

3. Куприна Ю. П. Дизайн логотипа и его особенности / Ю.П. Куприна // Культура и мировоззрение. – 2014. – №3 (061). – С. 243–248.

4. Рачков Є. С. Емблеми класичних університетів України кінця ХХ - початку ХХІ ст. : генезис, класифікація, функції [Електронний ресурс] / Є. С. Рачков // Харків, 2016. – 258 с. – Режим доступу : http://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/dissertations/D08.051.14/dissertation_583981549077e.pdf

5. Як створити логотип : правила дизайну по створенню привабливих емблем [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bezlichporad.in.ua/yak-stvorityu-logotyp-pravy-la-dy-zajnu-po-stvorennnyu-pryvablyvyh-emblem.html>

Науковий керівник: к. ф. н., доцент О. О. Погрібна

ТЕХНОЛОГІЯ ВИРОБНИЦТВА ТЕЛЕВІЗІЙНИХ ПОРТРЕТНИХ СЮЖЕТІВ

А. В. Головачова

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

В умовах динамічного розвитку інформаційних технологій важливого значення набувають новітні розробки, пов'язані з удосконаленням діяльності ЗМК, серед яких телебачення займає чільне місце. Хоча сьогодні телебачення відчуває конкуренцію з боку мережі інтернет, утім воно залишається лідером серед інших медіа щодо обсягів споживання та чисельності аудиторії.

Однією з головних проблем портретних сюжетів є нерозмежування особливостей різних типів сюжетів. Загалом технологія створення телевізійних сюжетів була предметом вивчення М. Халера [4], Н. В. Симоніної [2] та Л. А. Васильєвої [1]. Однак питання про створення портретних сюжетів на телебаченні з дотриманням усіх вимог жанру є недостатньо вивченим питанням з наукового погляду і тому потребує доопрацювання.

Мета нашого дослідження – виокремити основні риси портретного сюжету та порівняти його із суміжними жанрами.

Виробництво телевізійного сюжету на будь-якому українському телеканалі відбувається за схожими технологіями згідно з прийнятими стандартами телевиробництва. Розбіжності полягають лише у творчій частині.

Автор посібника «Телевізійна журналістика» Яковець А. В. телевізійні сюжети поділяє на такі типи:

- 1) репортажний сюжет,
- 2) історичний сюжет,
- 3) аналітичний сюжет,
- 4) портретний сюжет,
- 5) сюжет-розповідь,
- 6) оглядовий сюжет,
- 7) сюжет-розслідування [5, с. 237].

Залежно від типу сюжету репортер будує свою роботу. Якщо сюжет репортажний, то головна репортерська робота відбувається безпосередньо на місці події. Якщо сюжет іншого типу, то успіх майбутнього сюжету багато в чому залежить від попередньої підготовки репортера до знімання, від його поінформованості про подію, явище або людину, яку репортер збирається знімати [1].

Одним із найпопулярніших сьогодні типів сюжетів є сюжет портретний, тобто такий, у якому розкривається характер, суспільна діяльність певної людини. Це чи не найскладніша сюжетна форма, адже треба не тільки розповісти якийсь факт із життя

людини, не просто ознайомити глядачів з її досягненнями, але й розкрити на екрані індивідуальність, самотній внутрішній світ героя сюжету.

Одним з основних шляхів створення телевізійного портрета є синхронне знімання героя сюжету.

Практично всі науковці, які досліджують тему сюжетів та інтерв'ю, виділяють портретний сюжет в окремий жанр. Так, зокрема, професор Лейпцизького університету Міхаель Халер зазначає: «Якщо співрозмовник настільки цікавий своєю манерою поведінки, біографією або способом життя, що інтерв'юер вважає обов'язковим описати це для своїх читачів, то в такому разі рекомендується використовувати форму портрета особистості» [4, с. 320]. Дослідник наголошує на тому, що для створення портрета потрібні не лише цитати, а й дії, вказівки на те, як він говорить, спостереження за зовнішнім виглядом і оточенням особистості, інформація щодо історії життя співрозмовника. М. Халер акцентує увагу на тому, що пряма мова повинна містити не факти, а особисті погляди, переконання й відчуття співрозмовника, і робить висновок про те, що текст матеріалу з портретним інтерв'ю повинен містити оцінний елемент: читачі мусять у процесі читання дізнатися, як інтерв'юер сприймає свого співрозмовника [4, с. 320–321]. Якщо перекласти сентенції М. Халера телевізійною мовою, виходить, що функції слова, друкованого тексту журналіста в ситуації з інтерв'ю-портретом виконує камера. У телевізійному портретному сюжеті не потрібно описувати словами, як говорить співрозмовник, що він при цьому робить, як реагує на запитання (сміється, піднімає брови тощо). Усе це передає телевізійна камера [2].

Мета портретного інтерв'ю – розкрити інтерв'юйованого, «намалювати його портрет» за допомогою питань, відповідаючи на які людина проявить себе з нової сторони.

Авторка статті «Сучасні техніки телевізійного портретного інтерв'ю» Симоніна Н. В. виокремлює проблемне і портретне інтерв'ю, які виходять за рамки інформаційності й межують вже з аналітичними жанрами. Інтерв'ю-портрет – особливий різновид телесюжетів, мета якого – якомога більше розкрити особистість співрозмовника. У цьому випадку перевагу мають соціально-психологічні емоційні характеристики інтерв'юйованого, виявлення його системи цінностей. Такий вид інтерв'ю дуже часто виступає як складова частина екранного нарису. Портретне телевізійне інтерв'ю може виступати головною складовою фільму-нарису. Такий портрет багатовимірний. Герой може постати перед глядачем у своїх взаєминах з іншими людьми, у протистоянні вічних проблем буття тощо. Найважливішими тут є непідробні емоції героїв, саме невербальна інформація, яка змушує співпереживати учасникам передачі.

Найближчим до портретного сюжету, але більш широким, автори підручника «Телевизионная журналистика» називають жанр художньої публіцистики – нарис. Він вибудовується на документальній основі (конкретність фактів, справжні герої, непридумані обставини їхніх стосунків) і водночас має подаватися в художній узагальненій формі [3, с. 147]. Цьому жанру властиві образність характеристик, значний ступінь типізації. З усіх жанрів публіцистики нарис вирізняється особливою композиційною будовою, близькою до побудови драматичних творів. При всьому розмаїтті нарису як жанру, зумовленого вибором зображальних засобів, тематикою, характером об'єкта, авторським задумом, способом трактування матеріалу тощо, головний предмет нарису практично завжди – людина (винятком можна вважати науково-популярний нарис). У свою чергу найбільш поширений різновид нарису –

портретний нарис, в якому автор відстежує обставини життя свого героя, виявляє мотивацію вчинків, намагаючись розкрити його глибинні особистісні властивості (психологію, характер), а також соціальний сенс діяльності. Тут можуть використовуватися найрізноманітніші засоби: тривале спостереження, портретне інтерв'ю, «прихована камера», архівні кадри [3, с. 148].

А от портретне інтерв'ю є найбільш телевізійним і менш характерним для друкованих видань та радіо. Портретне інтерв'ю покликане створити образ героя, розкрити його характер, показати, який він є насправді. Саме для розкриття характеру героя є необхідними не лише ті слова та думки, які він висловлює, а й те, яким чином він це робить: якою мімікою та виразом обличчя супроводжуються його слова, якими жестами, як він реагує на ті чи інші запитання журналіста. У такій ситуації важливіше не що говорить герой, а як. Викликати в глядачів враження та асоціації без телебачення практично неможливо. Саме тому для історії про героя в пресі й на радіо вибирають жанр портретного нарису, де цитати героя чергуються з текстом журналіста, який обов'язково описує словом емоції співрозмовника, ситуацію, атмосферу, в якій проходить інтерв'ю [2].

На основі аналізу попередніх праць науковців та сучасної журналістської практики визначення телевізійного портретного сюжету можна сформулювати так: телевізійний портретний сюжет – це самостійний телевізійний продукт співпраці журналіста й героя програми, створений за допомогою запитань інтерв'юера та відповідей інтерв'юйованого, що є бесідою рівноправних співрозмовників, з метою формування телевізійного образу та психологічного портрета інтерв'юйованого.

Список використаної літератури:

1. Делаем новости! [Електронний ресурс] / Л. А. Васильева. – М. : Прогресс, 2003. – 197 с. – Режим доступу : <http://evartist.narod.ru/text5/23.htm>.
2. Симоніна Н. В. Сучасні техніки телевізійного портретного інтерв'ю – Серія: Соціальні комунікації, 2013 р., № 3–4 (15–16)
3. Телевизионная журналистика: Учебник – 3-е изд., перераб. и доп. / Редколл. : Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. – М. : Изд-во МГУ "Высшая школа", 2002. – 304 с.
4. Халер М. Інтерв'ю : [навч. посіб.] / М. Халер ; за загал. ред. В.Ф. Іванова. – К.: Академія Української Преси ; Центр Вільної Преси, 2008. – 404 с.
5. Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія і практика : підручник / А. В. Яковець . – Київ : ВД "Києво-Могилянська академія", 2007 . – 239 с. : іл. – Бібліогр.: с.235–239 (22 назв.).

Науковий керівник: к. ф. н., доцент О. О. Погрібна

ВИДИ ІЛЮСТРАЦІЙ У КНИЖКОВИХ ВИДАННЯХ ДЛЯ ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ТА МОЛОДШОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ

А. О. Калниболотчук

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

Ілюстрація нерідко відіграє велику роль у формуванні й вихованні особистості дитини. Ян Амос Коменський у творі «Велика дидактика» підкреслював, що книги з малюнками підсилюють у дітей враження від предметів, про які в них розповідається, приваблюють молодий розум, полегшують сприймання тексту. Є у книжковій ілюстрації ще одна можливість – показати нереальний світ, світ уяви, фантазії [4]. Після сприймання ілюстрацій поліпшується розуміння основних змістових моментів, збільшується кількість відтворених дітьми уривків; зростає зв'язність переказу змісту твору.