

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕАТРУ, КІНО І  
ТЕЛЕБАЧЕННЯ ІМЕНІ І. К. КАРПЕНКА-КАРОГО  
ІНСТИТУТ ЕКРАННИХ МИСТЕЦТВ  
КАФЕДРА РЕЖИСУРИ ТЕЛЕБАЧЕННЯ**

Міжнародна науково-творча конференція  
**КУЛЬТУРНІ ОРІЄНТАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА У  
СФЕРІ АУДІОВІЗУАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА  
ПРОБЛЕМИ (тези доповідей)**

**Київ - 2024**

## Зміст

Секція 1: Основні вектори розвитку та тематичного спрямування українського аудіовізуального мистецтва в процесі євроінтеграційних змін. Питання збереження самоідентичності.....	4
КЛОПЕНКО М.І. ПЕРСПЕКТИВИ ТЕМАТИЧНОГО СПРЯМУВАННЯ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО КІНО: МОРАЛЬНО-ЕКЗИСТЕНЦІАЛЬНИЙ КОД .....	4
ВІТРІВ В.В. РЕЖИСЕРСЬКЕ ОСМИСЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ ЧЕРЕЗ ВНУТРІШНІ КОНФЛІКТИ ПЕРСОНАЖІВ (НА МАТЕРІАЛІ ФІЛЬМУ «Я І ФЕЛІКС» ІРИНИ ЦІЛИК) .....	8
ЖУРАВЛЬОВА Т. В. УКРАЇНСЬКИЙ ЕКРАННИЙ ГЕРОЙ В СУЧАСНОМУ ВИМІРІ .....	11
КУЩ Є. В. КУЛЬТОВИЙ АСПЕКТ ФОРМУВАННЯ МУЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПРИКЛАДІ РОЗВИТКУ ЗВУКОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ .....	15
ОМЕЛЯНЧУК В.О. ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА ЙОГО ПОТЕНЦІЙНИЙ ВПЛИВ НА УКРАЇНСЬКЕ АУДІОВІЗУАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО .....	19
СТАНІСЛАВСЬКА К. І. АУДІОВІЗУАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ВИРАЗНИЙ КОМПОНЕНТ СУЧАСНОГО СЦЕНІЧНОГО ДІЙСТВА .....	23
ХІМІЧ А.В. «БАНАЛЬНИЙ ДІАЛОГ» ЯК РЕЖИСЕРСЬКЕ ОСМИСЛЕННЯ СТОСУНКІВ ПЕРСОНАЖІВ У ІГРОВОМУ КІНО (НА ПРИКЛАДІ ФІЛЬМУ М. НАКОНЕЧНОГО «БАЧЕННЯ МЕТЕЛИКА») .....	26
МАСНИК О.Р. ВЛАСТИВОСТІ ТЕМБРАЛЬНОГО ДІАПАЗОНУ ВИКОНАВЦЯ У ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕМПАТИЧНОГО ВПЛИВУ ЕКРАННОГО ГЕРОЯ .....	29
ШЕРСТЮК А. СПЕЦИФІКА УКРАЇНСЬКОЇ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ В ГАЛУЗІ КІНОВИРОБНИЦТВА. ДОСВІД ВТІЛЕННЯ ПРОЕКТУ В НІДЕРЛАНДАХ .....	33
ПЕТРОВСЬКА О.С. ХОРЕОГРАФІЯ - ЯК СПОСІБ ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ТРАНСЛЯЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ ОРІЄНТАЦІЇ УКРАЇНЦІВ В АУДІОВІЗУАЛЬНОМУ МИСТЕЦТВІ .....	43
Секція 2: Синкретизм культурних організацій. Вплив вимог часу та геополітики на аудіовізуальне мистецтво .....	47
МІРОШНИЧЕНКО М.О. ТЕМАТИЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ СУЧАСНОСТІ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ЛІТЕРАТУРНОГО МАТЕРІАЛУ .....	47

ПОНОМАРЕНКО О. А. ПРОЯВ УКРАЇНСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В ПОВЕДІНКОВІЙ ПРИРОДІ ЕКРАННОГО ГЕРОЯ НА ПРИКЛАДІ ФІЛЬМУ ОЛЕСЯ САНІНА «ПОВОДИР» .....	51
КУРБАНОВ Г.О. СИНКРЕТИЗМ НАРОДНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНИХ ЗМІН НА НЕЇ .....	54
ЦЬОНА А.-Г. О. ВЗАЄМОДІЯ ПРОФЕСІЙНИХ ТА НЕПРОФЕСІЙНИХ АКТОРІВ У КІНО (НА ПРИКЛАДІ КАСТИНГУ ФІЛЬМУ «ЛА ПАЛІСІАДА» Ф. СОТНІЧЕНКА) .....	56
КОСТИЛЄВА В.А. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТЕЛЕВІЗІЙНОГО КОНТЕНТУ ДЛЯ ДІТЕЙ.....	60
БОГДАН П. Д. СУЧАСНА ТЕЛЕЖУРНАЛІСТИКА: ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУСКИ ЧИ МОВЛЕНЕВЕ МАНІПУЛЮВАННЯ .....	65
Секція 3: Маркетинг і мистецтво. Основні тенденції розвитку аудіовізуального мистецтва в контексті економічних вимог сучасності.....	71
БАБІК А.І. ПРО СУЧАСНІ ВИМОГИ ДО МОДЕРНІЗАЦІЇ ТА РЕФОРМУВАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ДРАМАТУРГІЯ КІНО І ТЕЛЕБАЧЕННЯ .....	71
ЗЕМЛЯНИЙ К. О. ПОШУК ФІНАНСУВАННЯ ТА МОЖЛИВОСТЕЙ КО-ПРОДУКЦІЇ ДЛЯ ІГРОВОГО КОРОТКОМЕТРАЖНОГО ФІЛЬМУ В УМОВАХ ВІДСУТНОСТІ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ КІНЕМАТОГРАФІЇ. ....	75
НЕЧМОГЛОД Е. МИСТЕЦЬКА КРЕАТИВНІСТЬ ТА МАРКЕТИНГОВІ ВИКЛИКИ: ДРАМАТУРГІЯ АБСУРДУ В УКРАЇНСЬКІЙ КІНОКОМЕДІЇ	78
УЛАНОВСЬКИЙ Д. О. СПЕЦИФІКА ВИТРАТ НА ПРОСУВАННЯ АУДІОВІЗУАЛЬНОГО ТВОРУ .....	81
СТУЛІЙ А. І. ЗАСТОСУВАННЯ МУЛЬТИМЕДІА В КОНТЕКСТІ .....	84
МАРКЕТИНГОВИХ АУДІОВІЗУАЛЬНИХ ТВОРІВ.....	84
Секція 4: Питання селекції творчих проявів у сфері освітньо-виховної діяльності закладів мистецької освіти .....	87
ІВАШЕЧКІНА М. В. ВИКОРИСТАННЯ ПСИХОФІЗИЧНИХ ТЕХНІК, НАПРАВЛЕНИХ НА ВИЯВЛЕННЯ РЕПРЕЗЕНТАТИВНОЇ СИСТЕМИ СТУДЕНТА, ЯК ОСНОВА ІНДИВІДУАЛЬНОГО ПІДХОДУ У ВИХОВАННІ АКТОРА .....	87
СЕРБІНА Є. В. ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПЕДАГОГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У МИСТЕЦЬКИХ ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ .....	92

**Секція 1: Основні вектори розвитку та тематичного спрямування українського аудіовізуального мистецтва в процесі євроінтеграційних змін.**  
**Питання збереження самоідентичності**

*Клопенко М.І., аспірант кафедри кінознавства  
інститут екранних мистецтв  
Київський національний університет  
театру, кіно і телебачення імені І.К.Карпенка-Карого  
Київ, Україна*

**ПЕРСПЕКТИВИ ТЕМАТИЧНОГО СПРЯМУВАННЯ СУЧАСНОГО  
УКРАЇНСЬКОГО КІНО: МОРАЛЬНО-ЕКЗИСТЕНЦІАЛЬНИЙ КОД**

Історія українського кіно завжди була тісно пов'язана з історичними та соціально-політичними змінами. Сьогодні особливо важливим стає питання тематичного спрямування фільмів сучасної української кіногенерації. Захист власного суверенітету в процесі повномасштабної російської агресії, існування посеред катастрофи війни, намагання зупинити руйнування не лише людського життя, а й індивідуального світосприйняття – ці та інші аспекти обумовленості українського кіно потребують міркувань з приводу підходів у вираженні актуальних проблем, особливостей характерів і образів на екрані.

Окрім продовження тематичної лінії, окресленої з початком російсько-української війни, слід звернути увагу на ширші соціально-політичні контексти, де саме ціннісний аспект є визначальним. Побіжний погляд на тематичний спектр українських фільмів, зокрема, фестивального кіно, дозволяє помітити стійкі морально-екзистенціальні мотиви. Сутність героя починає все більше розкриватися не лише в результаті конкретних дій, але й завдяки глибшому розкриттю його внутрішнього життя, що включає світоглядні орієнтири та духовні прагнення. Людській екзистенції в умовах війни закономірно відведене місце ключової теми, проте авторів постійно супроводжує небезпека схибити, вдатися у показний і штучний героїзм, далекий від правди життя. Гарним доказом цього є слова видатного польського режисера Анджея Вайди: «І тому

мене глибоко обурюють фільми, в яких герої з першої миті відчувають себе героями, всією своєю поведінкою підкреслюють, що віддають своє життя на вівтар вітчизни, несуть, мов прапор, свідомість свого героїзму, своєї винятковості. Це суперечить правді життя. Насправді героїзм був непоказний, буденний. Тисячі молодих людей, що віддали життя за вітчизну, ні на мить не задумувалися над цим» [2, с. 84].

Міркуючи про тематичні розвороти українського кіно, доцільно звернутись до такого феномену як фільми «морального занепокоєння», які виникли в 70-х роках у польському кіномистецтві. І хоч вони мали свій специфічний соціально-політичний вимір, (в тому числі пов'язаний з впливами післявоєнної «польської школи»), це кіно з усім тим може дати натяки щодо способів фіксації ціннісних змін в українській ситуації. Оскільки це кіно фокусується на проблемах самотності, покинутості, некомунікабельності, провини й совісті, відповідальності та обов'язку тощо, то може бути вдалим маркером дезорієнтації та невизначеності, суспільної патології, коли зростає ризик втрати значення цінностей як таких. Бажання кінематографістів передати внутрішню тривогу і неспокій сучасника було необхідністю, так само як зараз артикуляції вимагає сум'яття українського суспільства. В такому випадку можна говорити про ближчу до українських стрічок назву – кіно «моральної вразливості». Саме така вразливість охоплює незахищену людину, вражену світоглядними потрясіннями, переживанням втрати орієнтирів, довіри й спокою.

Справедливою є думка З. І. Алфьорової про те, що в ігровому кінематографі України сформувались три основних тематичних напрямки: осмислення історії країни під новим історичним кутом; віддзеркалення подій Майдану та російсько-української війни; кінорепрезентація сучасних реалій буття в Україні [1, с. 215]. Наразі кіно невідривне від обставин повномасштабної війни та актуалізації екзистенціальної проблематики, яка вкорінюється в національній свідомості. Все більшого значення набувають наративи пошуку моральної першооснови, коли не має можливості знехтувати особистою відповідальністю чи скористатись відсутністю моральних запобіжників у

власному житті. Натомість принциповою стає небайдужість героя до того, що відбувається навкруги, його критичне ставлення до несправедливості, що підриває віру у гідний ціннісний вибір людини.

Риси феномена подібної «моральної вразливості» що дотична до «морального занепокоєння», помітні у фільмах В. Васяновича («Атлантида», «Відблиск»), Н. Ворожбит («Погані дороги»), М. Наконечного («Бачення метелика»), Н. Алієва («Додому»), М. Ер Горбач («Клондайк»), І. Цілик («Земля блакитна, ніби апельсин»), А. Горлової («Цей дощ ніколи не скінчиться»), О. Радинського («Нескінченність за Флоріаном»), К. Тинькевич («Як там Катя?») та інших. В тій чи іншій мірі у цих роботах автори відтворюють хворобливу розгубленість перед майбутнім, деформацію духовного стану людей, розкривають темні сторони людського буття посеред соціального абсурду, включно з проблемами посттравматичного вигорання, насильства, нетерпимості, і навіть подекуди протистояння системі та владі. Ці рефлексії передбачають етичний характер, формуючи обличчя героя (неважливо, це воїн, волонтер, митець, пересічний працівник, чи будь-хто інший) і проголошуючи його бажання відстояти власну гідність та свободу.

Отже, сьогодні оновлена тематична спрямованість українського кіно набуває особливого значення. Чесне відтворення морально-психологічного стану українців, соціальної анемії та психологічної втоми, розгубленості на тлі загальної дезорієнтації, порушень комунікації та втрата спокою і впевненості у власному житті (насамперед через втрату контролю над ним у зв'язку з війною) складають необхідний фундамент мистецької рефлексії, яка є травматичною, проте в той же формує світоглядний шар національної ідентичності. Намагаючись передати інтенсивність духовного життя героїв, українські режисери надають глядачу більшу повноту їх психологічних характеристик, занурюють у їхню боротьбу, а тому тяжіння до окремих рис, а найважливіше – тем кінематографа «морального занепокоєння», стає одним з можливих та актуальних способів поміркувати про сьогодення.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алфьорова З. І. *«Нове» українське кіно в контексті сучасного аудіовізуального мистецтва*//Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво, 2020 / 3(2). с. 213-221.
2. Вайда А. *Повертаючись до перейденого*. Львів, Каменяр. 2000р.,158 с.

*Вітвів В.В., аспірант  
кафедри режисури телебачення  
інститут екранних мистецтв  
Київський національний університет  
театру, кіно і телебачення імені І.К.Карпенка-Карого  
Київ, Україна*

**РЕЖИСЕРСЬКЕ ОСМИСЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ  
ЧЕРЕЗ ВНУТРІШНІ КОНФЛІКТИ ПЕРСОНАЖІВ  
(НА МАТЕРІАЛІ ФІЛЬМУ «Я І ФЕЛІКС» ІРИНИ ЦІЛИК)**

**Постановка проблеми.** В Україні зростає кількість авторів, що у своїх художніх кінофільмах відображають певні аспекти соціальної реальності. До таких фільмів можна віднести «Плем'я» Мирослава Слабошпицького, «Додому» Нарімана Алієва, «Клондайк» Марини Ер-Горбач, «Люксембург-Люксембург» Антоніо Лукіча та інші. Варто зазначити, що відображення соціальної реальності у цих фільмах відбувається через розповідь історії. Оповідь даних історій зосереджена на вирішенні проблеми, яка постає перед протагоністами. Саме проблема каталізує дію головного персонажу та породжує інтригу, тобто певну загадку для глядача [2, с. 47]. Варто зазначити, що автори звужують простір зображуваного життя персонажів. Дане звуження відбувається внаслідок зосередженості на проблемі-каталізаторі. Саме проблема, що постає перед протагоністом, проявляє лише ті аспекти його характеру, які необхідні для її вирішення. Європейська ж кінокультура здебільшого зосереджена не на розповіді історій, у яких глядач слідкує за вирішенням інтриги, а на зображенні індивідуального способу життя людини. До таких фільмів можна віднести «400 ударів» Француа Трюффо, «Фотозбільшення» Мікеланджело Антоніоні, «Солодке життя» Федеріко Фелліні та інші. Варто зазначити, що дані фільми не містять інтриги, а викладають внутрішні конфлікти через зображення буденної поведінки персонажів. Саме такий підхід дає змогу зосередитись на викладі характеру протагоніста та зрозуміти його ідентичність.



**Мета дослідження.** Проаналізувати способи відображення соціальної реальності через внутрішні конфлікти персонажів у кінофільм «Я і Фелікс» режисерки І. Цілик та довести, що даний підхід є авторським інструментом вираження рис соціальної ідентичності.

**Виклад основного матеріалу.** Протагоністом художнього кінофільму «Я і Фелікс» режисерки І. Цілик є хлопець Тимофій, що зростає у місті Черкаси у середині 1990-х рр. Предметом розповіді для авторки не є певна історія, що трапляється із Тимофієм та породжує інтригу. І. Цілик зображає дорослішання протагоніста, оповідаючи епізоди з дитинства та зрілості. Таким чином глядач спостерігає за розвитком певного способу життя, що об'ємно висвітлює багатозаровість особистості протагоніста.

І. Цілик викладає характер Тимофія через його внутрішній конфлікт, що зосереджений на спробах контактування із зовнішнім світом. Саме соціальна реальність, що притаманна провінційному місту середини 1990-х рр., стає ключовою обставиною при формуванні особистості Тимофія. Певна невлаштованість у середовищі існування та відсутність емоційного контакту з оточенням впливає на самовідчуття Тимофія. Винятком є стосунки протагоніста з приятелем його бабусі – Феліксом. Фелікс є ветераном війни в Афганістані та переживає епізоди посттравматичного розладу. І. Цілик зазначає, що у середині 1990-х рр. люди розуміли, що ветерани страждають від ПТСР, але ніхто не намагався допомогти їм [1]. Саме через тему посттравматичного розладу авторка викладає внутрішній конфлікт Фелікса, оскільки епізоди розладу викликають дисонанс існування між внутрішнім світом особистості та зовнішнім світом соціальної реальності. Такий дисонанс впливає на Тимофія. Хоча їх стосунки досить близькі, вони розвиваються під впливом епізодів розладу та, як наслідку, алкоголізму Фелікса.

Через внутрішній конфлікт протагоніста та його стосунки із Феліксом І. Цілик осмислює соціальну реальність 1990-х рр., яка вплинула на формування характеру Тимофія та його соціальну ідентичність. Саме вираження соціальної ідентичності через внутрішній конфлікт протагоніста є ключем до розуміння

певного історичного періоду України. Виклад, що зосереджений не на розповіді історії, а на викладі течії життя дає змогу детально розглянути попередні форми існування та осмислити їх вплив на сьогодні.

**Висновки.** У результаті аналізу внутрішніх конфліктів персонажів у кінофільмі «Я і Фелікс» І. Цілик виявлені режисерські підходи до осмислення соціальної реальності. Задля викладу внутрішніх конфліктів авторка не використовує інтригу при конструюванні історії. І. Цілик зображає життя протагоніста, детально викладає обставини його існування, що виражають характер та виявляють причини формування соціальної ідентичності.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Пуганова, О. *Важливо чути одне одного, попри важкі часи. Шпальта*, 2023р. URL: <https://shpalta.media/2023/06/20/vazhливо-chuti-odne-odnogo-popri-vazhki-chasi-irina-cilik-pro-svij-film-ya-i-feliks/> (Дата звернення: 14.03.2024).
2. Сегер, Л. *Робимо гарний сценарій геніальним* / пер. з англ. О. Ануфрієва, К. Попова, Я. Гончар, А. Бількевич. Київ: ІнсайтМедіа, 2011р.

*Журавльова Т. В., кандидат мистецтвознавства  
доцент кафедри кінознавства  
інститут екранних мистецтв  
Київський національний університет  
театру, кіно і телебачення імені І.К.Карпенка-Карого  
Київ, Україна*

## **УКРАЇНСЬКИЙ ЕКРАННИЙ ГЕРОЙ В СУЧАСНОМУ ВИМІРІ**

Питання самоідентифікації українського екранного героя постало доволі недавно. Поодинокі приклади українських режисерів, які намагались протягом 1990-х та т. зв. нульових визначити національну чи політичну орієнтацію персонажів своїх стрічок переважно залишались на маргінесі культурного процесу. Байопіки чи історичні стрічки, де б позитивний персонаж маркувався як українець, у згаданий період створювались, але вагомої ролі в культурній самоідентифікації суспільства, на жаль, не відіграли. За браком екранного фактажу, питання існування українського героя на екрані не порушувалось в науковій сфері. Наголосимо – не героя на українському екрані, а героя-українця. Такої проблеми начебто не існувало. Нечисленні кінознавці, кінокритики акцентували на майже тотальній російськоцентричності українського аудіовізуального простору. Зокрема С. Тримбач ще у 2013 році наголошував що «процеси глобалізації та відчутні впродовж останніх років спроби повернути Україну в лоно російської імперії максимально загострюють проблему культурного самозахисту» [2, с. 13]. Також кінознавець, аналізуючи вітчизняний телепростір зауважив, що зокрема український серіал позбавлений рис українського побуту, українських реалій і телевізійний прайм-тайм нині (2013) майже стовідсотково російськомовний [2, с. 13].

Після 2014 року кіно- та телеекран взяли курс на створення національного продукту. Але намагання визначити приналежність героїв до України лише за мовою часто призводило до фальшивих інтонацій в спілкуванні між персонажами, а відтак поспіх та недбалість у відтворенні українського сетінгу

провокували незадоволення глядача продуктом. Причому проблему останній вбачав саме в мовній площині, адже звичка споживати російськомовний контент була міцно вкорінена в свідомість пересічного українця.

Максимальну органічність в існуванні українського героя на екрані виявили персонажі, які розмовляли не вишуканою літературною українською мовою, а суржилом. Частіше такий екранний продукт носив комедійний, сатиричний характер. Відповідно і його герої не відповідали уявленням про екранні образи як національні культурні орієнтири.

Брак екранних постатей, які б зорієнтували українського глядача на сприйняття високих націєтворчих зразків – це філософська та соціальна проблема. На жаль, в суспільну свідомість не впроваджується думка про необхідність таких героїв. Український глядач, схильний за своїми ментальними особливостями, до ідеалізації медійних персон, гостро потребує екранних персонажів, які б консолідували націю, спрямували б різновекторні культурні уявлення в єдине національне та політичне річище.

Натомість з'являється інший герой – пересічний українець, який аж ніяк не претендує на роль суспільного ідеалу. Так званий простий українець почав все гучніше виголошувати свою присутність в екранному просторі. Він приходив на екран разом із суто українською проблематикою, українським обширом, таким знайомим для більшості глядачів.

Часто такий культурний герой провокує на дискусії про доцільність виплескувати на екран наші ментальні та суспільні проблеми. Мабуть, починаючи з короткометражки «Кров'янка» (2016) А. Непиталюка та його ж «Припутнів» (2017) бере відлік репрезентація нової реальності українського екрану, нового типу конфліктів. Надто «Припутні» крізь кумедні ситуації оголюють далеко не комедійного забарвлення дійсність, в якій існують три українські жінки, з покоління в покоління несучи екзистенційний життєвий тягар, трагічний в своїй незмінності. Героїні непривабливі, часто до відторгнення, до неможливості емпатії до жодної з них. Вони намагаються фізично виїхати з села (Припутні), як із містичної Зони. «Непиталюк чудово

усвідомлює рівень розрухи, страху та злоби, якими просякнута наша провінція. Але знаходить ракурс, у якому цей безперервний скандал виглядає смішно. З другого боку, режисер не сприймає своїх героїв з їхніми дивацтвами та суржилом як екзотику: вони чітко вписані в упізнаване повсякдення, мають у собі й власну згубу, й власний фарс, і, хай там як, гідні кращого» [1].

Гідні кращого й герої іншої стрічки цього ж режисера, «Уроки толерантності» (2023). Попри той самий суржик та чималу кількість обценної лексики герої все ж намагаються змінити своє життя. Спочатку таке бажання викликане суто прагматичними причинами (європейська програма толерування національних меншин), але потім персонажі усвідомлюють власні соціальні та психологічні проблеми і намагаються переробити самих себе.

Знову персонажі представлені в доволі непривабливому фокусі, який не передбачає неореалістичних замальовок та соціальної проблематики. У всіх бідах винуваті самі герої і їх здатність переосмислювати власне життя вже є позитивною ідеєю для українського кіно.

«Люксембург, Люксембург» (2022) А. Лукіча також презентує тип персонажа, якому найменше хочеться наслідувати. Його «маленька людина» явлена немов двох іпостасях – це брати-близнюки Коля та Вася. Пізнання самого себе – через пошук батька (рекетира 1990-х) – вдається маргіналові Колі, він більше схильний до саморефлексії, а відтак до змін. Василь, який є працівником поліції, навпаки, воліє приховувати для самого себе «незручні» моменти біографії.

Тож, логічним постає питання: чи варто на сучасному українському екрані показувати реальність, якою вона є, не притлумлюючи дійсність, не ідеалізуючи, а можливо навіть згущуючи фарби для її яскравішого унаочнення. Це запитання стосується й таких стрічок як «Памфір» (2022) реж. Д. Сухолиткий-Собчук чи стрічки про воєнне сьогодення, як то «Пагані дороги» (2020) Н. Ворожбит.

Більшість героїв наведених фільмів об'єктивно не створюють позитивний імідж України, про важливість якого точаться дискусії в медіа. Культурна саморефлексія через кіноперсонажів для українського глядача є наразі

важливішою за створення штучних екранних візій України. Вочевидь ми маємо усвідомити та зартикулювати власні національні хиби, невірні шляхи та легковажність у виборі орієнтирів. Наскільки тривалим буде цей процес залежить від комунікації українських кінематографістів із соціумом, від відгуків на найменші його порухи.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Десятерик Д. День. №176, (2017). <https://day.kyiv.ua/article/kultura/ya-znayu-silske-zhyttya-u-vsiy-yoho-krasi-ta-vsomu-brudi>
2. Тримбач С. Екранні медіа і нові технології в контексті сучасної доби. Переднє слово. *Стратегії дослідження екранних медіа*. Київ : ІМФЕ, 2013. С. 12-48.

*Куш Є. В., кандидат мистецтвознавства  
доцент кафедри звукорежисури  
Київський національний університет  
театру, кіно і телебачення імені І.К.Карпенка-Карого  
Київ, Україна*

## **КУЛЬТОВИЙ АСПЕКТ ФОРМУВАННЯ МУЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПРИКЛАДІ РОЗВИТКУ ЗВУКОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Бурхливий розвиток технологій на рубежі XIX–XX століть спричинив появу принципово нових видів мистецтва – фотографії та кінематографа, сприяв розвитку звукозапису та «фонокультури» [1, с. 18–31]. Використання технічних засобів у творчому процесі стало невіддільною рисою сучасного мистецтва та вплинуло на формування багатьох естетичних і навіть соціальних установок у процесі історичного розвитку художньої культури.

В основі фото-, кінознімання та звукозапису лежать технології, що дозволяють зафіксувати аудіовізуальний образ, зберегти його на певному носії з можливістю подальшого відтворення. Одне з основних завдань технічних засобів – вірогідно, без спотворень зафіксувати інформацію на носії. Сукупність технічних засобів, які використовуються для фіксації та відтворення аудіовізуального образу, є інформаційною системою, точність роботи якої безпосередньо залежить від її лінійності. Під лінійністю тут маємо на увазі відсоткове співвідношення інформації, переданої без змін, та інформації, втраченої чи спотвореної у процесі передачі.

Між візуальними (фото-, кінознімання) та аудіальними (звукозапис) технологіями існує принципова різниця, що полягає в самому механізмі передачі та фіксації різних типів інформації. У пристроях для фото- та кінознімання застосовується метод «найкоротшого шляху»: між світловим потоком і носієм (плівкою) зазвичай знаходиться лише один передатний пристрій – об'єктив. Така конструкція збереглася до наших днів. Дещо інша ситуація склалася в процесі історичного розвитку технологій звукозапису. Перші механічні звукозаписні та

звуківідтворювальні пристрої також використовували метод «найкоротшого шляху», однак принципова неточність такого методу, велика кількість спотворень, швидке зношування носія змушувало виробників шукати нові технічні рішення. З появою електричних та електронних пристроїв (мікрофонів, динамічних гучномовців, електронних ламп, транзисторів, підсилювачів) та впровадження їх у звуковий тракт точність передачі інформації значно підвищилася, однак і зросла кількість елементів тракту.

У розвитку технологій звукозапису можна виділити два напрями: екстенсивний (збільшення кількості елементів тракту) та інтенсивний (покращення характеристик окремих елементів тракту). Якщо екстенсивний шлях розвитку сприяє спотворенню та втраті інформації, то інтенсивний покликаний мінімізувати ці втрати. Таким чином, розвиток аудіальних технологій відбувається за замкнутою схемою, на відміну від візуальних технологій, де найбільш актуальним є інтенсивний розвиток. Завдяки цьому, на наш погляд, саме візуальні технології наблизилися до свого основного завдання – точної фіксації та передачі інформації, тоді як для технологій звукозапису все ще характерна деяка непевність при передачі інформації (нелінійність), обумовлена еволюційними особливостями їхнього розвитку.

У процесі історичного розвитку аудіальних технологій лінійні та нелінійні спотворення, що виникають у звуковому тракті, стали незмінними супутниками процесу запису/відтворення звуку. В силу певних причин фізіологічного та психологічного характеру спотворений звуковий сигнал може бути сприйнятий людиною не лише як негативний фактор, а і як наділений певною естетичною цінністю. Явним доказом цього може бути той факт, що ефект, який виникає при значних нелінійних спотвореннях («овердрайв», «фазз», «дисторшн»), широко застосовується в музиці та зазвичай не сприймається як щось антихудожнє. У зв'язку з цим у розвитку аудіальних технологій можна виділити напрям, який ми назвемо умовно «емансипація спотворень». Пошук нових засобів виразності призвів до того, що спотворення у звуковому тракті в окремих випадках почали трактуватися як художній ефект і поступово перемістилися зі сфери негативних



явищ у бік явищ формотворчих, набуваючи статусу повноцінного творчого способу при створенні звукового образу. Зважаючи на конструктивні особливості різних пристроїв, які входять до складу звукового тракту, характер спотворень може змінюватись у широких межах. Відмінності у схемотехнічному рішенні та елементній базі електронних пристроїв різних виробників призвели до різкої індивідуалізації «звучання» різних елементів тракту. Отже, можна говорити про наділення окремих пристроїв певними естетичними якостями, які не підлягають точному виміру і визначаються лише суб'єктивно, «на слух».

Подібні процеси сприяють формуванню культового аспекту взаємодії людини та високих технологій, створюють родючий ґрунт для виникнення різних міфів і забобонів. На відміну від технологій візуальних, де вирішальним фактором при виборі того чи іншого пристрою, в основному, служать його об'єктивні технічні характеристики та функціональність, у сфері звукозаписних технологій найчастіше домінують поняття «подобається – не подобається», «звучить – не звучить» тощо. У лексиконі звукорежисерів і меломанів міцно закріпилися вирази на кшталт «жирний звук», «грув», «кач», «панч» тощо. Часто вирішальними чинниками під час обрання пристрою є його «культовість», ім'я виробника, факт використання цього пристрою видатною особистістю.

У сучасній музичній культурі сугестивно-культовий аспект набуває все більшого значення. У зв'язку зі стрімким розвитком цифрових технологій входить в моду лампова та транзисторна апаратура, «вінтажні» аналогові синтезатори та електромозичні інструменти. Хрестоматійними прикладами культового аспекту формування музичної культури виступають вініловий носій, який здобув друге життя завдяки колекціонерам та розвитку електронної клубної музики, та явище «аудіофілії» – фанатичної погоні за якістю звучання. Такі явища є наслідком, з одного боку, вмілої маркетингової політики виробників аудіоапаратури, з другого – природної схильності людини до одухотворення неживих предметів, наділення предметів функціями магічних артефактів (талісманів, амулетів тощо) та відсутності глибоких знань у фізико-математичній та технічній сфері у більшості любителів музики.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Куш Є. *Електромузичний інструментарій як еволюційний фактор музичної культури*/ монографія. Київ: НАКККіМ, 2015. 160 с.

*Омелянчук В.О., аспіран  
кафедри режисури телебачення  
інститут екранних мистецтв  
Київський національний університет  
театру, кіно і телебачення імені І.К.Карпенка-Карого  
Київ, Україна*

## **ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА ЙОГО ПОТЕНЦІЙНИЙ ВПЛИВ НА УКРАЇНСЬКЕ АУДІОВІЗУАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО**

Те, що здавалося нам науковою фантастикою десять років тому зараз стає реальністю - у сучасній кіноіндустрії штучний інтелект стає ключовим інноваційним інструментом, впливаючи на кожен етап творчого процесу від написання сценарію до постпродукції. Аналізуючи 180 статей з колекції Web of Science (WoS), було виявлено чотири основні групи досліджень: застосування ШІ у віртуальній реальності, аналіз оглядів фільмів та створення виступів за допомогою ШІ, системи рекомендацій фільмів та аналіз зображень та сценаріїв [1, с. 1]. Його роль у вдосконаленні та оптимізації різноманітних аспектів створення фільмів розкривається через використання передових алгоритмів та програм. Розглянемо, як штучний інтелект застосовується на кожному етапі творчого процесу від створення сценарію до монтажу та звукового дизайну.

Штучний інтелект вже має значний вплив на творчий процес, забезпечуючи оптимізацію у різноманітних аспектах. ШІ дозволяє аналізувати великі обсяги даних, такі як сценарії, storyboard'и та наявні фільми, для генерації нових і оригінальних ідей у креативному процесі, від сценаріїв до концепцій візуального оформлення. Наприклад, Technicolor AI Story та ScriptBook використовують алгоритми для аналізу сценаріїв та надають рекомендації щодо їхнього вдосконалення.

У процесі зйомок штучний інтелект використовує алгоритми для визначення оптимальних параметрів камер, кутів знімання та світлових умов.

Алгоритми можуть адаптувати налаштування камери до ідеальних світлових умов для конкретної сцени та визначати найбільш вдалі параметри освітлення.

Технологія HDR (High Dynamic Range) є важливим прикладом впливу штучного інтелекту в постпродакційних процесах, об'єднуючи кілька знімків для отримання деталей в яскравих та темних областях кадру.

У сфері звукового дизайну та постпродакції штучний інтелект використовується для оптимізації та поліпшення аудіотреків. Декілька програм, які використовують штучний інтелект у звуковому дизайні, включають iZotope RX. Ця програма використовує інтелектуальні алгоритми для обробки аудіосигналів, видаляючи шуми, виправляючи помилки в аудіо та покращуючи загальну якість звуку. Алгоритми ШІ можуть автоматизувати часово-затратні завдання, такі як аналіз кадрів, позначення, грубий монтаж, рекомендовані правки та колірна корекція, спрощуючи процес монтажу.

ШІ використовується для відновлення та деталізації пошкоджених кінокадрів, що допомагає забезпечити довговічність цінних архівних матеріалів [2, с. 6-7]. Зокрема, Cedar Audio's Retouch є інструментом, що використовує штучний інтелект для видалення артефактів та непотрібного шуму з аудіозаписів, сприяючи чистоті та якості звукового сліду. Крім того, Sonible's smart:EQ 3 використовує інтелект для автоматичної настройки параметрів еквайзера, забезпечуючи оптимальний звук для кожного треку. А засіб LANDR, який використовує машинне навчання для майстерингу музичних треків, забезпечує високу якість і гармонію звуку. Ці програми вирішують завдання звукового дизайну, використовуючи алгоритми штучного інтелекту для автоматизації та покращення різних аспектів аудіообробки, що додає значний внесок у вдосконалення звучання фільмів та інших візуальних проєктів.

В царині залучення аудиторії та маркетингу інтеграція ШІ дозволяє студіям аналізувати реакції та настрої глядачів до трейлерів, рекламних матеріалів та акторів, що допомагає уточнити маркетингові кампанії та зробити обґрунтовані рішення щодо стратегій промоції. Так, ШІ вже ефективно

використовується для аналізу даних та прогнозування касових зборів, що дозволяє продюсерам зробити більш надійні прогнози та інвестиції.

Штучний інтелект став необхідним та важливим інструментом для індустрії кіно. Його роль у впливі на написання сценаріїв, фільмування та постпродакції розкривається через приклади сучасних програм та технологій. Таким чином, інтеграція технологій штучного інтелекту у кіноіндустрію продовжує перетворювати та вдосконалювати світ кіномистецтва.

Далі можливий розвиток теми містити розгляд реакції глядачів та кінематографічного співтовариства на впровадження штучного інтелекту. Також, важливим аспектом буде розгляд відносин між традиційними методами творення фільмів та інноваційними підходами, що використовують штучний інтелект. У процесі опрацювання теми закономірно постає питання дослідження потенційних викликів та переваг, які виникають у зв'язку із зростаючою роллю цієї технології у сучасній кінематографії.

Поглиблення в тему також включить аналіз етичних питань, пов'язаних із використанням штучного інтелекту в кіно. Дискусії про конфіденційність даних, автономію творчого процесу та вплив на культурний аспект мистецтва можуть здійснюватися через призму етичних вимог та норм. Основні принципи відповідального використання систем ШІ у сфері медіа, такі як відповідальне редакційне рішення, законність, регулярне проведення оцінки ризиків, прозорість і зрозумілість, поінформованість аудиторії, конфіденційність та захист даних, різноманітність, фаховий людський контроль, відповідальність та адаптивність - лише починають з'являтися у правовому полі, проте ці нововведення повинні стати чітким орієнтиром для митців, залучених у сфері медіа та кіно [3, с. 2]. Питання авторського права в контексті штучного інтелекту також варто розглядати, зокрема, актуальним є питання визначення авторства у творчому процесі, де алгоритми грають ключову роль. Розгляд цих аспектів сприятиме більш глибокому розумінню ефективності та обмежень впровадження штучного інтелекту у сучасну кінематографію.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Kavitha, L. *Copyright Challenges in the artificial intelligence revolution: transforming the film industry from script to screen*. Trinity Law Review, Vol. 4, Issue 1, 2024, С. 2-7. DOI: 10.48165/tlr.2024.4.1.1
2. Wenda Dua, Qing Hanb *Research on application of artificial intelligence in movie industry*. Proc. of SPITE. Vol. 12076, 2021, С. 1-5. URL: <https://doi.org/10.1117/12.2619500> (date of access: 10.03.2024).
3. ЦЕДЕМ. *Рекомендації з відповідального використання штучного інтелекту у сфері медіа*. URL: [https://cms.thedigital.gov.ua/storage/uploads/files/page/community/docs/Рекомендації\\_III\\_медіа.docx.pdf](https://cms.thedigital.gov.ua/storage/uploads/files/page/community/docs/Рекомендації_III_медіа.docx.pdf)

*Станіславська К. І., доктор мистецтвознавства, професор  
професор кафедри музичного виховання  
Київський національний університет  
театру, кіно і телебачення імені І.К.Карпенка-Карого  
Київ, Україна*

## **АУДІОВІЗУАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ВИРАЗНИЙ КОМПОНЕНТ СУЧАСНОГО СЦЕНІЧНОГО ДІЙСТВА**

Сучасне сценічне видовище (театральна чи хореографічна постановка, мюзикл, естрадне шоу, театралізований концерт тощо) апріорі має занурювати глядача в атмосферу свята – «ідеального світу», яке, стаючи тимчасовою реальністю, компенсує недоліки повсякденності завдяки особливій емоційно-піднесеній атмосфері, святкової стихії. І аудіовізуальні технології, безумовно, входять до арсеналу виразних та технічних засобів, за допомогою яких режисер та постановочна група цю атмосферу створюють. Ба більше, для розпеченого всілякими розвагами сучасного глядача часто саме нові технології стають пріоритетним виразним компонентом видовищного дійства.

Традиція посилення виразності сценічної вистави за допомогою технічних засобів має давнє коріння. У давньогрецькому театрі застосовувалися театральні машини: екіклема (висувний майданчик на низьких колесах) та еорема (агрегат, що дозволяв акторам підніматися у повітря). Для посилення звуку в античних театрах (у яких і так була гарна чутність завдяки унікальній архітектурній акустиці) встановлювали резонуючі посудини, які розміщувалися серед місць для публіки. Середньовічний містеріальний театр прославився неймовірно складними технічними пристроями: різноманітними обертаннями, багатоярусними кріпленнями, люками, піротехнікою, підсвічуванням, «реальним» втіленням біблійних чудес. У театрі Відродження та Нового часу продовжився розвиток театральної машинерії, бутафорії та сценографії, а з кінця ХІХ століття до нашого часу в створенні видовищної вистави використовуються досягнення телекомунікаційних та інформаційних технологій.

Характерною рисою сучасного сценічного видовища є його мультимедійність, що проявляється в одночасному використанні різноманітних форм та методів представлення художньої інформації, інтегрування яких дає глядачеві можливість сприйняти сценічний образ у всій його повноті. Завдяки поширенню масової мультимедіапродукції змінилися способи сприйняття дійсності. Процес мультимедизації культури призводить до істотної зміни художньої парадигми, де синтетизм у мистецтві стає базовою ознакою.

Вибір аудіовізуальних технологій для виконання сценічних завдань різного характеру та ступеня складності сьогодні вкрай широкий: сценічні модульні конструкції, звукові концертні комплекси, електронний монтаж, комп'ютерні спецефекти, світлотехніка, світлодіодні екрани, відео- та кінознімання, відеопроєкція, лазери, піротехніка та багато іншого. Завдяки цим та подібним засобам режисерами освоюється і напрацьовується нова сценічна мова, створюються та розповсюджуються нові образи світу й моделі поведінки, уможливується зміна культурних орієнтирів та уподобань у масовій свідомості. Маніпуляція засобами аудіовізуалізації сьогодні практично не має меж, що потенційно може створювати суттєві проблеми, пов'язані з адаптацією особистості в умовах інформаційного простору. Зокрема йдеться про домінування видовищно-ефектного чинника над художнім змістом через захоплення постановників комп'ютерним гіперреалізмом.

Утім, сьогодні в сценічному мистецтві спостерігаються дві протилежні тенденції. З одного боку, театралізовані постановки здійснюються з мінімальною присутністю (лише освітлення) або з повною відсутністю будь-яких технічних нововведень, з другого – глядачів занурюють у стан справжньої ейфорії за допомогою яскравого синтезованого видовища з використанням різноманітних аудіовізуальних ефектів, лазерних та світлових проєкцій, неймовірної звуко-шумової партитури та піротехнічних шоу.

Для того, щоб технології, створені людиною, не стали початком кінця самої людини, майбутнім режисерам необхідно, як ніколи, тримати руку на пульсі часу, відстежуючи в режимі «тут і зараз» інноваційний розвиток



театрального та кіноринку, індустрії свят та шоу-технологій. Змінюються тенденції, з'являються нові імена, використовуються нові технології. Незмінним лишається одне: постійне відточування таланту, дослідження процесів всередині мінливого мистецтва, пошуки нових форм і засобів виразності – саме ці інструменти в руках постановників дозволяють транслиувати глядачам нові сенси. Режисер повинен використовувати ті чи інші технічні інновації, зважаючи винятково на задум і мету конкретної події. Завдання режисера створити не просто видовище, а художню єдність.

Пріоритетність аудіовізуальних технологій як виразного компонента сучасного сценічного видовища виявляється насамперед в тому, що вони створюють атмосферу святковості, посилюють естетичний і емоційний ефект, вилучають глядача з повсякденності, пробуджуючи позитивні емоції, а найголовніше – сучасна аудіовізуалізація повинна сприяти активному досягненню творчого задуму та повноцінному сприйняттю художнього образу.

Крім того, аудіовізуальні технології відіграють важливу культуротворчу роль, серйозно стимулюючи як розвиток нових видовищних форм, так і появу нових професій на перетині мистецтва і технологій.

*Хіміч А.В., аспірант  
кафедри режисури телебачення  
інститут екранних мистецтв  
Київський національний університет  
театру, кіно і телебачення імені І.К.Карпенка-Карого  
Київ, Україна*

**«БАНАЛЬНИЙ ДІАЛОГ» ЯК РЕЖИСЕРСЬКЕ ОСМИСЛЕННЯ  
СТОСУНКІВ ПЕРСОНАЖІВ У ІГРОВОМУ КІНО (НА ПРИКЛАДІ  
ФІЛЬМУ М. НАКОНЕЧНОГО «БАЧЕННЯ МЕТЕЛИКА»)**

**Виклад основного матеріалу.** У американській теорії кінодраматургії заведено виділяти, залежно від автора, три основні функції діалогу: «експозиція» – інформації, для руху історію, «словесний портрет» – мовна характеристика та «дія» – зміна обставин і прояв ставлення персонажа до чогось/когось [1, с. 22]. Скрипт-докторка Лінда Сегер до цих трьох функцій додає «створення візуальних картинок» – тобто діалог як метафоричний візуальний зміст [2, с. 152]. Водночас обумовлюючи функції діалогу, виникає питання: хто її визначає? Сценарист, керуючись такою класифікацією, мусить уникати усіх проявів «банального діалогу» [3, с. 148], на кшталт «– Як ти? – Все добре!», який, на перший погляд, не має жодного змісту, адже не виконує жодну з наведених вище функцій та є прямолінійним і не цікавим. Водночас режисери авторського українського кіно не відмовляються від такого виду мовної комунікації між персонажами у своїх роботах, наприклад: «Атлантида» реж. Валентин Васянович, 2020; «Додому» реж. Наріман Алієв, 2019; «Ля Палісіада» реж. Філіп Сотніченко, 2023. Попри упереджене ставлення до «банального діалогу», фільм Максима Наконечного «Бачення метелика» (2022) є взірцем використання «банальних діалогів», як режисерського інструменту осмислення стосунків між персонажами та передачі авторського бачення світу.

Фільм «Бачення метелика» М. Наконечного – це оповідь про аеророзвідницю Лілю (Маргарита Бурковська) з позивним «Метелик», що повертається з полону вагітною від російського солдата [4]. Усі діалоги у фільмі,

на перший погляд, звучать максимально де драматизовано, без зайвої експресії та конфліктності. У фільмі майже відсутні прояви очевидних теплих почуттів між персонажами, вони всі «закамуфльовані» за холодним поглядом та спокійним голосом. Навіть подруга та мати головної героїні з погляду мовної комунікації використовують доволі нейтральні слова та репліки. Таким чином режисер викликає у глядача відчуття переживання екранного світу, як такого, в якому неможливо порозумітись, об'єднатись. З однієї сторони, це підкреслює стан головної героїні, що страждає через ПТСР та неприйняття її вибору лишити собі дитину, а з іншої сторони, є режисерським висловом про соціальний світ навколо неї. Це реальність в якій неможливо людська близькість. В ній немає жодної красивої кінотеатральної мови. Ця кінореальність пряма, груба та холодна. Тобто такий діалог виступає у фільмі «Бачення Метелика» засобом виразності «словесного портрета» персонажа (якщо спиратись на класифікацію Р. Маккі), не зважаючи на те, як він записаний, а зважаючи на те, як він втілений актором у контексті конкретного екранного кіносвіту. Як наслідок, оцінка функції та якості конкретного діалогу неможлива без аналізу його у межах повного кінотвору, який записаний в першу чергу не в сценарії, а у режисерському авторському рішенні акторського існування, камерної стилістики та інтонації майбутнього фільму.

Отже, у результаті аналізу фільму М. Наконечного виявлено, що «банальний діалог» є ефективним режисерським інструментом осмислення стосунків персонажів та вираженню авторського бачення світу.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. McKee R. *Dialogue: The Art of Verbal Action for Page, Stage, and Screen*. New York: Twelve Books.2016.
2. Seger L., Rainey J. *You Talkin' to Me?: How to Write Great Dialogue*. LA: Michael Wiese Production, 2020.
3. Снайдер Б. *Як блискавично писати живучі тексти. Врятуйте кицьку!* / перекл. з англ. Н. Климчук. Харків: Vivat.-2021р.

4. *Бачення метелика,*

DzygaMDB.

URL:

<https://dzygamdb.com/uk/films/2634>

*Масник О.Р.,  
Заслужений артист естрадного мистецтва  
викладач акторської майстерності,  
сценічної мови та вокалу  
Київ, Україна*

## **ВЛАСТИВОСТІ ТЕМБРАЛЬНОГО ДІАПАЗОНУ ВИКОНАВЦЯ У ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕМПАТИЧНОГО ВПЛИВУ ЕКРАННОГО ГЕРОЯ**

Голос людини – це могутній засіб впливу, здатний з перших хвилин заповнити увагу, завоювати людську (і не тільки) симпатію та довіру, чи навпаки, викликати небажання слухати.

Відомо, що все живе і неживе в природі має свою певну частоту вібрації. Звуки, утворені голосовими зв'язками екранного героя теж мають певну частоту коливань. Вони володіють великою силою:

- здатні змінювати молекулярну структуру,
- збуджувати
- можуть впливати на живі тіла, предмети та явища.

Звукові хвилі викликають у людській психіці (на свідомому та підсвідомому рівнях) потаємні внутрішні ефекти, активізують уяву та інші механізми слухового сприйняття. У цьому випадку голос можна вважати внутрішнім звуковим автопортретом особистості.

Звучання голосу завжди ненавмисне співвідноситься з іміджем екранного персонажа, змушує реципієнта ще більше домислювати візуальний ряд, приписувати різноманітні інтелектуальні, моральні, ділові якості, поведінкові характеристики. Допомагає глядачу давати свої суб'єктивні оцінки "ерудований", "Злий", "хитрий" «сексуальний» тощо.

Наприклад у фільмі «Наталка Полтавка» (1978) під час першої ж фрази Возного: «Мирного прибуття, Наталонько» - одразу зрозуміло (завдяки його тембру та інтонації), що він дуже хитрий, непередбачуваний персонаж. На

підсвідомому психологічному рівні одразу спрацьовує захисна реакція від цієї людини.

Чому так?

Як стверджують дослідники, “приблизно 55 % інформації ми отримуємо від невербальних знаків, які супроводжують мовленнєвий контакт (міміка, жести), 38 % дають голос, висота тону, тембр і тільки 7 % – зміст сказаного”, отож оминати тему голосової майстерності у створенні образу екранного персонажа є просто неприпустимим.

До властивостей інтонаційного оформлення мовлення виконавця належать: тон, ритм, мелодика, темп мовлення, психологічні та логічні паузи, тембр голосу, логічний та фразовий наголоси. Саме вони напряду впливають на емпатію у глядача.

Важливою складовою характеристики звуку та інтонації є - тембр (від. фр. *timbre* – дзвоник) – природне звукове забарвлення голосу, що надає йому емоційно-експресивних відтінків.

Тембр – це сукупність гармонічних коливань – чистих звуків, обертонів та низки супутніх тонів, що виникають одночасно. Кожна людина має свій особистий, індивідуальний тембр, що є одним із головних засобів впливу на глядача: інформація ефективна лише в тому разі, коли вона ефективно донесена до реципієнта.

Голос та його тембр може стати додатковим аргументом на користь вербальної складової. А може, навпаки, змусити її відхилити.

Якщо голос персонажа тембрально неприємний для глядача, глядач навіть може вимкнути телепередачу, кіно чи серіал, тому коли виконавець отримує роль і розуміє усі психологічні прояви свого персонажа, далі завдяки виконавській майстерності й своїх голосових можливостей він має обміркувати, як має звучати його персонаж.

До прикладу візьмемо дитячу телепрограму: «Вечірня казка з Дідом Панасом». Після традиційного вітання Діда Панаса: «Добрий вечір вам малятка, любі хлопчики й дівчатка!» - діти та дорослі щоразу завмирали біля телеекранів.

Все тому, що актор Петро Вєскляров (виконавець ролі Діда Панаса), одразу заворожував своїм спокійним, впевненим низьким тембром і робив це 25 років. Варто поставити собі запитання: «Чи міг би актор працювати так довго і тримати увагу не одного покоління дітей, якби не унікальність його тембру та професійність його виконавської майстерності?».

Психологу Юлії Штерн та її команді під час дослідження голосів вдалося підтвердити гіпотези щодо голосу: згідно з дослідженням, люди з нижчим голосом владніші, частіше екстраверти та проявляють більший інтерес до стосунків на стороні. "Щодо глибини голосу, дослідники нині припускають, що відмінності у тембрах голосів можуть бути результатом сексуальної селекції", - наголошує Крістоф Шільд.

Високий тембр здебільшого використовується для вираження ввічливості, покори, слабкості, підлеглості, а низький – для вираження сили, агресії, грубості, влади. Згідно з цим дослідження ми розуміємо, що якщо наш екранний персонаж має владу, то його голос має бути максимально стійким впевненим та тембрально низьким. Провести потрібно паралель з нашим життям. Психологи вважають, що високі голоси - це прояв дитячої позиції, а дитина як правило не впевнена в собі, часто маніпулює (через плач), часто знаходиться в позиції «знизу»(є хтось вищий і сильніший ніж я), не бере на себе відповідальність і т.д. Ото ж якщо екранний персонаж, якого має втілити виконавець, далеко не впевнена в собі людина, то тембр повинен ставати трішки вищим.

Голоси змінюються часто підкоряючись законам трикутника Карпмана (психосоціальна модель людської взаємодії в транзактному аналізі), але слід зауважити що для вуха глядача завжди приємнішими залишаються низькі голоси.

Низький голос вважають сексуально принадним всі, навіть й корінні народи від Амазонки до Танзанії та безліч інших культур світу. Люди асоціюють такі голоси з мисливськими здібностями, успіхом у кар'єрі та силою.

Навіть політик із нижчим голосом має більше шансів на обрання. Тембр голосу надає переваги як жінкам, так і чоловікам і під час приймання на роботу.

Якщо ви бажаєте лунати більш компетентно, вам доведеться спуститися на декілька нот вниз.

### Список використаних джерел

1. Гоян О. Я. *Основи радіожурналістики і радіоменеджменту*: Підруч. – 2-ге вид., доповн. – К.: Веселка, 2004р. – 245 с.
2. Почепцов Г. Г. *Теорія комунікації*. – 2-ге вид., доповн. – К.: ВПЦ "Київський університет", 1999р.. – 308 с.
3. Башманівська Л., Башманівський В. *Дикція й емісія голосу. Виразність професійного мовлення*/Навчально-методичний посібник для самостійної роботи студентів і дистанційного навчання, ЖДУ імені Івана Франка, Ж., 2022р. –108с.



*Шерстюк А.*

*магістр практичної режисури*

*Нідерланди*

## **СПЕЦИФІКА УКРАЇНСЬКОЇ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ В ГАЛУЗІ КІНОВИРОБНИЦТВА. ДОСВІД ВТІЛЕННЯ ПРОЕКТУ В НІДЕРЛАНДАХ**

### **1. ЗАКОНОДАВЧА БАЗА РЕГУЛЮВАННЯ ТВОРЧО-ВИРОБНИЧИХ СТОСУТНІКІВ**

#### *ПІТЧИНГ*

Майже 80 відсотків короткометражного ігрового чи документального кіно знімається за підтримки Nederlandse Film Fond (нідерландський державний фонд кіно). Аналогом такої організації в Україні є Держкіно. Комісія озвучує тему пітчінгу, що є новою кожного року. Винагорода сягає 30 000 євро на кожний короткометражний фільм (13-15 хв). За один конкурс обирається 3 переможці в номінації «короткометражний фільм».

Режисери мають змогу обрати собі кінопродакшн, який буде займатися продюсуванням. Як правило на вибір є 3-4 кінопродакшнів, з якими режисери спілкуються по 20 хв. Процес знайомства з продюсерами нагадує «побачення по колу». В решті решт, за кожним режисером закріплюється переможець-кінопродакшн, який також пройшов свої етапи відбору.

Нідерландський пітчінг є цікавий тим, що після першого туру відбору з усіх учасників формуються творчі групи та організуються зустрічі. На цих зустрічах йде обговорення майбутніх сценаріїв, відштовхуючись вже від підготовлених тритментів та синопсисів. Уголос зачитується ідея, за цим слідує обговорення, аналіз та пропозиції від усіх членів творчої групи. Наставник групи веде процес обговорення та додатково приглядається до учасників. Оцінюється альтернативне бачення та «режисерське підґрунтя», а саме як режисер мислить не про свій проект і чи вміє він мислити взагалі. Таким чином перевіряються знання, навички та досвід режисера.

Усі режисери нідерландського кіновиробництва працюють зі сценаристами, які теж присутні на творчих зустрічах. Окрім конкурсу на короткометражний фільм також можна брати участь у реалізації «midden-film» (45 хв) та повнометражної стрічки.

Один із найулюбленіших видів «творчих зустрічей» є зустріч «Зв'язок», де учасники знайомляться з усіма своїми конкурентами з інших груп, розповідають про свої майбутні чи минулі проєкти. Такий вечір націлений на розширення професійних зв'язків режисера, що можуть бути корисним у подальшій роботі.

Після офіційного нагородження переможця квітами та договором на отримання грошей для усіх, хто програв, існує другий шанс. На вечір запрошуються незалежні спонсори, які готові розглянути ідеї та втілити їх у життя.

### *РОЛЬ ПРОДЮСЕРА*

Продюсер в Нідерландах займає ключову та можливо навіть першу позицію. Він займається плануванням усіх етапів виробництва. В Україні продюсер має дещо меншу владу; він йде за вказівками режисера. В Нідерландах продюсер визначає коли думати над сценарієм, яка буде кіновиробнича команда згідного задуму режисера. Єдина кандидатура, яка обговорюється разом із режисером - це оператор, усі інші члени команди знаходяться «під крилом» у продюсера; внаслідок його досвіду, йому видніше, кого найкраще запросити на проєкт та кого можна запросити на проєкт згідно із досвідом режисера та його професійним «стилем».

Лінійний продюсер виконує усю роль «location-producer». Вважається, що він може сам об'їздити територію у пошуках локацій із попередньо підготовленим списком локацій та фото з Google maps. В Україні режисер запрошує оператора у «подорож» по локаціях. В Нідерландах оператор долучається тільки на фінальне освоєння локацій.

Продюсер веде проєкт від початку до кінця. Якщо на майданчику немає другого режисера, продюсер дає команди : «Приготувалися» і « Почали», тому, що він слідкує за таймінгом. Слово «стоп» залишається за режисером.

## *ПЛАНУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЕКТУ*

«Mood board» це основний документ від якого відштовхуються усі члени команди у подальшому творчому процесі. Режисер детально розписує свої ідеї та додає рефенси. Усі деталі майбутнього проекту передаються і доносяться до команди саме через «Mood board». Потім кожен член команди, надихнувшись «Mood board», продовжує шлях сам.

## *ЕТАПИ КАСТИНГУ*

На етапі кастингу продюсери закликають режисерів працювати з перевіреними театральними студіями та базами акторів. Акторські агенції відповідають за рівень професійності та досвіду актора, який зазначений у їх анкеті та розміщується в електронній базі. Пошук акторів через соціальні мережі та знайомих не користується запитом. Якщо на роль обрано актора з «ім'ям» вважається образливим просити його записати само проби. Це вважається неповагою до актора. Нормою вважається запросити актора на онлайн зустріч і провести тест-репетицію.

## *СТОСУНКИ З КОМАНДОЮ*

Кіновиробничий процес проходить строго згідно з умовами договору. Якщо зазначено 5 годин + 1 на ймовірну затримку, то так воно і буде. Не робиться ніяких виключень! Якщо увесь запланований матеріал планує бути поза таймінгом режисери придумують альтернативні варіанти наступного плану дій. В Україні також режисерів вчать та готують до все можливих змін під час знімального процесу. Вчать мислити ширше, змінювати на ходу драматургію та жертвувати деякими кадрами.

У Нідерландах же йде мова про цілі сцени, які можуть буди не відзнятими. Нідерландці поважають свій час та час своїх колег. Дуже рідко буває дознімальний період, бо бюджет ведеться під пильним наглядом продюсерів! І можливо, звукорежисер чи оператор були б і не проти затриматися на майданчику, але таке прохання від продюсера чи режисера вважається моветон!

Працюючи над проектом, творці не нехтують дозволами на фільмування. В нідерландському кіновиробництві не існують такі слова як : «Підваруємось!»

«Щось придумаємо!» «Та ніхто не прийде нас перевіряти!» Вони не мають потреби викручуватись та хитрувати. Вони не намагаються обійти закон. Навпаки, нідерландці піклуються за все можливий піар та повідомляють все можливим державним фігурам про знімання кіно. Міське врядування радіють новинам, що саме у цій чи іншій місцевості твориться мистецтво.

### *ПІАР*

Так одним з етапів виробництва є запрошення журналістів на майданчик, що готують фото матеріал, беруть інтерв'ю в акторів та режисерів, а потім звітують у локальних щоденних газетах. За ранковою чашкою кави жителі обговорюють події, що сталися у місті та залюбки розповідають сусідам та знайомим. Так ми отримали декілька привітань від абсолютно незнайомих людей.

### *ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ З ДІТЬМИ*

Згідно з законодавством Нідерландів існують деякі норми щодо перебування дітей на знімальному майданчику. Так, діти до 13 років мають право бути на майданчику 4 години в день, діти від 13-18 років - 8 годин в день. Фільмування дітей під час шкільних годин заборонені. Під час канікул за додатковою домовленістю дітям можуть дозволити перебувати на майданчику на 2 години більше ніж у звичайний вихідний день!

В Нідерландах дуже прискіпливо ставляться до дитячого сценічного бою та падінь на знімальному майданчику. Продюсери піклувались про те, аби максимально уникнути падіння з велосипеда нашого актора у кадрі. До речі діти в Нідерландах вчаться їздити на велосипедах на траві. Були розглянуті ідеї усіляких імітацій падінь користуючись з операторської майстерності або використання спортивних матів для безпеки.

## **2. СПЕЦИФІКА ВИРОБНИЦТВА**

### *РОБОТА ДЕПАРТАМЕНТІВ*

Продюсер робить режисерський сценарій в електронному вигляді згідно з намальованими розкадруваннями оператора. Оператор з яким нам довелось

попрацювати був своєю чергою вражений пропозицією працювати над розкадруванням разом, як ми звикли робити в Україні.

В Нідерландах режисер робить «замальовки», «натяки» розкадрувань із поясненнями, а оператор допрацьовує їх сам. Таким чином кожен член команди проявляє себе як митець. Режисери не бояться кардинальних змін в ідеї свого фільму. Своєю чергою зміни приносять усі департаменти, що на нашу думку може зруйнувати особистий «стиль» режисера. Нідерландське мистецтво входить в дисонанс. Режисер перекладається з французької «régisseur» - керуючий, що походить від латинського «rego» - керую, направляю, устанавлюю, даю настанови. В Нідерландах «режисер» можна потрактувати як «доповнюю».

Ми відкрито зіштовхнулися з проблемою відстоювання своєї позиції та продовження реалізації ідеї у першочерговому вигляді; проблема збереження режисерського «задуму» та повідомлення яке планувалось донестися глядачу. Така повна свобода вираження інших департаментів на рідко може змінити жанр, проблематику та емоційну складову майбутнього фільму, за умови якщо режисер або згоден з усім «новим», «придуманим», «побаченим» не їм, або не має достатньої сили волі наполягти на важливості свого задуму.

Звісно в Україні ми звикли працювати у команді й нерідко слідуємо порадам звукорежисера, оператора, композитора та інших. Але головною метою українського кіновиробництва є втілення проєкту у життя. В Нідерландах же все зосереджується на залученні якомога більшої кількості митців до одного проєкту! Чим більше кількість митців, що зробила свій внесок у проєкт, ще краще, додала нових унікальних ідей - тим проєкт вважається більш масштабним та орієнтовним на більшу кількість різностороннього глядача. Тобто фільм, де існує лише одна думка – режисерська, має однобічний вузький характер.

Щодо роботи художнього департаменту, у Нідерландах немає великого костюмерного чи реквізитного сховища, як в Україні, наприклад, костюмерний цех FILM.UA, сховище кіностудії ім. Довженка, реквізитний цех «Props in UA», «Дім реквізиту» та інші. Увесь реквізит є особистим майном реквізитора та

зберігається у гаражі. Звичайно цього замало, щоб вести проєкт, тому майже усі позиції для проєкту покупаються. Нідерландці не підуть шукати одиницю реквізиту «велосипед» по знайомим та сусідам. Скоріш за все вони куплять, а потім повернуть товар назад.

Реквізитори купляють реквізит, костюмери працюють над костюмами, художники постановники над декором локацій. Департаменти не звітують режисеру про етапи роботи предпродакшену, вони можуть надіслати пару фото «анонсів» продюсеру. Так фінальний вигляд задекорованого майданчика ми побачили вже у знімальний день.

Не менш важливо наголосити на природі самих людей, самої нідерландської нації. З особистого досвіду ділюся ситуацією з будівництвом будиночка на дереві, що був запланований бути побудованим високо на дереві. Натомість художники постановники відмовились будувати будиночок високо на дереві, бо це шкодить рослині. Художники залюбки запропонували побудувати будиночок навколо дерева, або змінити макет будинку, аби завдати дереву найменших шкод.

### *КОУЧИНГ*

У Нідерландській кіноспільноті надзвичайно популярним та необхідним є коучинг. Рівень авторитетності коуча визначається його освітнім рівнем. Зазвичай це викладачі кіноуніверситетів або режисери із науковим ступенем та великим практичним досвідом. Існують коучи різних цільових напрямленостей, а саме коуч- підготовки до пітчингу, коуч-сценарист, коуч-наставник ( вчить як налагодити взаємовідносини з акторами у процесі репетицій та на майданчику), коуч-монтажер. У рамках пітчингу режисери можуть обрати будь-якого коуча та отримати декілька годин роботи безкоштовно. У бюджеті закладаються гроші на додаткові сесії коучингу.

### *ФІДБЕК*

Фідбек супроводжує кіновиробництво на всіх його етапах. Починаючи від роботи зі сценаристом, режисери отримують першочергово фідбек на електронну адресу. Розглянемо детально «фідбек» на прикладі етапу монтажу.

Працюючи з монтажником, після перегляду однієї чи іншої версії монтажу, режисер формулює свій фідбек у письмовому виді. Де дуже важливим є почати із позитивних моментів, зауважити на прогресі, і тільки потім перейти до зауважень та пропозицій. Тільки за потреби режисер та монтажник зустрічаються на студії для спільної роботи над монтажем. Як правило, організувати цю зустріч не складно, але нідерландці більш схильні до свободи. Спершу вони запропонують написати якісний «фідбек» і дати монтажнику час, а можливості до самовираження, навіть якщо це взагалі не збігається із баченням режисера. Ми мали деякі розходження у баченні фільму монтажником. Перша версія монтажу мала дещо комерційний рекламний характер. Не всі кінопродакшни, що позиціонують себе як КІНО-продакшн мають великий досвід у роботі з кіно. Дуже часто їх діяльність зосереджена на рекламних відео роликах, які мають «кіно» стиль.

Щодо оптимізації процесу, продюсер залучений у процес на 100 відсотків. Він формує розклад сесій монтажу, визначає цілі та плани на наступну монтажну сесію, а також вирішує на підставі того як йде монтаж чи потрібні режисеру з монтажником коуч-монтажник.

Неготовий фільм у період монтажного періоду може бути надісланий іншим режисерам, викладачам-режисерам або друзям-режисерам для отримання фідбеку. Основними питаннями є «Чи розуміла історія?» та «Як покращити цей «ще не готовий» фільм?» Аналогічний процес є протягом роботи зі звукорежисером та композитором.

### *ДУБЛЯЖ*

Фільми у Нідерландах знімаються нідерландською мовою або англійською. Проте кіно переповнене американськими стрічками без дубляжу нідерландською мовою. Нідерландський дубляж робиться тільки до мультфільмів спрямованих на дошкільну аудиторію.

### **3. ТЕМА СПРЯМУВАННЯ КУЛЬТУРНОГО РОЗВИТКУ**

Дослідження ймовірної майбутньої аудиторії визначають ідею та конфлікти які плануються буди висвітленими у фільмі. На підставі релігійних

сповідувань деякі «конфлікти» були викресленими зі сценарію сценарним коучем. Ми як українці представляли кіно у співпраці із нідерландським режисером та виступали від ім'я нідерландського кінопродакшна. Це повело за собою ряд питань та моментів які були вирішені першочергово. Так героїня «українська мати» як героїня нідерландського-українського кіно не мала права на існування без намагань інтеграції та асиміляції. Було вирішено наділити героїню жагою до вивчення нідерландської мови у фільмі. В Нідерландах на перше місце ставляться сенси і підтексти, що несе у собі кіно. Воно закладає культуру майбутніх поколінь і не має права пропагувати «відокремлення» і «сторонність» від нідерландської суті. Ідея, що не грає ніяку роль у розвитку культури Нідерландів має усі шанси не бути обраною на пітчінгу.

Вторгнення чужорідної культури (в нашому випадку української) під час підготовчого чи знімального періоду вважається пиллом, який можна з легкістю прибрати. Так, наприклад, оператор може зняти кадр без відому режисера під час обіду, аргументуючи це тим, що кадр був зазначений у мудборді та розкадруваннях. Якщо режисер бачив його трохи по-іншому, то це цілком його проблема, треба було викладати у мудборді та у розкадруваннях своє бачення чіткіше. Оператор діяв згідно з економією часу. Це не є прикладом самодіяльності, як сприймаємо це ми. Тому в Нідерландах аби уникнути таких проблем існує позиція «розкадровник», що професійно малює розкадрування з усіма деталями.

Але не завжди у зіткненні двох культур усе чужорідне відторгається нідерландцями. Ідея биття тарілки на удачу прийшла до смаку. Нідерландська нація не є забобною, тому у них не зародився такий ритуал.

Продюсерам цей процес відгукнувся, проте їм було більш зрозумілим провести биття тарілки після останнього знімального дня як акт вивільнення емоцій.

Другим прикладом стику культур є присутність та відсутність гримера на майданчику. Нідерландці в повсякденному житті майже не приділяють увагу зачіскам та рідко наносять макіяж.



Частіш за все гримерів запрошуюють на фільмування історичного кіно або фільмів зі складним задумом, де грим є частиною ідеї. Якщо мова йде про короткометражне кіно, гримером можна знехтувати. Навіщо «маммі-біженці» макіяж? Вона що у повсякденному житті робить макіяж?

Нідерландці активно прагнуть вийти на новий рівень спец ефектів і вже намагаються використовувати штучний інтелект навіть в низько бюджетних стрічках. Наприклад, актор у кадрі говорить репліку нечітко або із хибним підтекстом. Українці б зайнялись дозаписом звуку, натомість нідерландці спробують використати штучний інтелект для виправлення. Те, що в нас називається «на посту виправимо» і вважається не професіоналізмом у них називається «використанням нових можливостей», «економією часу» і «науково-технічним прогресом».

В Україні існує іронічно-гумористичне висловлювання «режисеро-оператор», а в Нідерландах? Що в виробничому процесі нідерландці вважають малопрофесійним? Нідерландцям в принципі важко досягнути той факт, що українські режисери вміють і хочуть самостійно виконувати деякі етапи пре- та постпродакшену.

Нідерландці мислять інакше і знаходять образливим та дивним, коли режисером не приймається тотальна допомога продюсера і панує постійний режисерський контроль. Якщо режисер, працюючи з продакшном каже, що хотів би об'їздити локації або поїхати на закупку костюмів, або зробити постер, ще гірше змонтувати кіно самостійно, йому скоріш за все не є такої нагоди і подумують, він пошуткував. В Україні дуже часто ми маємо своє ім'я в титрах тричі (сценарист, режисер, монтажер). Не зважаючи на те, що іноді причиною цьому є нестача бюджету, ми все одно пишаємось цією зробленою роботою. В Нідерландах це сприймається смішно, коли режисер усе «САМ». Сам придумав, сам змонтував, сам і подивився. Режисер який активно все контролює провокує у нідерландців недовіру до себе, бо на їх думку, в нього не залишається часу на покращення кіно історії.

Отже, у всі можливі колаборації із фінансуванням з боку Нідерландів мають на меті просування завуальованих підтекстів з просування нідерландської культури. Чітке розставлення пріоритетів є запорукою успіху нідерландського кіновиробництва. Країна не є вільним майданчиком для втілення іноземних проєктів коштом бюджету держави. У співпраці з іноземними партнерами існує жорстка селекція ідей та мотивів, що висвітлюються у фільмах, які своєю чергою мають або прославляти нідерландську культуру, або хоча б бути її безпосередньою частиною.

*Петровська О.С.,  
магістр  
Київський національний університет  
культури і мистецтв  
викладач хореографії  
Молодіжного центра  
культурно-естетичного виховання  
КНУ імені Тараса Шевченка  
Київ, Україна*

## **ХОРЕОГРАФІЯ - ЯК СПОСІБ ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ТРАНСЛЯЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ ОРІЄНТАЦІЇ УКРАЇНЦІВ В АУДІОВІЗУАЛЬНОМУ МИСТЕЦТВІ**

В історії культури завжди приділялася велика увага мові тіла і невербальній комунікації. Жест, пластичний рух людини, містить у собі певний смисловий зміст. Будучи символічною формою передачі інформації, стану або почуття, жест є частиною людської комунікації. Театральна енциклопедія дає характеристику жесту – «рух тіла (переважно рух рукою), що супроводжує мову або підміняє її. Жест має рефлекторну або свідому природу. Є одним з найвиразніших засобів у театрі»[2, с. 24]

У світі безмежної рухливості та швидкісних трансформацій хореографія виступає не лише як мистецьке вираження тіла, але й як потужний засіб збереження та трансляції культурної орієнтації українців. Кожен рух, кожен танцювальний витвір стає живим каналом, через який події минулого переходять у сучасність, а традиції стають невичерпним джерелом натхнення для нових творів.

Хореографія в аудіовізуальному мистецтві стає важливим інструментом формування національної ідентичності через рух та музику. Кожен танець, незалежно від його походження, стає своєрідним кодом, який розкриває унікальність української культури. Від традиційних народних танців до сучасних

хореографічних експериментів – кожен елемент має в собі силу розповіді про минуле та теперішнє.

Плахотнюк О.А каже: «Танцювальна культура – це сукупність досягнень людства у хореографічному мистецтві у поєднання з багатством матеріальних (костюм, реквізит, декорації і т.д.), духовних цінностей (світогляд, вірування, музичнопісенний матеріал і т.д.), інтегральний образ (спілкування між людьми, змістове навантаження танцю), що об'єднує науку (хорологію), освіту, мистецтво, філософію, уклад життя при визначальній ролі світогляду. Є загальним благом і сукупним доробком, продуктом творчих, і суспільно-людських зусиль незліченних генерацій » [3]

У світлі сучасних технологій та глобального спілкування хореографія стає мостом між традицією та інновацією, дозволяючи українцям не лише зберігати свою культурну спадщину, але й передавати її через призму сучасних витоків та виразності. Таким чином, хореографія визначає не лише рухи тіла, але й перетворює культурні цінності в естетичний діалог, що переплітається зі сучасністю та спрямовує взіреть на майбутнє.

Переглядаючи та аналізуючи українські кінофільми такі як:

- Біла птаха з чорною ознакою (1971)
- Вавилон ХХ (1979)
- Гуцулка Ксеня (2019)

Можливо зробити висновок, що в будь-який історичний період українського кінематографу виявляється приділена увага хореографічному мистецтву. Це пояснюється тим, що саме за допомогою рухів тіла можна ефективно виражати широкий спектр почуттів, включаючи любов та біль, які є внутрішніми станами людини.

Зокрема, українські пісні завжди визначаються здатністю спонукати людей до танцю, навіть якщо вони мають мінорні мотиви. Специфічний український танець може знайти відповідний рух для будь-якої мелодії. Пісні, в свою чергу, мають унікальну можливість передавати прекрасні природні

образи, що оточують нас - від високих гір і річок до морів та полонин. Звуки вітру, дитячий сміх, материнська мова - все це можна відзначити в мистецтві українського танцю.

Незважаючи на історичні труднощі та постійну боротьбу за права та незалежність, український народ усе ж виявляє надзвичайну природність, що проявляється у його унікальності та неповторності. Це втілено в хореографічному мистецтві, що слугує не лише засобом виразності, але й засобом підсилення ідентичності та культурного спадку.

Людмила Пономаренко говорить наступне стосовно теми ідентичності: «На сьогодні в умовах повномасштабного російського вторгнення в Україну й тимчасової окупації історично українських земель досить актуально й по-новому звучать такі основоположні для української нації терміни, як українська ідентичність, культурна самобутність, національні цінності. Ці поняття акумулюють основи сучасних реалій України та українців, хоча були окреслені в теорії задовго до того. Є кілька підходів до тлумачення поняття «українська ідентичність».

М. Степико визначає це поняття на основі його зіставлення з поняттями «національна ідентичність» та «етнічна ідентичність». За словами дослідника, «українська ідентичність не тотожна ані національній, ані етнічній. Національній – тому, що вона не обмежується кордонами держави Україна, і в певному відношенні є тотожною громадянській ідентичності як феномену політичної нації. Етнічній – оскільки, по-перше, система цінностей українського етносу, його культура, звичаї, обряди не є загальноприйнятими, а по-друге, українці – не просто етнос, один із багатьох, який мешкає на теренах України, а етнос титульний, що дає назву країні, державі та її символам. Українську ідентичність мають також представники численної діаспори – і західної, і східної» [1, с.79]

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Екранознавство. Випуск 6 // Зб. Наук. та навч.-метод. Ст. [науковий редактор професор, доктор наук із соціальних комунікацій В.В.

Гоян]. – Київ, НН Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2022. – 144 с.

2. Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого// Збірник наукових праць /Київський нац. ун-т театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого; редкол.: Сакун Айта (голова) та ін. К., 2022р. Вип. 31. 164 с.

3. Хореологія та балетознавство/ Робоча програма навчальної дисципліни для студентів з галузі знань 02 Культура і мистецтво спеціальність 024 Хореографія (I курс, магістр) денної та заочної форми навчання. – Львів : Кафедра режисури та хореографії ЛНУ ім. Івана Франка, 2020. – 34 с.

## **Секція 2: Синкретизм культурних організацій. Вплив вимог часу та геополітики на аудіовізуальне мистецтво**

*Мірошниченко М.О., аспірант  
викладач кафедри режисури телебачення  
інститут екранних мистецтв  
Київський національний університет  
театру, кіно і телебачення імені І.К.Карпенка-Карого  
Київ, Україна*

### **ТЕМАТИЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ СУЧАСНОСТІ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ЛІТЕРАТУРНОГО МАТЕРІАЛУ**

Сучасність ставить перед українськими митцями ряд складних викликів, зокрема пов'язаних зі тематичним пошуком та потребою художньо осмислити ту реальність в якій перебувають українці. Спроби екранізувати сучасні події російсько-української війни почасти негативно сприймаються українським суспільством, адже перебуваючи в подіях війни, глядач співвідносить свій особистий травматичний досвід з побаченим на екрані. Відповідно досягнути абсолютної правдивості практично неможливо, адже досвід життя людини в умовах війни для кожного різний. Війна сама по собі не є темою, це світ в якому люди перебувають, висловлюючись кінематографічними термінами це сеттінг, в якому українці зараз існують. Сеттінг в якому присутні свої правила, свій гумор, своє сприйняття життя та смерті, навіть своє відчуття кохання. Людина, або ж персонаж діє інакше у світі мирному та світі воєнному, інші цінності стають важливими для нього. В середині сеттінгу війни є безліч тем, тут і відвага, і зрада, і самопожертва, і відчай, і бажання свободи, і страх. Завдання митця, зокрема режисера, полягає в тому, щоб говорити про ці та інші теми, намагаючись осмислити ту реальність в якій він перебуває. Для усвідомлення події необхідна дистанція. Недарма іноземні кінематографісти обережно ставляться до ідеї створення ігрових фільмів про події цієї війни, адже ні вони, ні ми не знаємо фіналу цієї історії. До того ж складно відрефлексувати подію, знаходячись в середині цієї події, коли ми не можемо побачити її наслідків. Тож

необхідно самостійно створити дистанцію, яка дозволить говорити на актуальні теми, через призму подій минулого, або через призму раніше створених художніх творів.

Одним з найбільших джерел готових сюжетів є література - це вже відрефлексований досвід, перетворений на мистецький твір, який в сучасних обставинах може відкриватись під новим кутом. Теми, які здавались раніше далекими та незрозумілими, стали в умовах війни близькими та осяжними. Тож важливо виробити методологію роботи з літературними джерелами, що допоможе в їх перетворенні на екранні твори.

«Екранізація – це в широкому значенні перенесення твору чи творів. Це транскодування може включати зміну носія (поему на фільм) або жанр (епос на оповідь), або зміну контексту: до прикладу розповідь тієї ж історії з іншого кута зору може дати іншу інтерпретацію.» (Хатчеон, 2006, с.7-8)

Шукаючи твір для екранізації режисер в першу чергу шукає тему, яка би стала його власним відображенням, режисер не лише співвідносить себе з протагоністом, а відчуває зв'язок власної теми з темою твору. Тема – це те, що хвилює режисера, те, що викликає в нього емоційний відгук, те що непокоїть, те, що болить. Це поняття є надзвичайно важливим для процесу перетворення літературного твору, адже саме тема стає базисним структуроутворюючим елементом. Працюючи з літературною першоосновою ми можемо зіштовхнутись з тим, що автор літературного твору заклав не одну, а кілька тем, які знаходять своє вираження в різних сюжетних лініях. Тож наше завдання вибрати одну тему, яка стане провідною у екранному творі, відповідно до неї буде відбуватись відбір тих подій, які будуть перенесені на екран, або ж навпаки будуть відкинуті, як такі, що не працюють на розвиток теми. Одним з важливих завдань режисера є інтерпретація літературного матеріалу.

«Інтерпретувати текст... це не означає шукати прихований зміст, це означає слідувати за розвитком змісту до його референції, тобто певному світу, або життю в цьому світі, відкритому перед текстом. Інтерпретувати – означає



розвернути нові зв'язки, що встановлює дискурс між людиною та світом.»  
(Рікьор, 1969, с. 355)

Віднайшовши тему, ми відстежуємо який вона має розвиток, завдяки цьому знаходимо абсолютне значення теми, яке дозволяє нам охопити весь твір та визначити його зміст. Літературний твір – це мікрокосмос. Тема, закладена автором, є життєдайним джерелом цього мікрокосмосу. В процесі інтерпретації режисер, відштовхуючись від теми оригінального літературного твору, будує зв'язки нового порядку, вони вже своєю чергою будуть складати зміст принципово нового твору – фільму. Цей новий мікрокосмос режисер наповнює своїм життєдайним джерелом – власною темою.

«Майже неможливо описати всі форми, в яких може бути знайдена одна тема, оскільки таке поняття розчиняється в сукупності драматургічного тексту... в драматургічному тексті форма та зміст неподільні, але вони накладаються один на одного... З виділенням... деяких тем починається... операція коментування та інтерпретації... твору.»

(Паві, 2006, с. 378)

Отже, коли ми починаємо працювати з літературним матеріалом, надзвичайно важливим є знайти ядро історії, на який надалі буде нанизана вся кінематографічна оповідь. Ключ до розуміння теми твору може бути зашифрований у фразі, описі, поведінці певного персонажа, символі, слові. Це до певної міри є сакральний момент зародження майбутнього твору, коли режисер починає відчувати, що саме цей твір є для нього близький та актуальний, саме про це він хоче розповісти глядачу. Проте наше завдання вивести методологію, яка б дозволила режисерам мати чіткий алгоритм дій в роботі з літературним твором. Тож далі ми будемо глибше досліджувати трансформаційні процеси літератури у фільм.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Рікьор П. *Конфлікт інтерпретації*. Париж : Éditions du Seuil, 1969. 505 с.

2. Паві П. *Словник театру* / пер. з французької М. Якуб'як. Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2006. 640 с.
3. Хатчеон Л. *Теорія адаптації*. Нью Йорк: Тейлор енд Франсіс груп, 2006. 232 с.

*Пономаренко О. А.*  
*старша викладачка*  
*кафедри режисури телебачення*  
*інститут екранних мистецтв*  
*КНУТ Київський національний університет*  
*театру, кіно і телебачення імені І.К.Карпенка-Карого*  
*Київ, Україна*

**ПРОЯВ УКРАЇНСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В ПОВЕДІНКОВІЙ ПРИРОДІ  
ЕКРАННОГО ГЕРОЯ НА ПРИКЛАДІ ФІЛЬМУ ОЛЕСЯ САНІНА  
«ПОВОДИР»**

Шлях історичного розвитку кожної нації складається з періодів випробувань, здолань, розквіту, занепаду, забуття та відновлення для початку нового етапу шляху. Українське суспільство переживає тривалу загарбницьку навалу рф, що увійшла у свою кульмінаційну частину 24 лютого 2022 року. Жахіття, що їх коїли вороги на території Бучі, Ірпеню, Маріуполю та інших міст та сіл України, продемонстрували колосальну прірву в моральному, ментальному та загальнолюдському проявах національної ідентичності між Українцями та окупантами.

Будь-яка боротьба, особливо війна, суттєво загострює нагальну потребу чіткого визначення понять «свій» та «чужий». Аудіовізуальне мистецтво створює моделі культурної орієнтації національної ідентичності, наділяючи поведінку героїв вербальними та невербальними проявами, що на глибинному емоційному рівні орієнтують глядацьку аудиторію на певні «вібрації» ментальної спорідненості.

Яскравим прикладом українського національного героя в екранному мистецтві є персонаж фільму Олесь Саніна «Поводир» Іван Кочерга (С. Боклан). Історичний контекст подій та актуальність конфлікту, що демонструється у фільмі, підкреслює сталість тригерних тем, що проявляє сутність української ідентичності.

Смертельний герц, в якому зійшлися Іван Кочерга та нквдість Володимир(О.Кобзар) (колишній побратим-зрадник) демонструє історичний конфлікт українського народу, що точиться між сутнісною ідентичністю та адаптаційною мімікрією, якої зазнало суспільство в процесі історичного розвитку. Іван Кочерга демонструє притаманні українцям кмітливість, сміливість, доброту, турботу, любов та нескінченне відчуття провини за втрачених під Крутами побратимів. Антагоністичний образ представника суспільства «мімікрантів» демонструє Володимир. «Мімікранти (мімікранти активні) виробляють і утілюють в життя гнучкі та хитрі технології поведінки, що дають їм змогу, маскуючи свою справжню мету, яка суттєво різниться від суспільних настанов і вимог, досягти наміченого, за будь-яку ціну набути бажаного соціально значущого статусу, авторитету, успіху, слави, процвітання» [1, с. 316].

Основною рушійною силою персонажів є бажання і страх. Це взаємопов'язані та взаємозалежні категорії людської сутності. Визначальним є вектор спрямування та кінцева мета, що обумовлює прояв цих спонукальних сил в поведінці екранних героїв. «Коли загальна сума страхів обмежує певними засобами реагування та взаємодії із зовнішнім світом, що виключає інші можливості, то може виникнути стан психічного напруження, безпорадності, абсолютного безсилля» [5, с. 92].

На прикладі Івана Кочерги глядач може спостерігати, як бажання збереження волі, як найвищої усвідомленої цінності української ідентичності, спонукає долати страх винищення та йти на смерть. В той час, як нквдість Володимир, що є яскравим представником суспільства «мімікрантів», демонструє поведінку індивідуума, що зрікся волі заради існування. «Соціальні суб'єкти з метою соціалізації (адаптації) спочатку маскують свої справжні інтереси, норми, ціннісні орієнтації під суспільно визнані, щоб придивитися до навколишнього соціального середовища, вивчити його норми - цінності й, з часом, успішно інтегруватися в його соціальну структуру. За умов кризових

явищ, тобто порушення стабільної соціальної структури суспільства, її розбалансування, мімікрійні процеси набувають тотального характеру, поширюючись майже на всі сфери людської життєдіяльності: приватну (особистісну, сімейну) і суспільну (політичну, економічну, трудову, військову та інші)» [1, с. 315].

Питання поведінки екранного героя, що дасть певну орієнтацію самоідентичності та стане моделлю для наслідування з метою розвитку та процвітання власне української культури – наскрізне в умовах воєнного сьогодення, адже «можливості кінематографа як засобу витонченого та складного пізнання світу, знаряддя духовного спілкування з метою розкриття і відтворення на екрані людського в людині, тим самим постійно змушуючи глядача бачити за цим визначне, вічне, світле її призначення» [1, ст. 124]

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лобанова А. *Особливості моральної свідомості соціальних суб'єктів - мімікрантів* // Актуальні проблеми духовності : зб. наук. праць Кривий Ріг, 2000. 3.ст.314-322.  
<http://elibrary.kdpu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/6208>
2. Погребняк Г. *Авторський кінематограф у культурному просторі другої половини ХХ – початку ХХІ століття*/Моногр. Погребняк Г., Київ НАКККиМ, 2020. 448с.  
[https://nakkkim.edu.ua/images/vidannya/monohrafii/Pogrebniak\\_Avtorskiy\\_kinematograf.pdf](https://nakkkim.edu.ua/images/vidannya/monohrafii/Pogrebniak_Avtorskiy_kinematograf.pdf)
3. Резниченко О. О. *Страх як психологічний феномен: сучасні концепції та підходи до вивчення*//Зб. Мат. і тез доп. Уч. II Всеукраїнської науковопракт. конф. студ., асп. і мол. Вчен. «Досягнення сучасної психологічної науки та практики», ДНУ імені Василя Стуса, 2020, ст. 89 - 94 <https://jamp.donnu.edu.ua/article/view/7890>
4. Санін Олександр *«Поводир»* 2014р./UAKINO  
<https://www.youtube.com/watch?v=TvScw6zDWHE&t=4499s>

*Курбанов Г.О., аспірант  
викладач кафедри звукорежисури  
інститут екранних мистецтв  
Київський національний університет  
театру, кіно і телебачення імені І.К.Карпенка-Карого  
Київ, Україна*

## **СИНКРЕТИЗМ НАРОДНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНИХ ЗМІН НА НЕЇ**

У сучасній науці під синкретичністю народної культури розуміється «злитість її духовних і матеріальних форм, створених внаслідок загальної життєдіяльності людей, об'єднаних певними соціальними перешкодами та проблемами. Найбільш важливими пластами народного світогляду є міфологізм і християнство. Первісна людина не виділяла себе з природного та соціального навколишнього середовища, її мислення відрізнялося відсутністю абстрактно-логічного розуміння світу. Синкретизм виявлявся тоді у тісному зв'язку міфів, ритуалів та мистецтва. Коли ж людина починає виділяти себе з природного та соціального середовища, настає процес соціальної стратифікації. Під народною культурою стали розуміти культуру селянства, міських низів і дрібного духовенства, протиставляючи її офіційній елітарній міській культурі. Саме нове світорозуміння «дало поштовх поступовому виділенню в рамках офіційної субкультури релігії, філософії, наукових знань, літератури, мистецтва».

Винищуючи народну культуру радянський союз, а потім і московія намагаються знищити зв'язок не тільки поколінь, а й зв'язок з національною ідентичністю, одним з найжахливіших викликів у сучасній історії Українського народу і саме потяг народу і жага до перемоги над злом як народних героїв часів Київської Русі та доби козаччини дають нові можливості розвитку під час даних потрясінь і народжують нові фрески ц мозаїці народної культури, починаючи від нових пісень про сучасну війну й закінчуючи картинами та фільмами.

Ще за часів коли духовним стрижнем європейської культури стає християнство, виникає своєрідне явище – язичницько-християнський синкретизм. Вся народна культура виявляється пронизаною християнсько-язичницьким світосприйняттям. Не викоренивши язичництво, християнські пастирі надали давнім язичницьким цим волам християнське забарвлення. Автор статті, що реферується, вважає, що «з приходом християнства створюється нова форма синкретизму – єдність сакральних видів мистецтва». У другій половині XIX ст. народна культура набуває статус культурної спадщини нації, виразника національної ідеї. В епоху індустріального суспільства синкретизм народної культури змінює свою форму, зароджується масова культура, «орієнтована на усереднений рівень розвитку масового споживача».

Народна культура є сукупністю таких значущих елементів, як народна пісня, що відображає в собі специфіку сприйняття і відображення навколишнього світу, що поєднується зі збереженням і передачею новим поколінням історичного досвіду кожного народу, що накладається на знання та досвіди нових поколінь. При цьому народна пісня невіддільна від народного танцю, що становить таке саме єдине масове явище, невіддільна від життя народу. Найчастіше саме народні пісні накладають відбиток характер і стиль танцю, визначаючи особливості народної манери виконання. Саме ці елементи, що відображають особливості кожного народу, дозволяють зберігати народну самобутність і самосвідомість.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Campbell J. *The Masks of God: Primitive Mythology*. London: Secker & Warburg, 1960. 504 p.
2. Daly K.N. *Norse Mythology A to Z*. 3rd ed. N.Y., 2010. 128 p.
3. Tylor E.B. *Religion in Primitive Culture*. N. Y.: Harper & Row, 1958. 552 p

*Цьона А.-Г. О., аспірант,  
кафедри режисури телебачення  
інститут екранних мистецтв  
Київський національний університет  
театру, кіно і телебачення імені І.К.Карпенка-Карого  
Київ, Україна*

**ВЗАЄМОДІЯ ПРОФЕСІЙНИХ ТА НЕПРОФЕСІЙНИХ АКТОРІВ У КІНО  
(НА ПРИКЛАДІ КАСТИНГУ ФІЛЬМУ «ЛА ПАЛІСІАДА»  
Ф. СОТНІЧЕНКА)**

**Постановка проблеми та актуальність.** Акторський ансамбль передбачає злагодженість гри акторів задля створення цілісності твору [2, с. 8]. За допомогою акторів будується реальність того ступеню відповідності життю, яка потрібна режисеру, щоб викликати у глядача бажане сприйняття. В українському кіно останніх років виникла помітна тенденція до залучення непрофесійних акторів на драматичні ролі першого та другого плану на рівні з професійними акторами. Варто зазначити, що в сучасних фільмах та серіалах переважно домінує використання професійних акторів. Однак при наближенні стилістики фільму до більш реалістичної постає проблема вирішення акторського існування в вірогідному ключі. Брак розвитку кіноакторської школи в Україні та наявність великої кількості людей з унікальним життєвим досвідом спонукають до частішого залучення акторів-аматорів. Відомий своєю роботою з професійними та непрофесійними акторами, чеський режисер Мілош Форман говорить, що актори-аматори як сейсмографи – вони одразу відкривають, якщо щось фальшиве та неправдиве [5]. В пошуках нової виразності кіномови та вираження сучасної проблематики українського суспільства режисери все частіше поєднують гру професійних акторів з акторами-аматорами.

**Мета роботи.** Дослідити стилістичний та змістовний вплив поєднання гри професійних та непрофесійних акторів в акторському ансамблі на прикладі фільму «Ла Палісіада».

**Основний виклад матеріалу.** Художня стрічка Філіпа Сотніченка «Ла Палісіада» (2023) розповідає історію про розслідування вбивства полісмена в



Ужгороді та про випадок фальсифікації кримінальної справи, що відбувається незадовго до скасування смертної кари в Україні. Події відтворюються у формі мок'юментарі (псевдодокументального фільму), яка імітує криміналістичну хроніку поліцейських. Використання непрофесійних акторів в цьому фільмі зумовлено вибраною автором стилісткою фільму. Жанр мок'юментарі передбачає стилізування кінотексту під «живе» документальне фільмування [4, с. 151]. Ця стилізація проявляється як у вирішенні візуальної стилістики зображення та погляду камери, що існує поруч з героями та є учасником подій, так і у вирішенні вибору акторів на ролі та стилістику їх існування. Для розповіді головних сюжетних ліній автор використовує поєднання професійних акторів та акторів-аматорів. Андрій Журба, що має великий досвід гри у серіалах та фільмах, грає судового психіатра. В парю до нього на роль слідчого ставлять Новруза Хікмета, який має знімальний досвід роботи режисером та другим режисером, однак не є професійним актором. Природна правдивість Н. Хікмета стимулює також до більш стриманої гри А. Журбу. Таке поєднання акторів різної фактури створює напруження в їх співіснуванні, та зароджує відчуття конкуренції та протистояння між персонажами, що у фільмі є давніми друзями, які обидва були закохані у вдову їхнього колеги. Потреба реалістичного відтворення реальності спонукала автора до пошуку живих облич і на ролі другого плану та масовки, які б могли створити образ та вигляд справжнього кримінального середовища 1990-х в Ужгороді. Саме там на місці та набирали велику частину акторів другого плану та масовки [1; 3]. Особливо це працює у сцені затримання бандитів у їхньому осередку. Камера, що імітує погляд криміналіста-хронікера детально вихоплює обличчя головорізів, тому що серед них шукають того самого вбивцю поліцейського. Ці обличчя мають фізичні недосконалості, різну фактуру, типаж і створюють відчуття реалістичності контексту подій. Тобто непрофесійні актори тут використовуються для зображення правдивого середовища другого плану, в якому існують головні персонажі.

Занурення у правдиве матеріальне середовище епохи 1990-х та оточення головних персонажів непрофесійними акторами підіймає загальний рівень вірогідності гри професійних акторів, які повинні відповідати невимушеності

акторів-аматорів та природно реагувати на навколишнє середовище. Таке рішення провокує меншу чуттєву забарвленість гри акторів, однак також і більшу відстороненість глядачів. Замість емоційного співпереживання героям, це призводить до створення власного відношення та оцінки подій та людей, що зображуються. Разом з тим така стилістика стимулює впізнавання глядачем реалій, подій та людей з реального життя недалекого минулого, які існують у нас дотепер.

**Висновки.** Використання режисером поєднання професійних та непрофесійних акторів зумовлене бажанням занурити глядача в правдиво відтворений період 1990-х. Актори-аматори провокують більш достовірне існування всіх учасників акторського ансамблю. Невідповідність одного може зруйнувати зв'язність, змістовність цілого, тобто той кінематографічний світ, який режисер відтворює виконавцями. Впізнаючи в персонажах з минулого людей сучасності, автором створюється висловлення про ментальність людей та спадковість певних рис.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кудряшова В. *Інтерв'ю: Чому зараз так багато кіно про 90-ті? Запитали трьох українських режисерів*// The Village Україна, 2023. URL: <https://www.village.com.ua/village/culture/culture-situation/345151-chomu-zaraz-tak-bagato-kino-pro-90-ti-zapitali-troh-ukrayinskih-rezhiseriv> (дата звернення 10.03.2024 р.)
2. *Словник театрознавчих термінів і понять* / укладачі Савченко І., Ліпницька І. Київ, 2021. 144 с.
3. Шилова А. *Нам здається, ми знаємо все, але насправді нічого: Сотниченко та Сочивець про стрічку "Ля Палісиада"*/Суспільне Культура, 2023. URL: <https://suspilne.media/culture/557981-nam-zdaetsami-znaemo-vse-ale-naspravdi-nicogo-sotnicenko-ta-socivec-pro-stricku-la-palisiada/> (дата звернення 10.03.2024 р.)
4. Blandford S. *The film studies dictionary*. London : Arnold. 2001. 287 р.

5. Polt H. Interview: Miloš Forman. *Film Comment*, 1970. URL:  
<https://www.filmcomment.com/article/milos-forman-interview/> (дата  
звернення 10.03.2024 р.)

*Костилєва В.А.*  
*режисерка*  
*старша викладачка*  
*кафедри режисури телебачення*  
*інститут екранних мистецтв*  
*Київський національний університет*  
*театру, кіно і телебачення імені І.К.Карпенка-Карого*  
*Київ, Україна*

## **СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТЕЛЕВІЗІЙНОГО КОНТЕНТУ ДЛЯ ДІТЕЙ**

Телебачення – один із найбільших засобів поширення інформації (політичної, культурної, пізнавальної, соціальної, навчальної та розважальної тощо). Феномен полягає в тому, що телебачення, яке впливає на масову свідомість, формує смаки, погляди, систему поведінки, задає координати особистісного розвитку, перетворилося у визначний соціокультурний інститут, який є невіддільною частиною життя багатьох людей.

Значну частку телевізійного ефіру охоплюють саме розважальні передачі, мета яких перемикнути увагу глядача від новин та зняти стрес від інформаційного навантаження. Завдяки цьому, зацікавленість аудиторії у розважальному форматі залишається не просто сталою, а й постійно зростає та урізноманітнюється, тому програми цього жанру мають високі рейтинги. У дослідженні професорки Кафедри мистецтва кіно і телебачення КНУ ім. Тараса Шевченка, докторки наук із соціальних комунікацій Віти Гоян зазначено, що «розважальні програми – це програми, основними ознаками яких є: поєднання жартів, азарту, простоти, отримання задоволення, емоційного комфорту, насолоди, зняття стресу».

Стосовно дитячої аудиторії, то налагодження системного діалогу з молодшими глядачами Суспільне розпочало 2020 року – зі створенням редакції дитячого контенту на цифрових платформах, бо саме цифрові

платформи найбільш популярні серед дітей, основним майданчиком для дистрибуції обрано Ютуб. Протягом першого року роботи редакція дитячого мовлення розробила стратегію і концепцію створення безпечного контенту у привабливому форматі, вільного від маніпуляцій, провела мистецькі конкурси та залучила найфаховіших виробників українського анімаційного ринку, а також дитячих психологів, до створення анімаційних серіалів. У жовтні 2021 року Суспільне запустило дитячий Ютуб-проект «Бробакс», де можна переглянути безпечні мультсеріали українського виробництва; аудіоказки й терапевтичні історії, які делікатно інтегрують дітей у нову реальність із поясненнями навколишньої дійсності для всіх вікових груп, а також для їхніх батьків і вихователів. У березні 2022 року на дитячому телеграм-каналі Суспільне запустило проєкт «Хоробрі Казки», які можна завантажувати і офлайн вмикати дітям під час відключень електроенергії чи зникнення інтернету, в підземних бомбосховищах під час повітряних тривог.

Стосовно якості контенту, для потрапляння в цей сегмент необхідно, щоб відео на каналі неухильно відповідало таким нормам: було корисним, цікавим; містити виключно дитячий зміст з елементами розваг, навчання і розвитку; надто примітивний, простий, шкідливий або небезпечний для дітей контент не дозволяється.

Але не все залежить від творців. Часто вони потрапляють у дитячу редакцію випадково, за збігом обставин. І, буває, режисери та журналісти, цілком професійні й обізнані у широкому колі питань, самотужки, з помилками та знахідками, опановують мистецтво телебачення для дітей.

Завдання, яке поставив перед собою автор цієї статті, - узагальнити досвід фахівців українського дитячого телебачення і донести його до широкого кола початківців і професіоналів ЗМІ, яким цей досвід може бути цікавим.

Отже, з чого починається любов дитини до екранних мистецтв? Можна сказати одним словом: з руху. Згадаймо, що можна годинами дивитися на вогонь чи хвилі, а нестійка увага дитини тримається на рефлекторній реакції на рух. Тому програми для дітей мають бути динамічними внаслідок руху в кадрі, або

завдяки зміні кадрів, чи за допомогою жвавої музики. Всенародна любов до анімації має у своїй глибинній основі саме цю увагу до руху. Також на генетичному рівні в нас закладено любов до всього круглого та пухнастого. Герої фільмів Уолта Діснея тому яскраве підтвердження. Негативні персонажі мають гострі ікла, голки, кутасті форми та незграбні рухи.

Сучасна анімація, бажаючи зламати стереотипи Діснея, йде на створення персонажів, які не відповідають потребам дитини на рівні інстинкту, і тому спотворюють світосприйняття дитини. Дитина ще не має життєвого досвіду, в неї недостатні критерії оцінки людей і подій, тому у творах для дітей, особливо маленьких, автори мають орієнтуватися на інстинкти та навчати глядачів життю, допомагати виробляти правильні моделі життя, показуючи та називаючи добро - добром, а зло - злом. До того ж треба створити для дітей щасливий фінал, тому що діти мають знати - їм завжди хтось прийде на допомогу або дитина сама може впоратись зі складною ситуацією. Екран повинен показати глядачеві шлях до перемоги.

До речі, люди змалечку люблять, щоб їм полоскотали нерви. Приклад: вічно живі історії про чорну руку, або неперевершені українські народні казки, Ш. Перро, Гофмана. Тут автори зачіпають інстинкт самозбереження. Різні “жахалки” сприяють виробленню адреналіну, вчать не втрачати контроль над собою в серйозних випадках. Почуття гумору при дрібних негараздах сприяє позитивному станові маленького глядача. Особливо цікавими для дітей є твори, в яких негативні персонажі намагаються завдати шкоди їхнім ровесникам, а помічниками героїв є тварини. І вся малеча разом перемагає „великих та жахливих”.

Ігровий фільм діти часто сприймають як документальний, а при наявності сучасних засобів комп'ютерної обробки та графіки, реалізм вигаданих персонажів і антуражу стає переконливим, і дитині важко відрізнити уявне від правдивого. Довіра глядача до екранного твору у цьому віці є дуже великою.

Діти швидко втомлюються, втрачають увагу, особливо, коли глядачам стає і справді страшно - вони наче ховаються від жахливого. Тому сюжети таких шоу

не повинні мати різні відгалуження. Краще, коли вони дещо прямолінійні. Маленьким глядачам подобається, коли перемагає герой-дитина, і не просто перемагає, а ще й ставить свого ворога у смішне становище. Одразу по закінченні фільму діти намагаються перевірити на собі екранний досвід: вони починають фехтувати, як мушкетери; кидати ножі, стріляти, підпалювати петарди – діяти, як герої пригодницьких фільмів. І про це треба пам'ятати авторам таких творів для дітей. Підвищеній активності сприйняття дитини, зосередженості на дійшовому началі в поведінці героїв, бажанню виразити себе зараз, а не в майбутньому, і бути подібним до героя автори мають протиставити чітку орієнтацію таких дій на добро, на вчинки, які отримають схвалення батьків або громади.

З трьох років у дитини пробуджується цікавість до іншої статі. Цю цікавість автори часто використовують у фільмах для підлітків. Але якщо цю тему зробити домінуючою, автори ризикують втратити частину аудиторії: не всі діти одного віку з однаковою увагою ставляться до "кіна про любов". Стосунки хлопчиків і дівчаток мають бути однією з фарб, що прикрашають динамічний сюжет. Так само діти не люблять дуже позитивних героїв, яких їм нав'язують за приклад. Щоб наш герой здобув прихильників чи послідовників, в його занадто світлий образ треба додати трішки інших кольорів. Тоді глядач не буде пригнічений через власну недосконалість і зможе в деяких ситуаціях поставитися до героя зверхньо, а автори знайдуть таким чином шлях до читача-глядача і не втратять його.

У документальних фільмах і програмах, спілкуючись з дитиною, дорослий професіонал, яку б ціль не переслідував, зобов'язаний понад усе ставити за головне інтереси дитини й лише потім свою мету. Дітям не подобається коли ЗМІ зловживають фотознімками чи життєвими описами дітей у скрутному становищі, коли дитячі серйозні висловлювання подаються таким чином, що викликають сміх у дорослих, а не у дітей. Діти не люблять, якщо дорослі демонструють необізнаність дітей в кадрі, зображують їх пасивними, або говорять від імені дітей, навіть у тих випадках, коли останні краще обізнані в

обговорюваному питанні. Дітям, як всім нам, хочеться, щоб до них ставилися із повагою. Бесіди з дітьми зменшують прірву між поколіннями, сприяють взаєморозумінню. Адже часто конфлікт "батьки-діти" розвивається там, де вони не розмовляють між собою або не знаходять спільних тем чи мети. Діти хочуть, щоб до них ставилися як до рівних, адже вони теж багато знають і розуміють.

Дітей цікавить багато чого у світі, а не лише ігри й розваги. Вони бажають говорити про себе без втручання дорослих, бо часто бачать світ під дещо іншим кутом. Але, працюючи з дитиною в кадрі, треба пам'ятати про права дитини. Це і тривалість робочого дня, згідно із законом, і дозвіл батьків і бажання самих дітей до співпраці, і проблеми, пов'язані із конфіденційністю. Часто присутність вчителів або батьків заважає дітям бути відвертими, тому в таких випадках автори мають забезпечити анонімність. Називаючи дітей в кадрі, автори повинні поцікавитися, чи хочуть діти, щоб їх назвали. Особливо це стосується дітей з груп ризику. Працюючи з такими дітьми, автори повинні продумати, чи не завдасть шкоди дітям їх висловлювання або поява в кадрі.

Спілкування із ЗМІ може викликати у дитини нереальні надії, які потім можуть змінитися розчаруванням або образою. Особливо це стосується обдарованих дітей. Неприпустимо, щоб інші люди скористалися екранною інформацією для завдання шкоди цій дитині. Самі діти не завжди можуть реально оцінити наслідки співпраці із ЗМІ.

Працюючи для дитячої аудиторії, автори мають зустрічатися з дітьми, спілкуватися, при можливості відверто, на різні теми. Тільки за умови знання дитячої психології, кола інтересів сучасної дитини, її оцінки екранного продукту, а не тільки таланту авторів, можна розраховувати на тривалий успіх програм і фільмів для дітей.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Goyan V. . *Typical and genre features of the news program: Manual. for students. Institute of Journalism / Vita Goyan.* Kyiv: Kyiv. nat. Univ. T. Shevchenko, 2001 p.- 53p.



*Богдан П. Д.,*

*Заслужений журналіст України*

*доцент кафедри режисури телебачення*

*інституту екранних мистецтв*

*Київський національний університет*

*театру, кіно і телебачення імені І.К.Карпенка-Карого*

*Київ, Україна*

## **СУЧАСНА ТЕЛЕЖУРНАЛІСТИКА: ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУСКИ ЧИ МОВЛЕНЕВЕ МАНІПУЛЮВАННЯ**

Розгляд заявленого питання варто почати з термінології.

**Журналістика** є соціальним інститутом, створеним з метою забезпечення всебічного й об'єктивного інформування всіх суб'єктів суспільного життя про соціальну дійсність, що необхідне для оптимального функціонування всіх інших соціальних інститутів і суспільства в цілому як саморегульованої системи. Тут варто наголосити саме на «всебічному й об'єктивному інформуванні», оскільки про умови дотримання цих вимог йтиметься у подальшому.

**Громадська думка** – це колективне судження людей, в якому ставлення до подій і явищ виявляється у формі схвалення, осуду або вимоги. Громадська думка формується в процесі руху інформації в суспільстві, відображає людське буття, суспільну практику людей і виступає як регулятор діяльності. Тобто на підставі згаданого «всебічного і об'єктивного інформування» створюється колективне судження (схвалення або осуд) тих чи інших подій, чи явищ.

Здавалося б, все логічно. На підставі об'єктивної інформації має виникати адекватна реакція суспільства. Тоді чому наступний термін, який розглядатиметься, а саме «мовленнєва маніпуляція», і нині залишається активно вживаним?!

Отже, **мовленнєва маніпуляція**. Її заведено вважати різновидом маніпулятивного впливу, який здійснюється шляхом майстерного використання певних ресурсів мови з метою прихованого впливу на когнітивну й поведінкову діяльність адресата.

Варто одразу зазначити, що в цій статті не аналізуватимуться приклади «використання певних ресурсів мови з метою прихованого впливу на діяльність адресата». Розглядатиметься дещо парадоксальна ситуація, коли чинниками маніпулятивного впливу стають загальноприйняті стандарти інформаційної журналістики.

Так, вони дозволяють визначити певні параметри якості новин, які відображають дійсність, висвітлюють суспільно важливі теми, є нецензурованими й незамовленими. Але в реальному телевізійному виробництві саме ідеальна модель поза нашою волею може стати засобом маніпуляції. Новинні сюжети за певних обставин спотворюватимуть картину дня, наше уявлення про ситуацію в країні та ставлення до тих чи інших явищ і подій.

Перша причина криється в засадничих проблемах спостереження. Журналісти в процесі своєї професійної діяльності завжди стоять перед вибором. Вони обирають події, визначають теми, звертаються до певних експертів... За якими ж критеріями відбувається цей відбір? Багато що залежить від самого журналіста, його смаків, професіоналізму, політичних поглядів...

Впливають значною мірою і критерії релевантності події, тобто наскільки інформація відповідає запиту телевізійної аудиторії. І хоча це доволі суб'єктивний показник, втім до інформаційних сюжетів він ставить низку цілком конкретних вимог. Насамперед журналіст звертатиме увагу на ступінь скандальності події та тривалість самого конфлікту. Щодо учасників подій, то тут спрацьовує правило публічності. Чим відоміші учасники, тим вірогідніше потрапляння сюжету до випуску новин. Впливає і так звана просторова віддаленість події від аудиторії,- чим вона ближче, тим актуальніша.

І саме ці події, саме ці теми формують уявлення аудиторії про сьогоденне життя суспільства.

То чи можна такий творчий процес назвати формуванням об'єктивної картини світу? Навряд чи. Це реальність, але медійна. До суспільної дійсності вона все ж має якість відношення, але опосередковане, оскільки серед всього наявного інструментарію новинної журналістики досить впливовими залишаються методи фреймінгу і фільтрації. Це або самостійний вибір журналіста, або вибір редакції певного ЗМІ: обрати тему, факти, стиль оповіді, мову, джерела...

Тому йдеться не про віддзеркалення дійсності, а про суто застосування журналістські прийоми у спостереженні за подіями.

Аби запобігти спотворенню дійсності, важливо, аби журналісти дотримувалися професійних стандартів об'єктивності, дотримувалися етичних норм та перевіряли правдивість інформації перед її публікацією. Також важливо, щоб споживачі інформації були критичними до того, що вони читають, дивляться чи слухають, та активно перевіряли джерела і факти перед тим, як сприймати їх за правдиві.

Дотримання журналістською спільнотою принципів професійної етики, поза сумнівом, є одним з найсуттєвіших факторів, здатних перешкодити практиці маніпуляцій масовою свідомістю. Комерційний характер українського телебачення визначає той факт, що в телеефірі з'явилося безліч телевізійних передач, що висвітлюють тему насильства, злочинів, катастроф, – тем, що традиційно підвищують рейтингові показники телевізійних каналів, які експлуатують інтерес глядачів до «гарячих» тем. Відбувається непропорційний зріст кількості різноманітних шоу, що дає ефект карнавалізації всього телевізійного контенту, включно з ток-шоу і навіть наповненням теленовин. Погоня за сенсацією призводить з одного боку до нагнітання перебільшеної загрози, а з іншого – до виникнення невмотивованих очікувань серед телеаудиторії.

Для пересічного телеглядача існує елементарний набір своєрідних «індикаторів», які свідчать про застосування маніпулятивних технологій у тій чи іншій програмі. Свідомо чи інтуїтивно, кожен з нас може опиратися на ряд

певних ознак. Окрім способів подачі інформації – сенсаційності, терміновості, мультиплікативності (дроблення) подачі інформації, такими «індикаторами», зокрема, є:

- мова та емоції,
- повторення,
- вилучення з контексту,
- тоталітаризм джерела повідомлень,
- змішування інформації та оцінки,
- прикриття авторитетом,
- невідповідність висловлювань тощо.

Пересічному телеглядачеві набір таких «індикаторів» може допомогти зберегти здатність до самостійного мислення під маніпулятивним «пресом» мас-медіа.

Дієвим у процесі захисту від маніпуляцій є відсторонення від емоцій, адже маніпулятивні технології найдієвіше спрямувати на емоційну сферу людини. Науковці радять сприймати інформацію відсторонено, а вже потім, без участі інших осіб, обміркувати її. Важливою є діалогічність мислення, адже маніпулятори намагаються перетворити нас на споживачів ідей, позбавити будь-якого відкритого діалогу, що руйнує маніпуляцію. Необхідними стають також створення альтернатив та піддання сумніву інформації, що надходить. Особа, яка намагається маніпулювати, пропонує вигідну їй позицію, яка, з її погляду, позбавлена альтернативи. Аби уникнути цього, треба припустити іншу позицію, піддавши сумніву інформацію, що надходить, і вся структура маніпуляції руйнується. Виявивши інші альтернативи, можна припинити процес маніпулювання. Важливою протиотрутою від маніпулювання є належний рівень духовної культури.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Засоби масової інформації і суспільство України: сучасний стан взаємостосунків. Аналітична записка Українського центру економічних і

політичних досліджень // *Україна на порозі третього тисячоліття: духовність і художньо-естетична культура*. - К., 1999. - Т. 14. - С. 572-607.

2. Копиленко О.Л. *Влада інформації*. - К., 1991. - 108 с.

3. Костенко Н. *Парадигми та фактичності нових мас-медіа* // *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. - 1998. - № 1/2. - С. 138-150.

4. Поліщук Ю., Гнатюк С., Сейлова Н. *Мас-медіа як канал маніпулятивного впливу на суспільство*. *Український науковий журнал інформаційної безпеки*. 2015. Вип. 21. С. 301–308.

5. Саєнко О., Саєнко А. *Програмна структура національного телебачення як необхідна умова духовної консолідації українського суспільства* // *Україна на порозі третього тисячоліття: духовність як основа консолідації суспільства*. - С. 583.

6. Сотников А. В. *Маніпулятивний вплив у сучасному медіа-дискурсі*. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія : Філологічні науки. Мовознавство*. 2016. № 5. С. 104–107.

7. Хоружий Г. *Інформаційна політика: сутність і проблеми* // *Друкарство*. - 1999. - № 4(27). - С. 4-5.

8. YouTube канал телеканалу ICTV«» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://fakty.com.ua/ua/videos/fakty-ictv-vypusk-15-45-22-11-2021/>

9. YouTube канал телеканалу «Інтер» [Електронний ресурс]. Режим доступу: [https://www.youtube.com/watch?v=9GEa1uIJ8oI&ab\\_channel=%D0%9F%D0%BE%D0%B4%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8](https://www.youtube.com/watch?v=9GEa1uIJ8oI&ab_channel=%D0%9F%D0%BE%D0%B4%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8)

10. YouTube канал телеканалу «Такі справи» [Електронний ресурс]. Режим доступу: [https://www.youtube.com/watch?v=ewJVAEy22lc&ab\\_channel=24%D0%9A%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB](https://www.youtube.com/watch?v=ewJVAEy22lc&ab_channel=24%D0%9A%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB)

11. YouTube канал телеканалу «1+1» [Електронний ресурс]. Режим доступу: [https://www.youtube.com/watch?v=eD1qYdmsNLc&ab\\_channel=%D0%A2%D0%A1%D0%9D](https://www.youtube.com/watch?v=eD1qYdmsNLc&ab_channel=%D0%A2%D0%A1%D0%9D)

12. YouTube канал телеканалу «Україна» [Електронний ресурс]. Режим доступу:

[https://www.youtube.com/watch?v=5KN6FMks8QQ&ab\\_channel=%D0%A1%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%8F](https://www.youtube.com/watch?v=5KN6FMks8QQ&ab_channel=%D0%A1%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%8F)

13. YouTube канал телеканалу «ICTV» [Електронний ресурс]. Режим доступу:

<https://www.youtube.com/@ictv>

14. YouTube канал телеканалу «1+1» [Електронний ресурс]. Режим доступу:

[https://www.youtube.com/watch?v=1LDm2DwvM3E&ab\\_channel=%D0%A2%D0%A1%D0%9D](https://www.youtube.com/watch?v=1LDm2DwvM3E&ab_channel=%D0%A2%D0%A1%D0%9D)

**Секція 3: Маркетинг і мистецтво. Основні тенденції розвитку  
аудіовізуального мистецтва в контексті економічних вимог сучасності**

*Бабік А.І.,*

*викладач кафедри кінорежисури та кінодраматургії*

*інститут екранних мистецтв*

*Київський національний університет*

*театру, кіно і телебачення імені І.К.Карпенка-Карого*

*Київ, Україна*

**ПРО СУЧАСНІ ВИМОГИ ДО МОДЕРНІЗАЦІЇ ТА РЕФОРМУВАННЯ  
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ДРАМАТУРГІЯ КІНО І ТЕЛЕБАЧЕННЯ»**

Навчальна дисципліна «Драматургія кіно і телебачення» (ДКТ) в українському мистецько-освітньому просторі ще й досі вважається консервативною, ледь не архаїчною, що пов'язане з цілою низкою причин.

1) укорінене у вітчизняній аудіовізуальній індустрії зневажливе, поверхнєве ставлення до сценарію як первинної ланки знімального процесу і до сценариста як головного творця ідеї, сюжету, персонажів і світу історії;

2) тверде переконання в тому, що сценарію не обов'язково бути цікавим, оригінальним, професійним, що будь-які недоліки у сценарії, навіть суттєві, можна легко і безболісно виправити режисурою, акторською грою, монтажем, звуковою доріжкою тощо. Це своєю чергою скорочує терміни, відведені автором на створення і доопрацювання сценарію, який часто заходить у знімальний період недоробленим, «сирим»;

3) панівний ще з радянських часів, але нічим не обґрунтований і не підкріплений так званий «культ режисера» - своєрідного диктатора знімального процесу, що командує всім і усіма та одноособово розв'язує творчі питання – в тому числі безпосередньо пов'язані зі вже написаним сценарієм. Це, на жаль, дуже часто корелюється зі слабкою освітою режисера в кінодраматургії або її повною відсутністю. Українська історія – в тому числі історія кіно – дає нам

занадто багато сумних прикладів того, до чого може призвести ніким і нічим не контрольована влада невігласів;

4) вітчизняна кіноіндустрія (а з нею і серіальна) все ще знаходяться в полоні солодкої самоомани «поетичного кіно», яке оспівується і подається чи не єдиним можливим напрямком розвитку та існування українського кіно. Це своєю чергою формує у мистецької спільноти та громадськості хибне і небезпечне уявлення про уроджену, фатальну неприбутковість українських фільмів, а з ними – і серіалів. Вони, мовляв, мають бути просто знятими на «високому художньому півні», хоча ніхто не може пояснити, що воно таке. В українських реаліях головними інвесторами фільмів і серіалів є або держава, або приватні телевізійні канали, але і в першому, і в другому випадку питання про бодай мінімальну прибутковість аудіовізуального контенту взагалі не підійматися;

5) хибне уявлення про ДКТ як про галузь мистецтва, що застигла у своєму творчому і технологічному розвитку, хіба що сценаристи замінили друкарські машинки на ноутбуки.

Подібні спотворення уявлень і бачень призвели до того, що ДКТ опинилась ледь не на узбіччі мистецько-освітнього процесу. Вона викладається тільки у двох українських вишах – і лише на освітньо-кваліфікаційному рівні бакалавра. І це в той час, коли в усьому світі насамперед в кіно- і серіальній індустріях США, ця галузь стрімко прогресує і розвивається – разом з професією сценариста. Якщо представники освітньо-мистецької спільноти не подолають це критичне відставання, навчальна дисципліна «Драматургія кіно і телебачення» дійсно ризикує стати архаїчною і відсталою. Відтак вона потребує, на нашу думку, негайного реформування, і ось що слід зробити в першу чергу.

Почнемо з назви. Найменування «Драматургія кіно і телебачення» вже давно не відповідає теперішнім реаліям. Фільми та серіали демонструються не тільки в кінотеатрах і на телевізійних каналах, але й у кабельних мережах і на стримінгових платформах [1]. Відтак можна, скоріше, говорити про «драматургію кіно і серіалів», або, більш узагальнювальне, «аудіовізуальну драматургію». Цей термін видається нам вдалим ще й тому, що підкреслює



головну особливість сценарію – він створюється саме для *аудіовізуального* відтворення. В англійській мові вживаються терміни «screenwriting» або «scriptwriting», що можна перекласти як «сценаристка», або «сценарна майстерність» - і їх теж можна розглядати в якості альтернативи терміну «драматургії кіно і телебачення».

Другою важливою складовою оновленої навчальної дисципліни, на нашу думку, має стати додавання до неї предметів умовного «психологічно-бізнесового» блоку. Про що йдеться? Сучасний сценарист, якщо ми говоримо про розвинуті аудіовізуальні індустрії, не існує у безповітряному просторі і не живе в келії або печері. Він є продуктом сучасного суспільства загалом і її творчо-креативної частини зокрема, а відтак схильний до всіх психічних і психологічних проблем нашого буття - і навіть більшою мірою, ніж пересічна, «не творча» людина [2]. Чи повинен сценарист знати про існування психологічних проблем у своїй професії? Безумовно. Де він може дізнатися про них і про те, як їх долати? Практично ніде. Звідси витікає необхідність створення базового освітнього курсу – щось на кшталт «Психологія професії сценариста». В проаналізованих нами вітчизняних і закордонних джерелах подібний курс відсутній, відтак він може стати своєрідною «родзинкою» вітчизняної мистецької освіти.

Як ми вже зазначали вище, кіно і серіали – це бізнес, а створення сценарію – неодмінна його складова. Відтак сучасний сценарист повинен знати основи бізнес-адміністрування. Ця проблема стає ще більш актуальною з урахуванням того, що в сучасній серіальній індустрії чітко окреслена позиція так званого шоуранера – людини, яка відповідає не тільки за творчу, але й за бізнесову складову серіального проекту.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Islam R. *What Netflix Shows Us About the Streaming and Media Industry*// <https://www.etftrends.com/innovative-etfs-channel/what-netflix-shows-about-streaming-media-industry> // CFA, CAIA October 19, 2023.

2. Johnson B., Peirse A. *Genre, gender and television screenwriting: The problem of pigeonholing.*

<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/13675494211006089>

*Земляний К. О.,*

*аспірант*

*кафедри режисури телебачення*

*інституту екранних мистецтв*

*Київський національний університет*

*театру, кіно і телебачення імені І.К.Карпенка-Карого*

*Київ, Україна*

## **ПОШУК ФІНАНСУВАННЯ ТА МОЖЛИВОСТЕЙ КО-ПРОДУКЦІЇ ДЛЯ ІГРОВОГО КОРОТКОМЕТРАЖНОГО ФІЛЬМУ В УМОВАХ ВІДСУТНОСТІ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ КІНЕМАТОГРАФІЇ.**

Сучасне українське кіно, а особливо короткометражне, зараз переживає свої не найкращі часи. Відсутність державного фінансування штовхає молодих кінематографістів, що тільки-но отримали дипломи шукати можливостей дебютувати в кінематографі.

Перш за все очевидною умовою для копродукції з іншими країнами є залучення державного фінансування, а конкретно в розмірі не менше п'ятдесяти відсотків. Нині це і стає головним каменем спотикання при роботі над ігровим фільмом будь-якої тривалості. Державне агентство України з питань кіно в анонсі свого нового пітчінгу не включило конкурс короткометражних дебютів, чим повністю закрило для молодих кінорежисерів шлях в індустрію. В цілому легітимність проведення цього конкурсу підлягає сумнівам, але цього разу воно повністю виключає можливості для короткого метру. Однак пітчінг короткометражних дебютів не є лише однією можливістю отримати фінансування. Український Культурний Фонд нещодавно оголосив грантову програму "Відновлення культурно мистецької діяльності", в якій також можуть бути присутні короткометражні фільми. Через міждисциплінарність програми (на неї можуть бути подані вистави, кінофестивалі, художні виставки і т.д.)

конкуренція там є дуже високою, а отже шанси не є великими. «Тож, повертаючись до копродукції, за умови відсутності підтримки з боку державних фондів єдиною можливістю для короткого метру стає французький фонд CNC. Найбільш відомі французькі й не тільки фільми, профінансовані саме цією інституцією» [2, 145] Умови подачі фільму є найбільш гнучкими, порівняно з іншими фондами. Важливою є тільки наявність французького копродюсера, мажоритарне фінансування країни виробництва не є обов'язковим. Кінокомпанія може витратити до ста відсотків коштів на створення фільму в будь-якій країні та будь-якою мовою. Для режисерів короткого метру в Україні це є чи не найбільш дієвим способом отримати повне фінансування для свого проєкту, навіть якщо він потребує великого бюджету.

Через ці універсальні умови велика кількість країн, включно з самою Францією, беруть участь у цьому конкурсі. Його журі досить прискіпливе та селективне, тож рівень розробки сценарію фільму має бути дуже високим. Залучення фінансування від цього фонду відкриває безліч можливостей міноритарної копродукції з багатьма європейськими країнами. Зазвичай гроші з міноритарної копродукції для фільму застосовуються на етапі *post-production*. Вікна подачі для ігрових фільмів відкриваються чотири рази на рік, максимальна сума фінансування – сто тисяч євро.

Іншою можливістю для короткого метру є *Creative Europe Media Desk*. Вона також дозволяє виробництво фільму в Україні та українською мовою, однак має більше умов при подачі. Компанія виробник має подати щонайменше 2 короткометражні проєкти від режисерів-дебютантів як частину *Mini – Slate* (назва програми). Вікна подачі відкриваються два рази на рік, максимальна сума фінансування – десять тисяч євро.

Отже, можливості копродукції для молодих українських режисерів залишаються відкритими, однак найважливішою умовою для них є наявність копродюсера з країн ЄС або конкретно з Франції. Найбільш ефективним способом знайти цю людину є участь у міжнародних пітчінгах та резиденціях. На них команда фільму матиме можливість представити проєкт та зацікавити

потенційних копродюсерів до роботи. Дуже часто інституції, що проводять пітчінги, організують зустрічі сам на сам разом з зацікавленими міжнародними кінокомпаніями, які після представлення записуються на зустріч по конкретному проєкту. Найбільш помітними пітчінгами та резиденціями є: Euro Connection (Clermont-Ferrand ISFF), Co-Production Forum (BSFF), MIDPOINT Shorts (MIDPOINT Institute), Script Pitch (interfilm Berlin) та Director's Village (CineSud). Окрім цього в рамках пітчінгів є приз за найкраще представлення проєкту, ці гроші можуть також стати частиною бюджету майбутнього фільму.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Маркітан Л. *Кінодокументознавство. Енциклопедія сучасної України*. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2021–2023, 189 с.
2. Sutherland, J.-A., & Feltey, K. (2013). *Cinematic sociology: Social life in film*. Thousand Oaks, Calif: SAGE Publications. 2010. 145 p.
3. 14. Stone T. (2012) *(Non)fiction and the viewer: re-interpreting the documentary film*. URL: .  
<https://web.archive.org/web/20120325153902/http://www.avila.edu/journal/all03/StonePaper.htm>

*Нечмоглод Е.,*

*аспірант*

*інститут екранних мистецтв*

*Київський національний університет*

*театру, кіно і телебачення*

*імені І. К. Карпенка-Карого*

*м. Київ, Україна.*

## **МИСТЕЦЬКА КРЕАТИВНІСТЬ ТА МАРКЕТИНГОВІ ВИКЛИКИ: ДРАМАТУРГІЯ АБСУРДУ В УКРАЇНСЬКІЙ КІНОКОМЕДІЇ**

Сучасний український кінематограф стикається з низкою труднощів, пов'язаних зі складним процесом фільмування та подальшого просування фільмів до глядача. Специфічні умови, зокрема воєнний стан та відсутність інституційного фінансування, ставлять великі виклики для творців та режисерів. Це особливо актуально в контексті знімання фільмів в жанрі комедійного абсурду, де оригінальність та креативність вимагають нестандартного підходу, що потребує принаймні мінімального фінансування.

### **Інноваційний фінансовий підхід до створення фільмів**

Краудфандингова кампанія для абсурдної кінокомедії "70000 років тому"[1] (автор статті - режисер фільму "70000 років тому") [2] може розглядатися цікавим способом фінансування такого роду проєктів. 30% бюджету була залучена завдяки людям, що оцінили креативний синопсис комедійного фільму з елементами абсурду, а також те, що спонсори отримали певні заохочувальні бонуси: можливість відвідати знімальний майданчик, спілкування з командою, мерч із реквізиту, згадку в титрах, відвідати допрем'єрний показ.

Такий підхід в Україні становить новий та перспективний тренд, де глядачі стають активними учасниками створення фільмів, а не лише споживачами готового продукту. Таким чином результатом успішного фінансування проєкту

можна вважати не лише мистецьку креативність (бо сюжет переповнений абсурдним гумором, елементами мюзиклу та іншими не реалістичними елементами зміг серйозно привернути увагу), але й дивитися на це як на маркетингову стратегію даної кінокомедії.

### **Онлайн платформи як маркетинговий інструмент розповсюдження і розвитку творчості**

Один із ключових аспектів фінансової підтримки на онлайн платформах полягає у моделі розділення прибутків від переглядів. Митці мають можливість отримувати частину прибутку, що стимулює їхню активність та творчість.

Фільм "Капітан Бровари" (*автор статті - режисер цього фільму в жанрі абсурдної комедії*) [3] є відмінним прикладом успішного використання цих моделей фінансування. Знятий повністю за гроші автора, цей абсурдно-гумористичний фільм, за даними онлайн платформи "Takflix" [5], став найпопулярнішим [4] короткометражним фільмом серед глядачів за підсумками 2023 року, при цьому фільм потрапив на платформу лише у липні 2023 року. Фільм випередив навіть ті фільми, що мали державну підтримку. Таким чином абсурдно-гумористичний концепт фільму не тільки допоміг залучати увагу глядачів, а й популяризував цей твір у соціальних мережах серед людей, як щось цікаве та незвичайне.

### **Висновки**

Сучасний український кінематограф, протистоячи важким труднощам, зокрема в умовах воєнного стану та відсутності інституційного фінансування, знаходить нові перспективи завдяки краудфандингу. Зокрема, фільм "70000 років тому" відображає успішне використання цього механізму, що не лише дозволяє митцям реалізувати свої творчі задуми, але й створює простір для творчих експериментів у кінематографі.

Стрімінгові платформи нині визначають роль у розповсюдженні та фінансуванні кіноконтенту, сприяючи творчій активності митців. Модель розділення прибутків з переглядів виявляється стимулом для їхньої продуктивності. Абсурдна кінокомедія, зокрема в фільмах "70000 років тому" та

"Капітан Бровари", ефективно використовується як маркетинговий інструмент. Її незвичайна форма привертає увагу та сприяє як краудфандинговим ініціативам, так і широкому глядацькому загалу.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. URL:<https://suspilne.media/culture/548031-takflix-planue-vipustiti-istoricnu-komediu-70-000-rokiv-tomu-i-zbirae-na-ce-grosi> (дата звернення 08.03.2024).
2. Фільм "70 000 років тому" (19'), режисер Едуард Нечмоглод.  
URL:[https://youtu.be/-dh3C83ly60?si=Jz9\\_jr0NbmqjNyb](https://youtu.be/-dh3C83ly60?si=Jz9_jr0NbmqjNyb) (дата звернення 08.03.2024).
3. Фільм "Капітан Бровари" (18'), режисер Едуард Нечмоглод. Захищена магістерська робота в КНУТКіТ інституті екранних мистецтв ім. І. Карпенка-Карого. 2023. Режим доступу до ресурсу:  
URL:<https://www.youtube.com/watch?v=zfEsH7zkyHQ> (дата звернення 08.03.2024).
4. URL:<https://bit.ua/2024/01/najpopulyarnishi-ukrayinski-filmy-2023-go-roku-za-versiyeyu-takfliks/> (дата звернення 08.03.2024).
5. URL:<https://www.takflix.com/uk> (дата звернення 08.03.2024).



*Улановський Д. О., аспірант  
інститут екранних мистецтв  
Київський національний університет  
театру, кіно і телебачення імені І.К.Карпенка-Карого  
CEO OMG agency  
Київ, Україна*

## **СПЕЦИФІКА ВИТРАТ НА ПРОСУВАННЯ АУДІОВІЗУАЛЬНОГО ТВОРУ**

У процесі створення аудіовізуального продукту формується не лише творчий твір, а й об'єкт інтелектуальної власності, призначення якого, окрім естетичного задоволення запитів глядача, забезпечувати дохід у майбутньому. Робота з формування такого активу не закінчується на періоді продакшн, а враховує всі етапи виробництва. Одним із найбільш важливим автори вважають етап просування аудіовізуального продукту, що і є об'єктом нашого дослідження [4]. Важливу роль успішного завершення етапу просування відіграє ефективне планування майбутніх каналів просування ще на передпідготовчому етапі, тобто коли йде лише розробка концепції майбутнього ролика. Продюсерам необхідно точно розуміти, як поширюватиметься кінцевий продукт і які витрати будуть необхідні для успіху дистрибуції.

Найчастіше саме правильно спланований процес дистрибуції допомагає багатьом аудіовізуальним творам забезпечити необхідний рівень доходу. Так, усі основні економічні показники, що характеризують успішність проєкту, багато в чому залежать від того, яким чином буде організовано його рекламну кампанію [4, с. 56]. Сьогодні існують такі інструменти доходу: продажу прав на трансляцію, монетизація на стримінгових платформах (Megogo, YouTube, Sweet.TV), інтеграція комерційних компаній. Аналіз вибору ринків збуту аудіовізуального продукту потрібно виконувати на початковому етапі, до попереднього періоду його виробництва. Продюсер повинен бачити план і

бюджет просування аудіовізуального продукту, тому найчастіше саме на дистрибуцію йде вагома частка витрат.

Головним видом отримання прибутку від ролика як аудіовізуального продукту є скоріше не ротація, а саме трансляції, починаючи від Twitch, прямого ефіру у тікток тощо. Це працює саме для короткометражок, контентних роликів тощо. Для просування фільмів ми будемо говорити про дистриб'юторів, на кшталт «Мультиплекс», «Планета кіно», але це вже більш широке формулювання питання. У контентному ролик, який оплатив спонсор чи шляхом інтеграції, цей будь-який можливий дохід розподіляється між творцями та учасниками проєкту за попереднім договором [3].

Необхідно розуміти, що розподіл доходу у рекламному ролик, який створюється за замовленням відбувається так: 20% чи 15 % агенції просування, 10% продакшн (гонорар продюсера) і весь інший кошторис на виготовлення (актори, фільмування тощо).

Етапи виробництва ролика включають: концепцію, продакшн, постпродакшн, промотування.

Слід зауважити, що якщо ми говоримо про публікацію на YouTube, існує окрема монетизація на візуальний ряд і на аудіальний ряд. Якщо це, наприклад, музичний складник, який є авторським, під час використання на інших ютуб-каналах, то вся монетизація від їхнього ролика буде йти й правовласнику музичного аудіорядка. За таким же принципом відеоскладові аудіовізуального твору, що використовують понад 5 секунд інших ютуб-каналах, будуть монетизуватися з дозволу правовласника й надходити до першоджерела.

І спонсорський і контентний ролик можна просувати засоби диджитал-маркетингу з різними цілями та бюджетами. Залежно від масштабу та ступеня завдань, поставлених перед рекламним агентством, креативна концепція може включати: створення креативів, розробку основних рекламних повідомлень кожного сегмента цільової аудиторії, створення сценаріїв спотів для кожного сегмента цільової аудиторії, способи реалізації концепції (інфлюенс-маркетинг, таргетинг, PPC-реклама тощо).

Саме тому реклама аудіовізуального продукту стала свого роду мистецтвом. Конкуренція на ринку аудіовізуального продукту висока, тому дистриб'ютори змушені постійно шукати способи , щоб випередити своїх конкурентів [2].

Нині, залежно від компаній, даний вид реклами витрачається від 20 до 40% загального бюджету реклами. Це співвідношення пояснюється тим, що нині зменшується використання інструментів, властивих традиційним видам реклами внаслідок різних чинників, наприклад, цифровізації.

Таким чином, специфіка витрат на створення аудіовізуального продукту, їх склад та структура багато в чому залежатимуть від вибору продюсером каналів просування проекту (ролику на ютуб-каналі, мінісеріалу, документального чи соціального проекту) з метою його окупності. Витрати просування (включаючи рекламу) можуть становити до 30% бюджету проекту, але саме комплексний підхід дозволяє досягти ефективності всіх етапів виробництва та реалізації аудіовізуального продукту.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. *Головні висновки звіту Global Digital 2023*. URL: <http://bit.ly/3H9hjtz>
2. *Підприємницька освіта в креативних індустріях* // аналітичний звіт. URL: [https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/creative\\_education\\_in\\_creative\\_industries\\_ukraine\\_ukr.pdf](https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/creative_education_in_creative_industries_ukraine_ukr.pdf)
3. *Фінансування креативних індустрій. Аналітичний звіт*. Львів., 2020. URL: [https://www.ppv.net.ua/uploads/work\\_attachments/Finance\\_for\\_Creative\\_Industries\\_PPV\\_2020\\_UA.pdf](https://www.ppv.net.ua/uploads/work_attachments/Finance_for_Creative_Industries_PPV_2020_UA.pdf)
4. Чужиков А. В. *Феномен медіаіндустрії в глобальній економіці*/ онографія / Київ: КНЕУ, 2020. 271 с.

*Стулій А. І., аспірантка  
старша викладачка кафедри кінорежисури та кінодраматургії  
інститут екранних мистецтв  
Київський національний університет  
театру, кіно і телебачення імені І.К.Карпенка-Карого  
Київ, Україна*

## **ЗАСТОСУВАННЯ МУЛЬТИМЕДІА В КОНТЕКСТІ МАРКЕТИНГОВИХ АУДІОВІЗУАЛЬНИХ ТВОРІВ**

Боротьба виробників за увагу та прихильність споживачів йде вже багато століть. «Всі сучасні форми діяльності тяжіють до реклами, і більшість з них вичерпуються в ній» [1, с.129]. У 20-х роках ХХІ століття способи прояву брендів виходять на межі одного медіуму і все частіше застосовують мультимедійні підходи, часто залучаючи аудіовізуальні твори. Окрім класичних відео реклам для телебачення, зовнішніх екранів та соціальних мереж, маркетологи звертаються до віртуальної та доповненої реальності. Як тільки пристрої для перегляду подібних імерсивних досвідів стали більш доступні пересічному глядачу, такі компанії як Coca-Cola, Mini, BMW, McDonald's та багато інших зробили 360 відео кампейни, чим проявили себе як сучасні та інноваційні бренди.

Також скористалися цікавістю до нового формату і продюсери та режисери фільмів. К. Нолан створив «Дюнкерк – 360 відео досвід» [2] на основі свого фільму «Дюнкерк». Цей короткий сферичний трейлер набрав понад 15 мільйонів переглядів на платформі YouTube і залучив додаткових глядачів до основного кінотеатрального прокату фільму. А творці «Містер робот» випустили окрему 15 хвилинну стерео серію 360 «Містер Робот. Досвід у віртуальній реальності» [3], яка є повноцінним епізодом серіалу.

Віртуальна реальність стала одним із необхідних середовищ демонстрації відео контенту за часів загострення епідемії COVID. Коли подорожі між країнами стали проблематичними та небезпечними, бізнеси оцінили перевагу

можливостей імерсивних технологій. Виробники масово замовляли В2В тури у форматі відео 360 власними заводами та фабриками, які партнери та інвестори могли переглядати в масці віртуальної реальності в будь-якому куточку планети та отримували досвід наближений до перебування на локації. Українська компанія Sensorama спеціалізується на подібних рішеннях для українських та закордонних клієнтів, які активно ними користуються на профільних подіях. Після повномасштабного вторгнення віртуальний формат презентацій став дуже популярним і корисним.

В контексті російської агресії на території України мультимедійні медіа також допомагають привертати увагу до важливих тем наслідків війни для України, воєнних злочинів росії та до теми збереження культурної спадщини та економічної підтримки. Імерсивний проєкт Living the war, який складається зі сферичних кадрів міст Київської області в перші дні після їхньої деокупації, активно використовується на заходах Міністерства закордонних справ України, демонструється послам іноземних держав та представникам медіа, що допомагає налагоджувати дипломатичні та економічні зв'язки.

Інший популярний формат – доповнена реальність (AR), набув поширення неймовірних масштабів завдяки фільтрам-маскам в мережі Instagram. Майже кожний бренд так чи інакше використовує AR для залучення клієнтів, особливо це стосується бізнесів, які активно представлені в соціальних мережах: мода, шоубізнес, косметика тощо. Українська компанія FFFACE.me успішно займається виготовленням AR контенту для локальних та іноземних брендів.

Залучення штучного інтелекту до створення мистецьких проєктів також активно розвивається, як спосіб маркетингових рішень багатьох компаній в Україні та за кордоном.

Технології створення та відтворення контенту розвиваються дуже динамічно, митці віднаходять нові мистецькі форми та формати, а маркетингологи успішно застосовують їх в комерційному секторі. Через швидкоплинність технологічних, геополітичних та соціологічних змін тема використання

мультимедіа в контексті маркетингових аудіовізуальних творів є актуальною і цікавою для подальшого вивчення на сучасних прикладах.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Бодрійяр Ж. *Симулякри і симуляція* / Ж.Бодрійяр. – К.: Вид-во Соломії Павличко Основи, 2004. с.129.

2. Нолан К. *Дюнкерк* – 360 відео досвід. [Фільм], Warner Broth. Pictures, 2017. URL:

[https://www.youtube.com/watch?v=-\\_nhjmLeGYw](https://www.youtube.com/watch?v=-_nhjmLeGYw)

3. Езмаїл С. *Містер Робот. Досвід у віртуальній реальності*. [Фільм]. Universal Cable Productions, Esmail Group, 2016. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=JADKYKWLO9s>

**Секція 4: Питання селекції творчих проявів у сфері освітньо-виховної діяльності закладів мистецької освіти**

*Івашечкіна М. В., аспірантка  
викладачка кафедри режисури телебачення  
інститут екранних мистецтв  
Київського національного університету театру,  
кіно і телебачення ім. І. К. Карпенка-Карого  
м. Київ, Україна*

**ВИКОРИСТАННЯ ПСИХОФІЗИЧНИХ ТЕХНІК, НАПРАВЛЕНИХ НА  
ВИЯВЛЕННЯ РЕПРЕЗЕНТАТИВНОЇ СИСТЕМИ СТУДЕНТА, ЯК  
ОСНОВА ІНДИВІДУАЛЬНОГО ПІДХОДУ У ВИХОВАННІ АКТОРА**

Доцільність використання психофізичного тренінгу як одного з основних інструментів підготовки студента-актора сьогодні не потребує аргументації як на теоретичному, так і на практичному тлі. Механізми формування звички до такого роду роботи, як тренінг і тренаж, пов'язані як із самодисципліною майбутнього актора, так і з постійною необхідністю використання цієї звички.

Про результати та процеси тренажної підготовки актора багато писав у своїх роботах Лесь Курбас, пізніше велику увагу психофізичним підходам в акторській практиці приділяв відомий американський актор і викладач Лі Страсберг, сьогодні більшість ВНЗ мистецької освіти включають психофізичний тренінг у навчальні програми підготовки акторів.

Однією з головних відмінностей навчальної програми мистецьких дисциплін є її орієнтованість на індивідуальний підхід до кожного студента. Адже такий підхід у підготовці студента-актора є важливим з кількох причин:

1. Унікальність таланту: кожен студент має унікальні таланти, особливості характеру та потенціал, які варто розвивати. Індивідуальний підхід дозволяє виявити та врахувати ці особливості для максимального розвитку та вираження творчого потенціалу

2. Сильні та слабкі сторони: кожен студент має свої сильні та слабкі сторони. Індивідуальний підхід дозволяє вчителям фокусуватися на розвитку сильних сторін та працювати над подоланням слабкостей, щоб студент міг розвиватися в більш збалансований спосіб.

3. Особисті цілі та амбіції: кожен студент може мати свої власні цілі та амбіції щодо своєї акторської кар'єри. Індивідуальний підхід дозволяє враховувати ці цілі при формуванні програми навчання та виборі завдань для студента.

4. Розвиток особистості: акторська майстерність не обмежується тільки технічними аспектами гри. Індивідуальний підхід допомагає врахувати особистісний розвиток студента, його відносини з партнерами та сприяє створенню глибоких та автентичних образів.

5. Адаптація до потреб студента: різні студенти можуть вимагати різних методів навчання та підходів до роботи. Індивідуальний підхід дозволяє адаптувати навчання до потреб кожного студента, що сприяє кращому розумінню та ефективному засвоєнню матеріалу.

Система психофізичних технік дозволяє максимально точно визначити та побудувати найефективніший шлях роботи з кожним студентом. « Під час засвоєння і постійного вдосконалення своєї майстерності у тренінгу й окремих тренажних системах студент-актор навчається також і використовувати найкращі засоби, методики, спрямовані на вдосконалення своєї професійної діяльності, не витрачаючи свій час на неефективні справи й завдання» [4, 93]

На процес засвоєння інформації людиною впливає величезна кількість особистих чинників. В той час, як навчання акторській майстерності потребує не тільки глибокого розумового аналізу, а й використання емоційного ресурсу. Основними інструментами актора є його пам'ять: емоційна, моторна та образна. Якщо емоційна відповідає за почуття, що вже були пережиті, моторна - за фізичні дії, які доводилося виконувати раніше, то образною називають пам'ять, що відповідає за уявлення: зорова, слухова, сенсорна і смакова. Уява своєю чергою, є одним із найважливіших ресурсів майбутнього актора. Таким чином ми



можемо стверджувати, що найкоротший шлях до освоєння акторської майстерності лежить через роботу з образною пам'яттю студента.

Людина від природи наділена 5 основними органами чуття: очі (зір), вуха (слух), язик (смак), ніс (нюх), шкіра (дотик). Саме за допомогою цих органів ми з дитинства пізнаємо та сприймаємо світ. Та в процесі життя деякі з них стають домінуючими і таким чином, у кожної людини формується своя репрезентативна система. Репрезентативна система (лат. *representatio* - наочне зображення) - основний, домінуючий спосіб отримання людиною інформації із зовнішнього світу. Саме репрезентативні системи відіграють визначальну роль у взаємодії людини з навколишнім світом і власною підсвідомістю.

«Якщо під час передачі інформації викладач враховує репрезентативну систему студента, то інформація, яка йде через нервову систему, повинна спочатку транслюватися у ведучу модальність пам'яті, розуміння, а якщо спосіб передачі інформації збігається з ведучою репрезентативною системою студента, то він (студент) гарно запам'ятовує та засвоює дану частину матеріалу.» [5, 58]

За допомогою психофізичних технік направлених на встановлення репрезентативних систем студента-актора викладач має змогу знайти той самий індивідуальний підхід розвитку акторських здібностей і визначити зрозумілу обом «мову» спілкування.

На прикладі однієї з таких технік розглянемо концепцію ефективної співпраці: Після попередньо проведених тренажів на розслаблення і концентрацію пропонуємо студентам закрити очі та чітко уявити перед собою свічку. Важливо, щоб студенти максимально детально «побачили» її у своїй уяві (який вона має колір, форму, розмір...), даємо трохи часу роздивитися свічку, що стоїть перед ними. Далі, просимо уявити, що в їхніх руках лежить монета, просимо «помацати» її, відчути її вагу, температуру, матеріал з якого вона зроблена. Після декількох хвилин, просимо відкласти її в сторону. Після цього, пропонуємо студентам уявно «надягнути навушники» і послухати свою улюблену музичну композицію. Важливо, щоб вони могли виокремити музичні інструменти, що звучать в мелодії. Далі, після того, як вони «дослухали»

аудіотрек до кінця, пропонуємо відкласти в сторону навушники, взяти в руки лимон і відкусити від нього шматок. Важливо не поспішати, і дати можливість майбутнім акторам сповна відчутти смак продукту. І на закінчення, просимо студентів згадати улюблений аромат парфумів. Під час того, як вони будуть вдихати добре відомий їм запах, пропонуємо розкласти його на окремі ноти (виокремити моно запахи в композиції). Після виконання цієї вправи важливо поставити питання, що із запропонованих об'єктів уяви вони змогли відтворити найяскравіше.

Таким чином, у кожного студента, ми виділяємо по 2 домінуючих органів чуття, а отже, формуємо для себе репрезентативну систему кожного з них. Повертаючись до поняття образної пам'яті та уяви, тепер ми маємо потужний інструмент взаємодії з акторським асоціативним мисленням.

Надалі, працюючи над навчальними матеріалами (етюд, уривок, п'єса і т.д.) задля досягнення студентом більшої органічності виконання ролі, створення чіткішого образу персонажа та швидкого пробудження потрібних почуттів, слід акцентувати свою увагу на обставинах, що відповідають його репрезентативній системі. Наприклад, студенту з домінуючими органами нюху та дотику слід задавати обставини спираючись на аромат в приміщенні, в якому відбувається дія, або на тактильних моментах, що супроводжують сцену.

«Навчання можна схарактеризувати як процес активної взаємодії між викладачем та студентами, в результаті якого у студента формуються певні знання та навички на основі його власної активності. А педагог створює для цього необхідні умови. Для того, щоб успішно здійснювати навчання, педагог повинен уявляти собі основні характеристики студента – його здатність сприймати матеріал, запам'ятовувати, перероблювати, використовувати його при розв'язуванні різних задач. Чому б ми не навчали та які способи ми б не використовували при навчанні, перш за все, необхідно звернути увагу на органи чуття студента, які є його «вікном у світ». [5, 64] І психофізичний тренінг, в цьому випадку, є ключем не тільки для успішної «діагностики» організму, а й чудовим провідником у світ майбутньої професії.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ігнат'єва, Н. (2022). Тренінг у процесі занять зі сценічного руху. *Культура України*, 76, 139–143.
- Клепиков, О., & Кучерявий, І. (1996). *Основи творчості особи*. Вища школа.
2. Корнієнко, Н. (1998). *Лесь Курбас: Репетиції майбутнього*. Факт.
3. Курбас, Лесь (1996). *Театральні закони і акценти*. Логос.
4. Міз'як, В. (2023). Тренінги і система тренажів у процесі опанування студентами професії актора. *Культура України*, (80), 89-95.
5. Свириденко, О. (2009). Використання особливостей репрезентативних систем студентів для успішного засвоєння інформації. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Педагогіка, Психологія*, (1), 55-65.

*Сербіна Є.В., студентка  
Український Державний Університет  
імені М.П. Драгоманова  
Київ, Україна*

## **ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПЕДАГОГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У МИСТЕЦЬКИХ ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Час стрімкого розвитку та все більшого вторгнення у навчальний процес цифрових технологій, алгоритмізації різних процесів, прагнення класифікації та уніфікації абсолютно всього, створює оманливу ілюзію, що це можна описати мовою послідовних алгоритмів. Одночасно тиражується ідея, що нове століття характеризується концепцією глобальної освіти, орієнтованої на максимальний розвиток здібностей творчої особистості.

Стандартні вимоги до професійної компетентності викладачів мистецьких вищих закладів освіти неможливо «прищепити» чи просто «закласти» у його особистість. Професійна підготовка викладачів мистецьких вищих закладів освіти – це така сфера, де без творчої свободи, можливості експериментувати на «проблемному полі» мистецтва просто нічого не «виростає». Загальновідомо, що у галузі професійної мистецької діяльності ефект дає не дотримання жорстких правил і нормативів, а навпаки необхідність обов'язкового обліку індивідуальних особливостей особистості. Саме такою сферою є діяльність викладачів мистецьких вищих закладів освіти [2, с. 161].

У спеціальній літературі питання про роль індивідуальності у культурі у філософському, психологічному та педагогічному аспектах розглядається вже давно. З філософських позицій є цікавими міркування Ю. М. Лотмана, який виходив з припущення, що індивідуальні відмінності (і групові відмінності культурно-психологічного плану, що нашаровуються на них) належать до самої основи буття людини як культурно-семіотичного об'єкта. Культурологічний ракурс характерний для Б. М. Бернштейна, на думку якого поріг творчості розташовується там, де стихійний варіативний розкид поступається місцем

варіюванню, коли чергова варіантна зміна усвідомлена або хоча б може бути усвідомлена в даній культурі як індивідуалізація одержуваного художнього об'єкта. Духовний початок у розвитку людини вчений пов'язував із творчим характером її життєдіяльності, а індивідуальність розглядав з позицій об'єктивної та суб'єктивної реальності.

Хоча теоретичне вивчення питання розвитку творчої особистості розпочалося ще на початку ХХ ст., але у самій мистецькій практиці інтерес саме до творчої індивідуальності протягом тривалого історичного періоду не був виражений. Навіть в епоху Відродження, з її напруженим інтересом до творчої особистості, проблема індивідуальності опинилася поза увагою.

Під індивідуальністю у сучасній філософії мистецтва розуміється неповторна своєрідність особистості самого митця, абсолютно особлива форма діяльності, результатом якої є унікальний результат творчої спадщини.

Поняття «індивідуація» запроваджено К. Юнгом. На думку вченого, джерело творчості таїться в «колективному несвідомому». Тривалий час у науці переважно вивчалися окремі якості творчої особистості. Розвиток творчої уяви та фантазії досліджував Л. С. Виготський, який назвав мистецтво «суспільною технікою почуттів». Хоча в дослідженнях останніх десятиліть стало загальним твердження, що виховна функція мистецтва взагалі не вважається панівною щодо його інших функцій.

У сучасній психології заведено розуміти індивідуальність як вищий синтез, що поєднує воедино результати життєвого шляху людини. В. С. Мерлін під індивідуальністю розуміє не особливу групу властивостей людини, а на основі ключового поняття «інтегральна індивідуальність» дає уявлення про індивідуальність як цілісну систему індивідуальних властивостей людини. Людина спочатку має вийти на ступінь індивідуальності, культивувати здібності особистості, рефлексувати саму себе, височіти над собою, за межами самої себе, поза всяким фактичним своїм станом, навіть своєю фактично загальною природою.

Найважливішим і найважчим у шляху сходження до індивідуальності є подолання архетипових рис у мисленні. Термін «індивідуальність» у сучасній психології часто використовується й у широкому діапазоні. Життя кожної людини унікальне, і сам факт життєтворчості дозволяє розглядати кожну людину не лише як особистість, а і як індивідуальність. Здатність бути індивідуальністю – специфічна здатність людини, яка відрізняє її від усього світу. Індивідуальність не стане такою, якщо буде повністю підпорядкована тільки загальній обумовленості матеріального світу. У психології заведено розуміти індивідуальність як вищий синтез, інтегральний результат життєвого шляху людини. У цьому понятті фіксується одночасно своєрідність і неповторність людини як індивіда, як суб'єкта діяльності, як особистості [1, с. 108].

Характерно, що у розумінні індивідуальності дослідники відзначають динамізм, виражений активний початок особистості, здатність до розвитку. З позицій мистецької освіти цікавим є припущення про еволюцію простору та часу та появу у кожної людини свого індивідуального простору та часу, додаткового до простору та часу зовнішнього світу.

Естетичне споглядання викладача закладу вищої освіти має виражений індивідуальний характер, так само як індивідуальне зорове сприйняття простору, форми та кольору навколишнього світу. Практика мистецької творчості та професійна підготовка пов'язана з процесами візуалізації. Здатність до естетичного споглядання забезпечує не тільки широке охоплення пізнаваного художнього матеріалу, але й більшу свободу стосовно нього, дозволяючи вибудовувати асоціативні зв'язки. По суті можна відзначити, що викладач у мистецькому закладі освіти не тільки сприймає реальний простір, а й відтворений у витворах мистецтва та засобах сучасної візуальної комунікації, вчиться створювати його на площині або в обсязі, що залежить від поставленого перед ним завдання.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кардашов В. М. *Теорія і методика викладання образотворчого мистецтва*/Навчальний посібник для студентів вищих навчальних заходів. К., 2015. 296 с.
2. Рудницька О.П. *Педагогіка: загальна та мистецька*/ Навчальний посібник. Тернопіль, 2015. 360 с.