



**Ольга ПАВОНСЬКА**  
магістратка кафедри журналістики  
Національного університету  
«Острозька академія»  
Науковий керівник –

**Зоряна ГОДУНОК**  
кандидат філологічних наук,  
старший викладач кафедри журналістики  
Національного університету  
«Острозька академія»

УДК: 70.1:791.43

### **ЗАСОБИ МАСОВОГО КІНО У ЗМІ ЯК СПОСІБ ДРАМАТИЗАЦІЇ**

У статті досліджується, як засоби масового кіно застосовуються на сучасному телебаченні з метою привернення та збереження уваги глядача. Також вивчається, як принципи драматургії реалізуються в новинних телевізійних проектах. Зразками для аналізу обрано два новинних матеріали: «Спецпроект Сусіди: перша серія» (телеканал СТБ) та «Історії ТСН. «Лікар зло»: хмельничанка намагається довести вину лікарів в інвалідності її сина» (1+1). Аналіз цих зразків допоміг виявити, як у ЗМІ можуть застосовуватись засоби масового кіно з метою драматизації, що, відповідно, викривляє достовірність подання інформації та порушує норми журналістської етики. Вказано на особливість спонукати споживачів інформаційного продукту бути критичними та підвищувати рівень власної медіа-грамотності.

**Ключові слова:** кіно, телебачення, драматургія.

**Актуальність дослідження.** У сучасному світі людину оточує безліч джерел різноманітної інформації. Зважаючи на технічний прогрес, сучасна людина має доступ в інтернет буквально в будь-якому середовищі. Якщо раніше найдоступнішим джерелом інформації був телевізор, то наразі сучасний медійний контент перекочував до інтернету. Виробники телевізійних продуктів відчули неабияку конкуренцію. Саме тому вони почали активно застосовувати засоби масового кіно та принципи драматургії, аби їх продукт був конкурентоспроможним й максимально довго утримував увагу та інтерес глядача. Часто в гонитві за рейтингами інформація втрачає достовірність і практичну цінність. Це є проблемою застосування засобів масового кіно у ЗМІ.

**Стан опрацювання теми.** Аналіз публікацій, в яких ідеться про маніпуляції в ЗМІ, свідчить, що така проблема є на сьогодні вкрай актуальною та обговорюваною і в науковому, і в медійному середовищах. Різні аспекти функціонування ЗМІ в суспільстві, зокрема засоби і способи маніпулювання, розглядаються в дослідженнях як вітчизняних, так і зарубіжних науковців: В. Здоровеги, А. Москаленка, Г. Почепцова [7], В. Різуна, Д. Матісона [5].

Проблема драматизації в журналістиці як певний маніпулятивний хід побіжно згадується зарубіжними науковцями, наприклад, Д. Матісоном у праці «Медіа Дискурс») [5], але лишається майже не дослідженою українськими вченими. У вітчизняному журналістикознавстві проблему драматизації актуалізує, зокрема, Г. Почепцов [7].

Відтак ця наукова стаття є однією з перших спроб комплексного дослідження цієї теми, зокрема використання засобів масового кіно на телебаченні.

**Метою** статті є дослідити, як засоби масового кіно використовуються на сучасному телебаченні для привернення та утримання уваги глядача з метою підвищення конкурентоспроможності інформаційного/медійного продукту та рейтингів. Ще передбачає вирішення таких завдань: дати визначення поняттям «драматургія» та «драматургія телевізійного твору», аналіз новинних матеріалів щодо предмет наявності в них засобів масового кіно; аналіз того, як засоби масового кіно використовуються у журналістських матеріалах з метою драматизації.

**Виклад основного матеріалу.** Поява і зростання ролі телебачення закономірно призвели до перестановки акцентів у межах екранного звуко-зорового ряду. Раніше інформація була дефіцитом, тож важливішою в медійному продукті була саме ця складова. Наразі каналів передання інформації від джерела до реципієнта значно більше, тож важливу роль відіграє її форма, особливо щодо її здатності зацікавити глядача та втримати його увагу.

Різке розширення сфери нехудожніх телевізійних продуктів на сучасному телебаченні спричинилося до думки, що воно – це тільки засіб комунікації, а кіно – тільки мистецтво. Але це твердження є помилковим, оскільки сучасне телебачення є симбіозом інформування та розважання глядача.

У кіновиробництві існують певні принципи створення стрічок, покликани утримати увагу глядача та викликати в нього певний спектр емоцій. Журналісти також часто застосовують методи кіновиробництва у своїй роботі. Це може призвести до викривлення інформації та маніпуляцій свідомістю, однак реципієнт усе-таки отримає певну «дозу» інформації, а не пройде повз медійний продукт. Боротьба за увагу глядача – основна ціль медійників. Наприклад, служба теленовін ТСН на телеканалі 1+1 має гасло «ТСН **вражає**». У ньому криється проблема, яку ми прагнемо дослідити й розкрити. Здавалось би, новинна програма повинна **не вражати, а інформувати**. Але саме це гасло дає зрозуміти, на чому зараз ставиться акцент у журналістиці. Глядач «вразився»: він отримав порцію емоцій, він запам'ятав «яскраві» моменти. Як додатковий елемент – він отримав певну інформацію, але вже в тій оболонці/формі, в якій її подав автор повідомлення.

Наріжний камінь кіно – **драматургія**. Тут маємо на увазі спосіб організації матеріалу і прийоми динамізування глядацького інтересу (тобто постійного підтримування цікавості), а також прийоми, що викликають глядацьке емоційне співпереживання.

Драматизм – це стан, пов'язаний із напруженим переживанням якихось суперечностей, зі схвильованістю і тривогою; гостра боротьба протилежних сил, напружена інтрига. У якості ідейно-емоційної налаштованості драматизм може бути реалізований у творах будь-якого роду літератури.

Драматизм переживань людей у дійсності і персонажів у кіно та серіалах створюється під впливом зовнішніх сил і обставин, які загрожують прагненням і життю. Але нерідко вплив зовнішніх обставин породжує у свідомості людини внутрішню суперечність, боротьбу з самою собою. Тоді драматизм поглиблюється до трагізму. Відповідно до нашого дослідження «Драматизація як спосіб подачі новини на телебаченні» [6] трагізм притаманний, наприклад, сюжетам кримінальної тематики.

Слова «трагічний», «трагізм» походять від давньогрецької назви народних хорових обрядових вистав смерті й воскресіння бога родючості Діоніса. Пізніше у греків виник класово-державний устрій; це поставило перед ними моральні питання, які вони намагалися вирішувати у п'єсах, що зображують конфлікти людського життя. Стара назва

увялень збереглась, але ними стали позначати зміст таких п'єс. Аристотель писав у «Поетиці», що трагедія збуджує у глядача «почуття жалю і страху» і призводить до «очищення («катарсису») подібних афектів» [3].

**Драматургія телевізійного твору** – це побудова фільму, програми, передачі незалежно від того, чи цей твір документальний чи розважальний, а також незалежно від його хронометражу. Драматургія передбачає розвиток дії, події, характеру героя або думки за чотирима стадіями: експозиція (обґрунтування теми, інтриги), розвиток дії, думки, характеру, що веде до кульмінації, а потім до розв'язки [1].

Проблема ролі кіно в маніпулюванні свідомістю займає не менше місце, ніж маніпулювання через телевізійні ЗМІ. Пояснюється це спектром почуттів, на які впливають образи персонажів.

Заради успішності (касовості) кіно має викликати у психіці реципієнта відповідні реакції, що спричиняються провокуванням базових інстинктів, а також майже обов'язково піднімаючи ті пласти, які лежать в несвідомому під вантажем впливу культури середовища. У фільмі ніби стає можливим зробити те, що мало хто дозволив би в реальному житті. Якщо ж кіноіндустрія вийшла на досить високий рівень і здатна через аудіовізуальні канали впливати на свідомість глядача, то закономірним є прагнення застосувати засоби кіно у ЗМІ.

У розважальному сегменті телебачення точки сценарію, що покликані підтримувати інтерес глядача, називають **гачками**. Вони повинні бути розташовані не більш як через 10 хвилин ефірного часу. Якщо ж мова йде про інформаційну журналістику (репортажі, спецпроекти тощо), логічно припустити, що гачки будуть розташовуватись на таймлайні частіше, тому що хронометраж інформаційного продукту значно менший.

Динамізація інтересу глядача досягається автором найрізноманітнішими способами, які сприяють підтримці глядацької уваги. Наприклад, це може бути непрямий порядок подання інформації (порушена хронологія викладу інформації, аби зберегти інтригу). Щодо новинних матеріалів, то в них постійна поява/повторюваність гачків не потрібна, адже хронометраж таких матеріалів становить усього кілька хвилин. Гачок може бути всього один – на початку. Але він повинен бути сильним, аби захопити увагу реципієнта та втримати її до кінця повідомлення.

Драма в перекладі з грецької означає «дія», тому завдання драматургії – постійно розвивати дію, інтригу. Драматичний твір будується не на описі подій, а на, власне, подіях, тобто на дії, ґрунтованій та подоланні проблем, конфліктних ситуацій, зіткненні інтересів, характерів, ситуацій. Якщо ж у цьому ключі розглядати журналістські матеріали, то в них, зазвичай, дія не відбувається тут і зараз, а описується, адже інформаційний привід уже відбувся.

Розважальні телепрограми реалізуються через застосування конкретної дії. Із цією метою до студії запрошують так званих героїв, що розповідають про свої проблеми так, наче вони відбулась буквально за хвилину до того, як почався ефір. Тобто в уяві глядача їх слова стають «діями». Тим паче, часто ці розповіді ілюструються певними фото чи навіть відео. Якщо є можливість, ці ілюстрації справді створюються за участю оповідача. Якщо ж такої змоги нема, то на етапі монтажу додаються кадри за участі інших осіб, але які так чи так відповідають описаним ситуаціям. Коли є потреба розповісти про певну проблему, що може бути близькою для багатьох глядачів, але нема героїв, то залучають акторів із метою зберегти драматургічний принцип побудови історії.

Стосовно подолання конфліктів, то журналісти на сто відсотків послуговуються цим драматургічним засобом (акцентують на «**дії**», а не на «**події**»). Якщо матеріал інформаційний – журналісти йдуть, наприклад, до чиновників, щоб допомогти герою вирішити його проблему. Якщо ж програма має розважальний характер, то телевізійники запрошують так званих «експертів», аби ті дали поради героям і так допомогли вирішити їх проблему чи розсудити певний конфлікт, що часто трапляється в ток-шоу, де представлено дві сторони.

**Драматизм** – це естетична категорія, що відображає й узагальнює життєві протиріччя і конфлікти, взаємини людини із суспільним і природним середовищем. Найбільш повним і концентрованим виявом драматизму є драматичний конфлікт як специфічна естетична форма вираження життєвих суперечностей, форма відтворення гострого зіткнення протилежних людських вчинків, ідей, прагнень, пристрастей. У мистецтві драматичний конфлікт відзначається глибиною і значущістю ідейного і соціального змісту, гостротою й напруженістю та виражається в досконалій художній формі, що забезпечує естетичний вплив твору на людину [2].

В образній системі драматизації незмінно домінує мовна характеристика. На цьому наголошується, наприклад, у праці «Драматизація як спосіб подачі новини на телебаченні» [6].

Отож, текст повинен бути орієнтований на видовищну виразність (міміка, жест, рух), і на виголошення монологів і діалогів, а також відповідати можливостям сценічного часу, простору й театральної техніки (побудови мізансцен). Звідси випливає неодмінна особливість драми: її сценічність, що зумовлюється конфліктністю або драматизмом дії.

У ЗМІ також застосовують принципи кіномонтажу. Пряму мову часто можуть «перекривати» крупними кадрами тих речей чи дій, про які говорить диктор чи журналіст.

Музика – важливий елемент кіно. Сьогодні навіть у новинних повідомленнях застосовується музичне оформлення. Поза сумнівами музика завжди додає твору емоційного забарвлення. Вона здатна бути не тільки фоном, елементом форми, звуковою оболонкою фільму або передачі, але й брати участь у створенні основного змісту твору.

Використання музики в кіно- чи медійному продукті виконує три основні функції: ілюстративну, настроєву, драматургічну. **Ілюстративною** зазвичай називають музику, яка у своєму характері, ритмі і змісті повторює образотворчий ряд. **Настроєва** привносить на екран емоційне, чуттєве ставлення автора до описуваних подій. **Драматургічною** за функційною роллю найчастіше називають музику, яка доповнює своїм змістом дію в зображенні й тексті, сказаному в кадрі й за кадром, або змінює розуміння змісту кадрів і слів глядачем.

Ілюстративна й настроєва функції музики в телевізійному тексті загалом не порушують норм етики. Але музика, безумовно, може створити певний настрій. Натомість зміна розуміння змісту кадрів і слів глядачами суперечить достовірності подачі інформації та неупередженості автора сюжету [8].

Розглянемо як приклад застосування методів кіно спецпроект новинної служби «Вікна» на каналі СТБ. Спецпроект має назву «Сусіди: перша серія» [9]. Для цього спецпроекту було створено яскраву художню заставку. Заставка – відмінна риса серіальних кінопродуктів. Хронометраж заставки – 25 секунд. Тобто це не лише ілюстративний кадр на початку сюжету.

Хоча спецпроект вийшов у рамках новинної програми, у ньому реалізується динамічне музичне оформлення. У першій серії спецпроекту йшлося про жінку, яка завела вдома безліч тарганів. Оператор досить вправно «розкадрував» комах, деяких навіть задокументував у форматі макрозйомки, що загалом не притаманна новинним сюжетам. Оператор також розкадрував винуватицю сюжету. У середині сюжету (4:41 хв.) йдеться вже про іншу «погану сусідку»: жінку, яка живе у квартирі з забитими вікнами та голубами. У кінці серії (6:47 хв.) оповідач повертається до першої героїні. Тобто бачимо, що хронологія розповіді порушена. Цей прийом покликаний перемкнути увагу глядача на іншу тему, аби втримати інтригу. Такий же прийом можемо спостерігати в кіно та серіалах, коли паралельно розгортаються кілька сюжетних ліній, які змінюють одна одну.

У кінці першої серії спецпроекту, коли журналістка проговорює так звану «відводку» від сюжету, демонструється загальний план багатоквартирних будинків, у

яких, як може здогадатись глядач, відбувались описані події. Це теж є свідченням використання прийомів кіно у журналістиці. Цей план, зважаючи на плавний кадр, був знятий на квадрокоптер – новітній пристрій, який допомагає оператору зняти яскраві кадри.

Другий приклад для аналізу один із сюжетів ТСН, що входить до циклу розслідувань під назвою «**Лікар зло**» [4].

Сюжет починається з підводки дикторки у студії. Далі йдуть без перебільшення «драматичні» кадри, на яких бабуся тримає дитину-інваліда, плаче й каже: «Моє життя тепер закінчилось» (0:26 хв.); а далі кадри, на яких плаче вже мама. Як і в спец-проекті «Вікна-новини», використано заставку (1:05 хв.), яка з'являтиметься і в інших сюжетах цього циклу. Варто зазначити, що заставка стоїть не на початку матеріалу, а аж через 1 хвилину – суттєвий відрізок часу, як для новинних матеріалів. Але за цю хвилину автори сюжету створили максимальне напруження, заінтригували глядача й викликали в нього цілий спектр емоцій (страх, відчай, співчуття тощо). Тож можемо зробити висновок, що в цьому випадку заставка не відіграє такої суттєвої ролі, як у матеріалах «Вікна-новини». При цьому на заставці є позначка «тільки в ТСН», що додає матеріалові «ексклюзивності». Напис чорного кольору на жовтому тлі. Це досить поширений прийом. Він найперше асоціюється з жовто-чорною поліцейською стрічкою, якою, зазвичай, огороджують місце події (найчастіше помічаємо в різноманітних детективних фільмах/серіалах). Поєднання жовтого й чорного кольорів людина сприймає як сигнал про небезпеку.

Після заставки (1:16 хв.) розпочинається досить голосна та драматична музика. Журналіст «за кадром» розповідає про те, що жінка (дитину якої скалічили лікарі) «півжиття чекала на дитину та 11 років лікувалась від безпліддя...». Послідовність викладення історії не пряма, тобто глядач спочатку дізнається про трагедію, яка вже сталась, а далі поступово отримує інформацію, «нанизану» на основу сюжетну лінію. На 3:40 хв. подано кадри, на яких мама дитини свариться з працівниками лікарні. Глядач переймається емоціями героїні сюжету, тобто відчуває емпатію – розуміння відносин, почуттів, психічних станів іншої особи у формі співпереживання.

Закінчується «жахаючий» сюжет словами журналістки: «Якби не помилка лікарів, він би (дитина), **вірогідно**, був здоровим» (звернімо увагу, що тут є граматична помилка, очевидно зумовлена тим, журналістка думала про дитину (вона) російською – як ребёнка (он). Ці слова супроводжують кадри, на яких плаче дитина. Кадри дуже швидко змінюються під драматичну музику, що поглиблює напруженість.

**Висновки.** Телебачення надає найширше поле для маніпуляцій, тому що діє в аудіовізуальній площині. Крім того, воно дозволяє застосовувати методи, притаманні кіно- та серіальному виробництву. Це не лише вербальні засоби комунікації, а й музичний супровід, відеоряд, монтаж, що забезпечує динаміку кадрів тощо.

Сьогодні вже є цілком очевидним, що журналістика, зокрема на рівні художньо-публіцистичної творчості, синтезувала родові ознаки літератури та кіно. Однак драматизація як спосіб маніпуляції реципієнтом характерна і для новинного дискурсу, що пов'язано з прагненням привернути увагу глядача, і як наслідок – збільшити рейтинги та прибутки і каналу, і журналіста.

Головна проблема полягає в тому, що аудиторія не є медіаграмотною, не знає, як повинен виглядати еталонний журналістський інформаційний продукт. Як показує практика, звичайний глядач не звертає увагу на музику, візуально не розрізняє крупні плани, художні прийоми. Він сприймає продукт комплексно, в такій обгортці, в якій його подає автор. Отже, журналісти можуть маніпулювати своїм глядачами, нав'язуючи їм не лише певні соціальні стереотипи, непотрібну інформацію, упереджене ставлення до певних подій чи явищ, а й емоційний стан.

Перспективами наукового дослідження вважаємо вивчення того, як засоби масового кіно застосовуються у теленовинах з метою драматизації і маніпуляції аудиторією.

Дослідження цього явища допоможе журналістам відповідальніше ставитись до створюваного продукту, а для глядацької аудиторії це буде ще одним кроком до підвищення власної медіаграмотності.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Прохоров А. М. Большая советская энциклопедия. М. : Советская энциклопедия, 1972. 592 с.
2. Драма // Краткая литературная энциклопедия: в 9-ти тт. / под ред. А. Суркова, В. Жданова, А. Єрмакова. М. : Советская энциклопедия, 1962. Т. 2. С. 777–195.
3. Егоров В. Терминологический словарь телевидения : основные понятия и комментарии. Изд. 3-е, доп. М. : Ин-т повыш. квалификации работников телевидения и радиовещания, 1997. 50 с.
4. Історії ТСН. «Лікар зло» : Хмельничанка намагається довести вину лікарів в інвалідності її сина [Електронний ресурс]. 2018. Режим доступу : <https://www.youtube.com/watch?v=0SSRjYWMtPs>.
5. Матисон Д. Медиа-дискурс: анализ медиа-текстов. М. : Гуманитарный центр. 2013. 264 с.
6. Павонська О. П. Драматизація як спосіб подачі новини на телебаченні : дипломна робота. Острог, 2017. 68 с.
7. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. – вид. 3-тє, доповн. та переробл. К. : ВД «Киево-Могилянська академія», 2016. 504 с.
8. Соколов А. Г. Монтаж : телевидение, кино, видео – Editing : television, cinema, video. М. : Издательство «625», 2001. 207 с.
9. Сусіди : перша серія спецпроекту «Вікон» [Електронний ресурс]. 2017. Режим доступу : [https://www.youtube.com/watch?v=\\_\\_83IVs9yQY](https://www.youtube.com/watch?v=__83IVs9yQY).

**Ольга Павонская**

#### Средства массового кино в СМИ как метод драматизации

В статье исследовано, как средства массового кино применяются на современном телевидении с целью привлечения и сохранения внимания зрителя. Также в статье исследовано, как принципы драматургии реализуются в новостных телевизионных продуктах. В качестве образцов для анализа выбраны два новостных материала: «Спецпроект Соседи: первая серия», телеканал СТБ и «Истории ТСН. «Врачи зло»: хмельничанка пытается доказать вину врачей в инвалидности ее сына», 1 + 1. Анализ данных образцов помог выявить, как в СМИ могут применяться средства массового кино с целью драматизации, что искажает достоверность подачи информации и нарушает нормы журналистской этики. Статья должна побуждать потребителей информационного продукта быть критическими и повышать уровень собственной медиаграмотности.

**Ключевые слова:** кино, телевидение, драматургия.

**Olha Pavonska**

#### Means of Mass Cinema in Media as a Way of Dramatisation

The article explores how mass media are used on modern television in order to attract and retain the attention of the viewer. It is also studied how the principles of drama are realized in news television projects. Two news materials were selected as samples for analysis: «Neighbors: the first series» (STB TV channel) and «Stories of the TSN. «The Doctor is Evil»: woman tries to prove the guilty of doctors in her son's disability» (1 + 1). An analysis of these samples has helped to identify how mass media can be used in the media for the purpose of dramatization, which, in turn, distorts the credibility of information and violates journalistic ethics. This article should motivate consumers of the information product to be critical and raise their own media literacy.

**Keywords:** cinema, television, dramaturgy.