

кинопроцеса, а також в розширення смислового поля вокруг того или иного фильма [2, с. 108]. На ее взгляд, лучшим в пространстве байнета является блог кинокритика Антона Сидоренко «Киночтиво» на сайте Кинопарк.by. Отличный профессионал своего дела делится на страницах сайта своими впечатлениями от современных фильмов. Рецензии А. Сидоренко качественные, написаны живым и доступным языком. Авторский блог этого журналиста – отличный пример особенностей сетевой критики, что проявляется, в следующем: «Автор, представляя фильм, говорит со всеми, обращаясь к каждому, а говоря с каждым, обращается ко всем. Автор вовлекает в свое интеллектуально-аналитическое поле всех желающих принять участие в том процессе, который и называется «со-творчество», «со-восприятие», «со-переживание». <...> Авторский подбор текстов «Киночтива» отличается интерактивностью лучшего «качества». В них делается акцент на художественных и антихудожественных особенностях того или иного кинопроизведения» [2, с. 109].

К сожалению, блог «Киночтиво» на сайте www.kinopark.by является чуть ли не единственным примером кинокритики в сети, т.к. на других сайтах, которые для удобства можно объединить под названием «Афиши» (tut.by, open.by, www.360.by, relax.by, mixture.org, ticket.pro, kk, look.by, taxi.by) не дают основания говорить о том же. На них пользователь Интернета не найдет качественных рецензий. В основном там размещены краткие анонсы – прямые репосты с других сайтов. Помимо информации об идущих в кинотеатрах фильмах (расписание показов по кинотеатрам города), на сайтах можно посмотреть трейлер к фильму (именно он в большей степени поможет пользователю сделать выбор), почитать новости из мира кино.

Вывявленные выше ресурсы («Афиши») прежде всего преследуют коммерческую выгоду и являются проводниками массовой культуры, что отвечает общемировой ситуации коммерциализации кинорынка. Элитарный, искушенный зритель нечасто находит для себя повод для похода в кинотеатр. Исключение составляют ретроспективы, специальные кинопросмотры, устраиваемые отдельными, небольшими по вместимости кинотеатрами Минска, например, такими, как «Центральный», «Победа» (проект «Cinemascope»), «Ракета».

Итак, спектр печатных и электронных СМИ Беларуси, имеющих киноведческую направленность, неширок. В целом их деятельность направлена на популяризацию киноискусства, его видов и жанров и рассчитана как на массового читателя, так и на читателя-специалиста.

Список литературы:

1. Муратова, Н. Ф. Интернет-СМИ как отдельный вид в системе средств массовой информации: лексическое и этимологическое обозначение понятия / Н. Ф. Муратова // Филолог. науки. Вопр. теор. и практ. – 2010. – № 2 (6). – С. 118–120.
2. Саенкова, Л. П. Особенности белорусской сетевой кинокритики / Л. П. Саенкова // Экран и культурное наследие Беларуси / А. А. Карпилова [и др.] ; редкол. : А. И. Локотко, А. В. Красинский, А. А. Карпилова ; Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т искусствоведения, этнографии и фольклора им. К. Крапивы. – Минск, 2011. – С. 108–110.

Ірина Петрова

ВІРТУАЛЬНІ РОЗВАГИ У СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНІЙ ТЕОРІЇ Н. ЛУМАНА

Технології Інтернет як рушійні сили глобалізації, що стирають межі між державами, сприяючи створенню єдиного кросс-культурного інформаційного простору, змінюють і зміст розваг, якісно трансформуючи сферу дозвіллевих вподобань і переваг особи. Закономірно, що у кінці ХХ – на початку ХХІ ст. актуалізується вивчення специфіки віртуального простору (Ф. Хеміт «Віртуальна реальність», 1993, Дж. Уррі «Мобільності», 1999, А.Бюль «Die virtuelle Gesellschaft des 21. Jahrhunderts: sozialer Wandel im digitalen Zeitalter», 2000, М. Кастельс «Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства», 2001, З. Бауман «Індивідуалізоване суспільство», 2001, Г.Рейнгольд «Розумний натовп», 2002, Е.Кастронова «Втеча у віртуальний світ», 2007 тощо). Зокрема, обґрунтовуються риси віртуальної реальності, серед яких - нетілесність, умовність й змінюваність параметрів, ілюзорність віртуального світу (Ж. Бодрійяр «Прозорість зла», 1990, Н. Луман «Реальність масмедіа», 1994).

Трансформація реальної соціальної організації у віртуальну наочно простежується у теорії німецького соціолога Н. Лумана («Реальність масмедіа», 1994), який аналізує суспільство як систему комунікацій. Виникнення гіперпростору мережі Internet інтерпретується вченим як результат «використання» суспільством, окрім традиційних, «реальних» інтеракцій, нових форм віртуальної комунікації, передусім комп'ютера. Вивчаючи функціонування мас-медійного простору в сучасному світі, Н. Луман доводить, що більшість мас-медійних культурних практик спирається на традиції саморозкриття і сповіді [4]. Інформація у пресі зводиться до самовизнання (від успішного кар'єрного зростання до економічних злочинів), самоцінювання (інтерв'ю, дзвінки у студію, зустрічі з представниками художньої чи політичної еліти – від акторів до громадських діячів і навіть вчених), до обговорення приватних, навіть інтимних питань (перший досвід, хобі, зради, втрати), того, про що приємно згадувати і обговорювати часом неможливо.

Характеризуючи мас-медійні розваги як дозвілля, якому «довірено функцію знищення зайвого часу», Н.Луман розкриває їхню «фіктивність». І хоча сама розвага не є чимось нереальним, вона передбачає двосторонній зв'язок, який забезпечує перехід від реальної до фіктивної реальності (остання є світом уяви

індивіда). Оскільки цей уявний світ не потребує координації соціальної поведінки користувачів масмедіа, він не вимагає дотримання будь-яких правил. Проте, для його існування необхідна інформація, що й дозволяє засобам масової комунікації вибудовувати програмну сферу розваг [4, с. 85].

Розвага, виступаючи у формі автокомунікації, не потребує референції, адже головним її принципом є не звернення суб'єкта до самого себе, а замкненість засобів комунікації на самому собі. Трансформація коду «інформація/неінформація» відбувається в автоматичному режимі, створюючи лише видимість інформаційного наповнення, апелюючи до сподівань, досвіду, емоцій адресата. Йдеться не про відновлення єдності, символізації баченого й уявного, синтез гри й реальності, а про самостійне інсценування, що переживається особою як симуляція, відродження всередині самої себе гри незнання й пізнання, неправди й прозріння, мотиваційного управління й підозри у такій вмотивованості. Тим самим індивіду надається свобода відповідним чином тлумачити свій життєвий досвід, примушуючи у будь-яких соціальних ситуаціях враховувати розбіжності між видимим й дійсністю. Але при цьому масмедійні розваги спрямовані не на роз'яснення нового знання, а на посиленний вплив на наявні у індивіда знання і лише для того, щоб виокремити себе на певному розважальному тлі [4, с. 88]. Прикладом можуть бути телеконкурси, телевікторини або ж спортивні передачі, які стабілізують напруження на межі контрольованої і неконтрольованої тілесності – наприклад, доволі часто, важко, і навіть неможливо, переказати перебіг спортивних подій (від кінних змагань до гри у теніс) [4, с. 95]. Такими ж, за емоційним наповненням, є й різноманітні «реаліті-шоу» сумнівного етичного змісту, зацікавленість якими пояснюється можливістю поглянути на правдоподібну, але не пов'язану з консенсусними обов'язками реальність. «Хоча глядач живе у тому ж самому світі (адже іншого не існує), він не підлягає жодним вимогам консенсусу. Він зберігає свободу погоджуватись або відхилити. Йому пропонується когнітивна та мотиваційна свобода – і це не позбавляє його реальності! Усувається суперечність між свободою та примусом...», а самі розваги, супроводжувані обов'язковим порівнянням, підтверджують або відхиляють певний результат, заспокоюючи глядача, гарантуючи йому: «Зі мною такого ніколи не станеться!» [4, с. 97-98]. Тому й доволі привабливими видаються можливості апробації віртуальної реальності на собі самому – хоча б в уяві, яку можна у будь-яку мить перервати. Н. Луман доходить висновку: не зважаючи на різноманітність розважальних форм, «розвага уможливило самокалізацію (Selbstverortung) у зображеному [завдяки масмедіа] світі... Індивід ... не повинен, та й не може обговорювати свою ідентичність в комунікації» [4, с. 99-100]. Завдяки мас-медіа відбувається артикуляція та візуалізація усього, що безпосередньо пов'язується з грою багатоманітних чуттєвих насолод, думок, фантазій, сублимованих бажань, основними знаками яких є Бажання та Спокуса.

Як і будь-які інші концепції суспільних трансформацій, концепція віртуалізації містить ідеологічні імплікації, які відображають опозиційні думки наукової громадськості про вплив віртуального дозвілля на людину. Так, серед основних негативів Інтернету називають такі: соціальна аутизація особи і посилення відчуження, «ілюзія» свободи, соціально-психологічна залежність і деградація, хаотичність спілкування і фальшивість ідентичностей, виникнення маси уніфікованих, безликих індивідів, не здатних поцінувати значення реальних соціальних зв'язків, психологічна маніпуляція споживачем.

«Позитивне» сприйняття віртуалізації ототожнюється у суспільному контексті з процесами лібералізації й демократизації, в особистісному – з можливістю змінити статусну й рольову ідентифікацію, задовольнити пізнавальні, комунікативні, креативні чи рекреаційні потреби індивіда. Наголошується, що мережа Інтернет надає можливість будь-якому користувачеві стати активним комунікатором, залишаючись при цьому анонімним (без зазначення віку, статі, фізіологічних особливостей, професійного статусу чи фінансового стану).

Внаслідок цього спостерігається досить бурхливий сплеск комунікативної, соціальної активності, що відображається у змісті багатьох сайтів – від обговорення варіантів вирішення певних проблем до створення своєї Інтернет-сторінки. Завдяки використанню мобільних телефонів, ноутбуків, бездротового зв'язку, навіть між суспільствами, які ще донедавна вважалися нерозвиненими, виникають нові способи інтеракцій, які надають життю можливості бути мобільним і «здатним-до-споживання».

Видається, що у центрі уваги наукової громадськості має бути не повне заперечення можливостей віртуальних розваг чи апологетизація Інтернет-технологій, а об'єктивне оцінювання варіабельності використання технологічного середовища в дозвіллевому просторі, супроводжуване розумінням того, чому віртуальні розваги мають такий попит в сучасному світі.

Список джерел:

1. Луман, Н. Реальность массмедиа / Н. Луман ; пер. с нем. А. Антоновского. – М. : Праксис, 2005. – 256 с.

Ольга Беляева

ВЗАИМОСВЯЗЬ МУЗЫКИ И ТАНЦА В ПРОЦЕССЕ СЦЕНИЧЕСКОЙ ИНТЕРПРЕТАЦИИ БЕЛОРУССКОГО ХОРЕОГРАФИЧЕСКОГО ФОЛЬКЛОРА

Среди основных выразительных средств, в единстве которых осуществляется процесс сценической интерпретации хореографического фольклора, музыка является наиболее близкой этому процессу по степени ее художественной обобщенности, ассоциативности и структурным закономерностям. Выступая способом