадрів та атмосфера в паралельному монтажі та ін.). Сьогодні візуальна комунікація активно використовується як на телебаченні, так і в новітніх медіа, де платформою для трансляції є соціальні мережі (Facebook, ВКонтакте, Instagram та багато інших), рейтингові відеохостингові компанії, що надають користувачам послуги зберігання та розповсюдження власного відеоконтенту (Youtube, vimeo та ін) [5].

Спостерігаємо тенденцію до популярності відеоконтенту як засобу обміну інформацією, розважального сегменту, комерційного просування товарів та послуг. Телевізійний сюжет в класичному розумінні інтерпретується на сучасних платформах. В деяких випадках відеоповідомлення може бути лаконічним, а в інших навпаки – доречно подати повний відеофрагмент події, хоча й позбавлений естетики кадру. Але такі важливі для природи екрану концепти, як всюдисутність, використання монтажу, як творчого процесу, управління глядацькою увагою, використовуючи технічні засоби та творчі ідеї режисерів, тележурналістів і влогерів, залишаються актуальними на сучасному етапі розвитку візуальних мас медіа.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андреев А. Гриффити короткий метр [Электронный ресурс] / Андрей Андреев. – 20 сентября, 2010. – Режим доступа : <http://seance.ru/blog/griffith-shorts/>
2. Гиш Л. Кино, Гриффит и я / Лилиан Гиш. – М. : Искусство, 1974. – 182 с.
3. Садуль Ж. Всеобщая история кино : в 4 т. [Электронный ресурс] / Жорж Садуль – Москва : Искусство, 1958. – Т. 1 : Изобретение кино 1832–1897, Пионеры кино 1897–1909. – Режим доступа : <https://coollib.com/b/260867/read#t70>

4. Трауберг Л. Дэвид Уорк Гриффит/ Леонид Трауберг. – М. : Искусство, 1981. – 232 с.

5. Top 15 Most Popular Video Websites April 2017 [Электронный ресурс] // ebizmba.com. – 2017. – april. – Режим доступа : <http://www.ebizmba.com/articles/video-websites>

Костюченко А. М.,

магістрант,

Київський національний університет
імені Тараса Шевченка

РАНКОВІ ІНФОРМАЦІЙНО-РОЗВАЖАЛЬНІ ПРОГРАМИ В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ «СНІДАНКУ З 1+1»)

У роботі проаналізовано ранкові інформаційно-розважальні програми, їхнє функціонування на українському телебаченні та їх жанрову специфіку. За допомогою методу контент-аналізу розглянуто їх тематичну спрямованість.

Для прикладу обрано ранкову інформаційно-розважальну програму «Сніданок з 1+1». Для розуміння жанрового наповнення обрано період з 3 по 7 квітня 2017 року (5 випусків). Цікаво те, що наповнення цієї програми можна умовно поділити на 2 види: гостьові (прямий ефір із гостем, під час якого обговорюється певна тема) та сюжети (записані завчасно відеоматеріали на певну тему). Перший вид поділяється за часом та наповненням:

1) Актуальна гостьова (починається від 7.17 до 7.27, під час якої обговорюється найважливіша тема);

2) Побут (триває з 8.10 до 8.20, тут обговорюються теми, які допоможуть глядачу прибирати удома);

3) Здоров'я (з 8.40 до 8.50, під час якої обговорюються теми, що стосуються здоров'я людини);

4) Зірковий гість (ставиться під кінець програми, близько 9.15 і до 9.25, у цій гостьовій на програму може завітати відома людина, що розповідає про себе або про свою творчість).

Наприклад, у понеділок, 3 квітня у актуальній гостьовій обговорювали абонплату за газ, а у гостях був Дмитро Маруніч, співзасновник та керівник «Фонду енергетичних стратегій». Перед таким прямими ефірами глядачу показують сюжет на задану тему, аби під час розмови із запрошеним гостем у нього не виникали питання.

Окрім гостьових у «Сніданку з 1+1» є такі рубрики (період за 03.04.2017 по 07.04.2017):