

художнього виробництва, яка деконструє та руйнує медіатехнології, їхні приховані структури й процеси, досліджуючи нові способи матеріальності, завдяки яким цифрове та нецифрове постають складовими однієї реальності.

У цьому сенсі культури аудіовізуального виробництва також пов'язані з тим, що вчений М. Ратто називає «критичним виготовленням» — методологічним прийомом, який вказує на перетин цифрових технологій і людини, онлайн і офлайн режимів виробництва. Через що цифрово-фізичні гібриди підкреслюють «критику та вираження, а не технічну витонченість і функціональність». Постцифрова естетика через дискретність цифрового та нецифрового формує критичне ставлення до цифрових обчислювальних медіа як ключової частини нашого життя, виражає посттехнологічний та постмедійний художній підхід. За допомогою набору мистецьких методологій, які критично залучають медіатехнології як акт супротиву, постцифрова естетика рухається між інфраструктурою цифрового середовища та його соціокультурними наслідками.

*Д. Коновалов, С. Коновалова*

### **ТРИ СУПЕРЕЧНОСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ФІЛЬМУ ПРО ВІЙНУ**

*D. Konvalov, S. Konvalova*

### **THREE CONTRADICTIONS OF EUROPEAN TELEVISION DOCUMENTARY ABOUT THE WAR**

Перша суперечність міститься в самому поєднанні слів: телевізійний і документальний. Строго кажучи, це антоніми, оскільки документальний фільм, спрямований на критичне осмислення реальності, який не приносить жодного задоволення від перегляду, і навіть більше — травмує глядачів своїм відеорядом, не має жодного шансу опинитися в сітці мовлення телеканалу та зовсім немислимий поруч із комерційною рекламою. Що ж тоді вважати телевізійним документальним фільмом? Припустимо, що це фільм, у якому є всі основні складові телевізійної програми: інтерв'ю з експертами, закадровий текст, архівне відео, пафосний саундтрек та драматичні історії, розказані безпосередніми учасниками подій. Місце ведучого посідає режисер, який наділяє фільм особистою інтонацією у вигляді закадрового тексту від першої особи.

Друга суперечність — зняти фільм про війну, що триває, але водночас не поранити глядача відеорядом, який травмує. Іншими словами, показати війну, але без шокуючих свідчень війни. Хронометраж допустимого для телевізійної аудиторії шокуючого контенту вимірюється секундами. На допомогу приходять жанр історичного документального фільму. Незакінчену війну ставлять у ряд із тими війнами, що закінчилися. Фільм насичується флешбеками в героїчне минуле, ілюстроване хронікальним відео. Знайома, багаторазово переглянута хроніка є надійним бар'єром від божевілля війни, що йде тут і зараз, і надає потужного терапевтичного ефекту. Ті війни минули, й ця війна теж закінчиться. Гострота й божевілля сучасної трагедії нівелюються конотацією із стабільними інтерпретаціями трагедій минулого.

Третє протиріччя — захистити глядачів від травматичного відеоряду, але водночас зробити фільм напруженим, однак все одно безпечним. Неможливо пригадати жодного телевізійного документального фільму без агресивного, часто

надлишкового, завжди пафосного і тривожного саундтреку. Саундтрек такий, тому що саме він створює ілюзію розвитку емоційної структури фільму. Для створення безпечної дистанції для глядача необхідне вміння режисера використовувати аудіовізуальні атракціони. Переважно це монтажні прийоми, що створюють часові та просторові образи дистанції. Наприклад, такий поширений прийом, як прискорена та уповільнена зйомка, використовується для того, щоб реальність фільму здавалася не такою вже й реальною.

Отже, основна мета телевізійного документального фільму — дозволити глядачам «впізнати» описувані у фільмі події, помістити травматичні свідчення війни на комфортну безпечну дистанцію і, зрештою, «приглушивши» трагедію, дати змогу отримати задоволення від перегляду.

*О. Романюк, І. Коваленко*

## **ІНФОРМАЦІЙНІ ЧИННИКИ ВЕДЕННЯ ВІЙНИ**

*О. Romaniuk, I. Kovalenko*

### **INFORMATION FACTORS OF WARFARE**

Гібридна війна, яку нині веде росія проти України та її усього цивілізованого світу, унаочнює актуальність і важливість дослідження інформаційної складової ведення війн. Хоча інформаційний чинник використовувався у війнах із давніх-давен, проте він набув сили з появою та розвитком засобів масової комунікації, особливо аудіовізуальних.

Інформаційні засоби ведення війни стали використовуватися ще у стародавньому світі. Першим засобом їх використання були чутки, які усним шляхом поширювалися агентами супротивника. Олександр Македонський, Дарій, Чингісхан, Тамерлан використовували для цього дерев'яні, ченців, купців, жebraків, які, проникаючи у стан супротивника, поширювали думки про непереможність та жорстокість нападників.

З появою друку з'явилися агітаційні листівки, які в роки Першої світової війни величезними тиражами стали закидатися з повітряних куль на території супротивника для його деморалізації та підриву бойового духу особового складу армій і цивільного населення. Так, протягом 1918 р. щодня здійснювалося 2 тис пропагандистських повітряних куль, кожна з яких несла тисячу листівок. У жовтні того ж року тільки на території Німеччини союзниками було скинуто понад 5 млн листівок.

Проте значно ширшого використання інформаційний чинник ведення війни одержав із появою аудіовізуальних засобів масової комунікації: радіо, телебачення та Інтернету.

**Бездрове радіо** сприяло безмежному поширенню інформації для підготовки та ведення війни. Радіо стало головним інформаційним чинником Другої світової війни. Якщо напередодні війни німецькі іншомовні програми велися 7 мовами, то в 1941 р. їх кількість збільшилася до 30. У Японії в листопаді 1941 р. всі інформаційні агенції були націоналізовані Імператорською армією, яка стала координувати їх зусилля через Комітет із конфіденційної інформації. Закордонна служба одержала назву «Радіо Токіо», яке в 1944 р. вело іномовлення 24 мовами 33 години на день. На відміну від країн фашистсько-мілітаристського блоку, західні демократії не вели інформаційну підготовку до війни. У Великій Британії тільки через кілька місяців