

*Елена Шаройко***КРАТКИЙ ОБЗОР СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ
ПЕЧАТНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ БЕЛАРУСИ О КИНО**

Печатные и электронные СМИ способствуют включению произведений киноискусства в сферу общественного сознания. На территории Республики Беларусь выпускается, к сожалению, только одно специализированное периодическое издание, посвященное вопросам этого вида искусства – журнал «На экранах» («Издательство «Белорусский Дом печати»). Его история началась в августе 1957 года. Не раз менялось название издательства и самого издания, но тематическая направленность журнала оставалась неизменной. То же касается и его концепции – пропаганда и популяризация кинематографа, прежде всего, отечественного. В свое время, в 1994 г. «На экранах» стал одним из учредителей Минского международного кинофестиваля «Лістапад». По этой причине данное печатное издание можно считать своеобразным летописцем вышеназванного фестиваля. Среди авторов, освещающих это культурное событие, есть и свой лидер по публикациям – кинокритик Л. Саенкова. Кроме отечественного кинофестиваля, «На экранах» имеет постоянную аккредитацию на престижных кинофорумах и кинофестивалях стран СНГ и Западной Европы.

Жанровый спектр статей журнала разнообразный: киноведческие статьи, интервью, анонсы, рецензии. Среди постоянных авторов издания можно упомянуть: киноведа, старшего научного сотрудника Центра исследования белорусской культуры, языка и литературы Национальной академии наук Беларуси **Н. Агафонову**, директора центра «Европа-Синема» (кинотеатр «Победа») **С. Савчик**, кинокритика **А. Сидоренко**, нынешнего генерального директора Национальной киностудии «Беларусьфильм» **О. Сильвановича**. Помимо материалов маститых мэтров, к печати принимаются статьи начинающих авторов – студентов творческих вузов, получающих возможность заявить о себе.

Журнал «На экранах» имеет устоявшиеся рубрики: «Страница редактора», «Герой с обложки», «Blow up. Фотоувеличение», «Наш человек на фестивале», «Самые, самые...» и др. Среди них есть те, что предполагают дискуссию и дают возможность высказать разные точки зрения и разные взгляды на фильмы («Дискуссия», «Pro I Contra»).

Журнал «На экранах» – пропагандист белорусского кино, своеобразный информационный партнер Национальной киностудии «Беларусьфильм» и его основной рекламодатель. Путь фильмов последних лет к зрителю не обходится без пристального внимания со стороны редакции «На экранах». Той или иной кинокартине посвящаются отдельные номера (например, «В августе 1944-го...» М. Пташука, «Анастасия Слуцкая» Ю. Елхова, «Масакра» А. Кудиненко). Кроме этого, есть специальная рубрика «Первый сеанс», материалы которой помогают, прежде всего прокатчикам получить информацию о свежей киноленте.

Особым интересом у читателей журнала «На экранах» пользуются совместные акции с киностудией: специальные номера, посвященные премьерам киностудии «Беларусьфильма»; тематические иллюстрированные кинокалендари. К примеру, в 2003 г. кинокалендарь был посвящен игровому фильму «Анастасия Слуцкая», в 2010 г. – «Масакре», «Рыжику из Зазеркалья», «Дастиш фантастиш». В ноябре – декабре 2014 г. вышел специальный новогодний календарь под названием «Двенадцать месяцев», куда были включены портреты белорусских актеров – юбиляров 2015-го года. Следует заметить, что визуальная наполненность – отличительная черта журнала «На экранах», делающая его привлекательным для читателя. Количество иллюстративного материала не может не заинтересовать, к тому же он достаточно разнообразный (фотографии, фоторепортажи, коллажи, портреты и даже фотокомиксы).

Деятельность журнала «На экранах» не единожды была отмечена **призами и дипломами международных кинофестивалей «Лістапад», «Золотой Витязь», Национального кинофестиваля белорусских фильмов в Бресте, Министерства культуры Республики Беларусь, Министерства информации Республики Беларусь, Белорусского союза кинематографистов.**

Статьи киноведческого профиля появляются на страницах и других печатных изданий Беларуси: журналов («Мастацтва», «Роднае слова», «Мастацкая і музычная адукацыя» и другие), газет («СБ. Беларусь сегодня», «Літаратура і мастацтва», «Культура» и другие).

Важное значение в репрезентации кинопродукции имеют электронные СМИ. К ним относятся: электронные версии традиционных изданий (фактически каждое печатное СМИ имеет свой сайт в Интернете), аудиовизуальные СМИ, вещающие в Интернете (в данном случае Интернет выступает в качестве дополнительного канала и является партнером традиционного СМИ), информационные агентства и веб-издания, не имеющие традиционных аналогов [1, с. 119].

Электронные СМИ породили своеобразную форму кинокритики в сети, которой является блогерская критика. По мнению исследователя Л. Саенковой, именно блоги вносят весомую лепту в медиатизацию

кинопроцеса, а також в розширення смислового поля навколо того або іншого фільма [2, с. 108]. На її погляд, найкращим в просторі байнета вважається блог кінокритика Антона Сидоренко «Киночтиво» на сайті Кинопарк.by. Відмінний професіонал своєї справи ділиться на сторінках сайту своїми враженнями від сучасних фільмів. Рецензії А. Сидоренко якісні, написані живим і доступним мовою. Авторський блог цього журналіста – відмінний приклад особливостей мережевої критики, що проявляється, в наступному: «Автор, представляючи фільм, говорить з усіма, звертаючись до кожного, а говорячи з кожним, звертається до всіх. Автор залучає в своє інтелектуально-аналітичне поле всіх бажаючих прийняти участь в тому процесі, який і називається «со-творчість», «со-всприйняття», «со-переживання». <...> Авторський вибір текстів «Киночтива» відрізняється інтерактивністю найкращого «якістю». В них робиться акцент на художественних і антихудожественних особливостях того або іншого кінопроизводства» [2, с. 109].

К шкоду, блог «Киночтиво» на сайті www.kinopark.by вважається майже єдиним прикладом кінокритики в мережі, т.к. на інших сайтах, які для зручності можна об'єднати під назвою «Афіші» (tut.by, open.by, www.360.by, relax.by, mixtura.org, ticket.pro, kk, look.by, taxi.by) не дають підстави говорити про те саме. На них користувач Інтернету не знайде якісних рецензій. В основному там розміщені короткі анонси – прямі репости з інших сайтів. Крім інформації про йдучі в кінотеатрах фільми (розклад показів по кінотеатрах міста), на сайтах можна подивитися трейлер до фільму (особливо він в більшій ступені допоможе користувачеві зробити вибір), прочитати новини з світу кіно.

Виявлені вище ресурси («Афіші») зазвичай переслідують комерційну вигоду і вважаються провідниками масової культури, що відповідає загальносвітовій ситуації комерціалізації кіноринку. Елітарний, зацікавлений глядач нерідко знаходить для себе пошук в кінотеатр. Виняток складають ретроспективи, спеціальні кінопросмотри, влаштовувані окремими, невеликими за розміром кінотеатрами Мінська, наприклад, такими, як «Центральний», «Победа» (проект «Cinemascope»), «Ракета».

Отже, діапазон друкованих і електронних ЗМІ Білорусії, які мають кінознавчу спрямованість, неширокий. В цілому їх діяльність спрямована на популяризацію кіномистецтва, його видів і жанрів і розрахована як на масового читача, так і на читача-спеціаліста.

Список літератури:

1. Муратова, Н. Ф. Інтернет-ЗМІ як окремий вид в системі засобів масової інформації: лексичне і етимологічне позначення поняття / Н. Ф. Муратова // Філологічні науки. Теоретичні і практичні аспекти. – 2010. – № 2 (6). – С. 118–120.
2. Саєнкова, Л. П. Особливості білоруської мережевої кінокритики / Л. П. Саєнкова // Екран і культурна спадщина Білорусії / А. А. Карпілова [і др.] ; редкол. : А. І. Локотко, А. В. Красинський, А. А. Карпілова ; Нац. акад. наук Білорусії, Ін-т мистецтвознавства, етнології і фольклору ім. К. Крапівы. – Мінськ, 2011. – С. 108–110.

Ірина Петрова

ВІРТУАЛЬНІ РОЗВАГИ У СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНІЙ ТЕОРІЇ Н. ЛУМАНА

Технології Інтернет як руйнівні 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 натопт», 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