

// Communication History Division : an official division of the International Communication Association. – Electronic data. – [S. 1.], 2013 – – Mode of access : World Wide Web : URL : <http://communicationhistory.org/wordpress/wp-content/uploads/2008/05/CHIGbylaws.pdf>. – 5 p. – Eng. – Title from the screen. – Adopted October 2010.

8. *Communication History Division* : an official division of the International Communication Association [Electronic resource]. – Electronic data. – [S. 1.], 2013.– Mode of access : World Wide Web : URL : <http://communicationhistory.org>. – Eng. – Title from the screen.

Статья посвящена изучению деятельности Международной ассоциации коммуникации в направлении исследования истории коммуникации. В частности, рассматриваются научные проекты Отдела истории коммуникации.

Ключевые слова: история коммуникации, Международная ассоциация коммуникации, международное сотрудничество.

The article is devoted to the study of International Communication Association activities in the field of communication history. Particularly contemporary science projects of Division Communication History are considered.

Keywords: communication history, International Communication Association, international cooperation.

УДК 316.773.4

С.П. Мельник, В. Вражитор

ОБ ОСОБЕННОСТЯХ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ (на примере киноэкранной коммуникации)

В статье рассматриваются особенности искусства как общения на примере киноэкранной коммуникации. Авторы анализируют природу кино и специфику искусства в системе социальных коммуникаций, применяя междисциплинарный подход к изучению данного аспекта социокоммуникативной деятельности.

Ключевые слова: коммуникация, массовая коммуникация, СМК, культура, искусство, кино, социокоммуникативная деятельность.

Социокультурная коммуникация является одной из самых распространенных форм взаимодействия в сфере социокоммуникативной деятельности между людьми, поскольку искусство, творчество, восприятие художественных произведений и т. д. представляют собой ничто иное, как социальный контакт, благодаря которому и осуществляется социальная коммуникация [1; 247]. При этом следует учитывать и важность этого вида

общения для людей, т. к. посредством него становится возможным транслирование от поколения к поколению значимых символов, идей, ценностей, верований, традиций, норм и правил поведения, что принято называть емким понятием «культура» [2; 14]. Иными словами, значимость социокультурной коммуникации состоит в том, что благодаря ей человек «очеловечивается», приобщаясь к духовным сферам бытия, что, в конечном счете, отмежевывает его от животных, характеризует его как вид и становится отличительной степенью его совершенствования в той или иной сфере социокоммуникативной деятельности. В то же время само искусство обеспечивает цельность и творческое развитие человека как личности. Содержанием искусства являются те общественные отношения, которые не получают отражения в застывших формах языка, в понятийной форме. Они выступают для нас как личные интересы, личное поведение и переживаются каждым из нас как свое, интимное, внутреннее [3; 298].

Из всех существующих видов искусств в современном мире кино, пожалуй, является одним из самых доступных и популярных. Вполне вероятно, что искусству кино современный человек уделяет больше всего времени, так как посредством телевидения кинофильмы демонстрируют почти в каждом доме. А в нынешнюю эпоху высоких технологий фильмы можно смотреть не только в кинотеатрах и по телевидению, но и в социальных сетях, на сервисах обмена информации либо иных Интернет-сервисах, предоставляющих услуги видеохостинга, используя не только компьютеры, но и мобильные телефоны, коммуникаторы, планшеты, электронные книги и т. п. Можно сказать, что современный человек смотрит кино каждый день. И кинематограф обращает на него своё «особое» внимание. Степень этого влияния трудно измерить, но само его наличие отрицать невозможно.

Так в чем же специфика киноискусства как общения? Чтобы ответить на этот вопрос, нам необходимо рассмотреть понятие «коммуникация» относительно искусства.

Под коммуникацией в широком смысле понимаются и система, в которой осуществляется взаимодействие и процесс взаимодействия, и способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать разнообразную информацию.

Коммуникация в значении «общение» может быть разной по форме: межличностной, осуществляться с помощью некоего индивидуального средства, или массовой. Также вербальной и невербальной, устной и письменной, формальной и неформальной. То есть мы можем изучать ее по тем признакам, которые нас интересуют в первую очередь [4; 9].

При этом искусство является одним из средств (способов)

комунікації. Оно, бесспорно, осуществляет связь между передающим и принимающим.

Чтобы воспринимать передаваемую средствами искусства информацию, надо владеть его языком.

Если произведение искусства что-либо нам сообщает, если оно служит целям коммуникации между отправителем и получателем, то в нем можно выделить:

1) сообщение – то, что нам передается;

2) язык – определенную, общую для передающего и принимающего абстрактную систему, которая делает возможным самый акт коммуникации [5].

Каким бы не было искусство, оно всегда несет информацию, оно – специфический канал связи и служит обобществлению индивидуального опыта отношений и личному присвоению общественного опыта. Еще в античные времена Аристотель подчеркивал вероятностный характер информации, содержащейся в художественном произведении. Он считал, что искусство изображает то, что могло бы произойти (= вероятное). Основатель кибернетики, Н. Винер утверждал, что сообщение о вероятном в информативном отношении ценнее сообщения о действительно происшедшем. Информация, переданная на языке танца, живописи, архитектуры, скульптуры, прикладного и декоративного искусства, легче усваивается другими народами, чем словесная. Она не нуждается в переводе. Информативные возможности искусства широки, так как его язык и понятен, и выразителен, и гибок [6; 159].

По мнению выдающегося ученого в области семиотики Ю. Лотмана, искусство является формой передачи межпоколенного опыта, средством человеческого общения между социальными группами, членами одного социума и, непосредственно, между автором и зрителем, читателем, слушателем [5]. Кроме того, с точки зрения ученого, искусство представляет собой модель жизненных ситуаций, позволяющую приобщиться к важным культурным феноменам, еще не пережив их в реальной жизни. Это позволяет нам рассматривать искусство в качестве уникального источника развития речевых коммуникаций.

Говоря о коммуникативных особенностях искусства, следует отметить его специфичность как эффекта диалога (дискуса), которая заключается в том, что читатель, зритель, слушатель всегда обладают определенной свободой выбора того или иного произведения искусства. Данный выбор носит субъективный характер, обусловленный рядом устойчивых и временно действующих факторов. К первой группе факторов можно отнести жизненный, художественный и общекультурный опыт человека. Временно

действующими факторами могут выступать настроение, физическое и психическое состояние человека на момент художественного восприятия.

Таким образом, искусство является коммуникацией потому что:

- 1) оно осуществляет связь между передающим и понимающим;
- 2) оно передаёт сообщение от адресанта и то что он хотел выразить своим искусством;
- 3) является формой передачи межпоколенного опыта.

Активное участие кинематографа в процессе массовой коммуникации повышает потенциал его социального воздействия.

Массовая коммуникация – это процесс распространения информации (знания, духовных ценностей, моральных и правовых норм и т.д.) с помощью средств печати, радио, кино и телевидения на большие рассредоточенные аудитории [10; 432].

Кино оказывает мощное воздействие на сердца и умы людей. Естественно, что к нему привлечено внимание социологов, эстетов, искусствоведов, теоретиков культуры – всех, кого интересуют проблемы художественного творчества и восприятия, средств массовой коммуникации, динамики общественных настроений и т. д.

Кинематограф говорит с нами, говорит многими голосами, преследует цель приучить зрителя к мысли о существовании киноязыка, дать толчок его наблюдениям и размышлениям в этой области. В сфере языка необходимо разделять механизм сообщения от его содержания, *как говорят от что говорят*. Естественно, ведя разговор о языке, следует сосредоточиться на первом. Однако в искусстве соотношение языка и содержания передаваемых сообщений иное, чем в других семиотических системах: язык тоже становится содержательным, порой превращаясь в объект сообщения. В полной мере это относится и к киноязыку. Созданный для определенных идейно-художественных целей, он им служит, с ними сливается. Понимание языка фильма – лишь первый шаг к пониманию идейно-художественной функции кино [7; 72].

В современной научной традиции кино рассматривается с двух точек зрения:

- с одной стороны, кино – это произведение искусства;
- с другой – средство массовой информации.

Кинематограф является отражением мира, знаковой системой, в которой структурируется новая реальность – динамическая, документальная и демократическая.

Например, немецкий социолог массовой культуры З. Кракауэр утверждал, что произведения кинематографа ценны лишь в том случае, когда отражают жизнь, как она есть, задача их авторов – зафиксировать реальность

с минимальным вмешательством, передать с экрана что-то вроде своеобразного «потока сознания».

Главная фигура экранной коммуникации – режиссер, который является носителем визуального мышления. Образно говоря, он останавливает время, прерывает движение жизни и «вырезает» кусочек пространства. Затем создает новую реальность, опираясь на свои знания, мысли, чувства. Кусочек пространства – кадр. Процесс конструирования, соединения кусочков – монтаж (фр. *montage* – сборка). Это и есть главные инструменты создания экранного бытия.

Кадр – это как почерк, по которому можно судить о личности режиссера или оператора. Выдающийся советский кинорежиссер А. Тарковский считал, что «кино вполне заключен внутри одного кадра настолько, что, посмотрев лишь один кадр, можно с уверенностью сказать, насколько талантливый человек его снял» [8; 139 – 140].

Монтаж – одно из основных средств киноязыка. Но на чем основан язык кино (и шире – язык искусства) вообще?

Чтобы ответить на данный вопрос, нам придется проделать небольшой мысленный эксперимент. Друг Пушкина, поэт Дельвиг однажды предложил такой сюжет романа: человек ежедневно ходит по улице мимо окон незнакомого ему дома. Беззвучно, как в немом кинематографе, перед ним разворачиваются эпизоды чужой жизни. Нельзя не признать, что замысел Дельвига – готовый стержень интересного фильма. Предположим, что такой фильм снят. Чем он будет отличаться от простого подглядывания в чужие окна, даже если предположить, что случайный пешеход увидит за окном то же самое, что зритель на экране?

Первый, сам приходит в голову ответ: в фильме события будут разворачиваться по задумке режиссера, а в жизни – «сами собой». Это означает, говоря другими словами, что в жизни события разворачиваются, следуя причинно-следственных связей, то есть так, как они должны были состояться, а в фильме – согласно выбору режиссера, из тысяч, возникающих в голове вариантов развития события выбирает один.

Замысел есть выбор, принятие одних вариантов и отвержение других. Для сравнения можно напомнить шахматную партию: чем выше талант и профессиональная подготовка шахматиста, тем более перед ним раскрывается вариантов, из которых он должен выбрать «правильную» стратегию [9; 24 – 25].

Чтобы более детально понять процесс киноэкранной коммуникации, нам необходимо рассмотреть коммуникативную модель «ИСКП», которая была предложена американским специалистом в области коммуникации Д. Берло в 1960 г.

Основные ее составляющие: ИСТОЧНИК – СООБЩЕНИЕ – КАНАЛ – ПОЛУЧАТЕЛЬ

Согласно Д. Берло, данная модель должна содержать подробно анализ каждого из элементов коммуникативного процесса.

Источник и получатель анализируются с точки зрения имеющихся у них коммуникативных навыков, знаний, их социальной принадлежности, культурных характеристик. Сообщение рассматривается с позиции его элементов структуры, содержания и способа кодирования. Каналом коммуникации, по Берло, являются пять органов чувств, по которым поступает информация. [10; 138 – 139].

1. Источник – отправитель сообщения. Поскольку главной фигурой экранной коммуникации является режиссер, то он и будет отправителем сообщения и создателем новой реальности в кино.

2. Сообщение – это информация, которую передает источник получателю, то есть режиссер зрителю. Сообщением есть замысел фильма и непосредственно его текст. Передают сообщения к получателю актёры, которые осуществляют замысел режиссера.

3. Канал коммуникации – это органы чувств, по которым зритель получает информацию.

4. Получателями являются зрители, к которым направлено сообщение.

Кинематограф как вид искусства отличается от других своей синтетичностью. В нем синтезированы эстетические качества литературы, театра, изобразительного искусства, фотографии, музыки, достижений в области оптики, механики, химии, физиологии. Кино занимает гораздо больше социокультурного пространства, выходит далеко за пределы художественного круга. Если театр, условно говоря, держит себя в узких рамках искусства, то кино охватывает своим влиянием буквально всё, от духовных идеалов до этикета и моды.

Фотографию и кино называют новыми или даже новейшими искусстваами.

Но не только короткой историей отличаются эти искусства от других, более старших. Фотографию и кино называют еще «механическими» искусстваами или «нерукотворными». В других случаях рука художника сама извлекает мелодию из кларнета или рояля, плавно изгибается в пантомиме или танце, управляет нитями кукол; комкает влажную глину, превращая ее в скульптуру, наносит на нотные строчки аккорды скрипичной сонаты. Безусловно, в иных видах искусства художнику тоже приходилось призывать на помощь различные технические приспособления. Техника гравюры, например, возникшей вскоре после изобретения книгопечатания, очень сложна. Но и здесь, если разобраться, художественное произведение

создается вполне рукотворно – иглой гравера, наносящей штрихи и линии на соответствующую пластинку, с которой затем будет снят оттиск.

Фото- и кинокамера с понятием мысленного взора незнакомы. Они способны запечатлеть только то, что существует физически, во всей материальной конкретности.

История кино сравнительно невелика, но и она позволяет увидеть, что искусство кино, как и искусство драмы, искусство танца или искусство слова, не явилось в один прекрасный день, будто с неба, а длительное время, через несколько переходных, периодов, складывалось, формировалось, осознавало в каждодневном пестром опыте и свои возможности, и свои ограничения [11].

Коммуникативные ресурсы кино безграничны, потому что кино – это наша жизнь, написанная сценаристом, приукрашенная декоратором, смоделированная режиссером и сыгранная актерами. Насколько широка наша жизнь, настолько будет широко в своих возможностях и кино. На этот счет югославский кинорежиссер с мировым именем Э. Кустирица после окончания своего мастер-класса на Одесском кинофестивале сказал: «Современное кино еще не имеет нового языка. Это все – старая речь при отсутствии умения. Плюс все меньше и меньше пространства для хорошего кино. А когда я говорю «хорошее кино», я имею в виду художественное кино, которое также может быть интересным широкой публике. Но места все меньше из-за огромного количества нововыпущенных фильмов. Многие находятся под влиянием телевидения; глобализм и коммерция тоже убивают кино... Я очень надеюсь, что вновь возродится кино, которое дает широкий спектр отражения сознания персонажа, его политической ориентации, но настоящий, не политкорректной» [12].

Кино как СМК обладает огромным потенциалом воздействия на общество. Значение его как средства эффективной пропаганды еще со времен тоталитарных режимов Гитлера и Сталина (например, фильмы Р. Рифеншталь, Д. Вертова, С. Эйзенштейна в данном случае являются эталонами, поскольку их пропагандистская сила обусловлена величайшим художественным и техническим мастерством, с которым они были сняты) нисколько не уменьшилось, а наоборот – еще больше возросло. На сегодняшний день кино является обязательной составляющей любой информационной войны. Как бы ни относился зритель к показанному на экране, по какой бы причине он ни шел в кинотеатр – провести свободное время, встретиться с друзьями или, наконец, получить эстетическое наслаждение от произведения искусства, – в любом случае «мир» фильма, хотя бы одной из своих многочисленных сторон, затрагивает его, меняет его, зрительское, мировоззрение.

Список использованных источников

1. Кулка, И. Психология искусства [Текст] / И. Кулка. – Х. : Изд-во Гуманитарный центр, 2014 – 560 с.
2. Найдорф, М. И. Введение в теорию культуры: Основные понятия культурологии [Текст] / М. И. Найдорф. – О. : Друк, 2005. – 192 с.
3. Леонтьев, А. А. Психология общения [Текст] / А. А. Леонтьев. – М. : Смысл ; Издательский центр «Академия», 2008. – 268 с.
4. Квіт, С. Масові комунікації [Текст] / С. Квіт – К.: «Києво-Могилянська академія».– 2008. – 206 с.
5. Лотман, Ю.М. Структура художественного текста [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Literat/Lotman/_Index.php
6. Боров, Ю.Б. Эстетика [Текст]: Учебник / Ю.Б. Боров. – М.: Высш. шк., 2002. – 511с.
7. Лотман, Ю. Семиотика кино, проблемы киноэстетики [Текст] / Ю.Лотман. – Таллин: «Ээсти Раамат». – 1973. – 72 с.
8. Березин, В.М. Экранная коммуникация в современном информационном обществе [Текст]: учеб. пособие. / В.М.Березин, И.И. Волкова, А.А. Грабельников. – М.: РУДН. – 2008. – 347 с.
9. Лотман, Ю. Диалог с экраном. [Текст] / Ю.Лотман, Ю. Цивьян. – Таллин: «Александра». – 1994. – 214 с.
10. Основы теории коммуникаций: учебник / Под ред. М.А.Василика. – М.: Гардарики, 2003. – 615 с.
11. Зайцева, І. Про зміни [Електронний ресурс] // Журнал «ШО»: [сайт]. – Режим доступа: <http://www.sho.kiev.ua/article/12621?page=0%2C0%2C37>
12. Зубавіна, І. Б. Кінематограф незалежної України: тенденції, фільми, постаті [Текст] / І.Б. Зубавіна. – К.: ФЕНІКС, 2007. – 296 с.

У статті розглядаються особливості мистецтва як спілкування на прикладі кіноекранної комунікації. Автори аналізують природу кіно та специфіку мистецтва в системі соціальних комунікацій, застосовуючи міждисциплінарний підхід до вивчення даного аспекту соціокомунікативної діяльності.

Ключові слова: комунікація, масова комунікація, ЗМК, культура, мистецтво, кіно, соціокомунікативна діяльність.

The article deals with communicative aspects of art exposed in cinematography. The authors analyze the nature of cinema correlated with specific features of art in context of sociocommunicative practices. Interdisciplinary method of research is used.

Keywords: communication, mass communication, MCS, culture, art, cinema, sociocommunicative activity.