

УДК 7.075:[008:338.3-028.26

Цитування:

Лавренюк С. В. Продюсер у культурі аудіовізуального виробництва. *Культура і сучасність* : альманах. 2021. № 1. С. 80-86.

Лавренюк Сергій Віталійович,
здобувач Національної академії
керівних кадрів культури і мистецтв
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9979-5688>

Lavreniuk S. (2021). Producer in the culture of audiovisual production. *Kultura i suchasnist* : almanakh, 1, 80-86 [in Ukrainian].

ПРОДЮСЕР У КУЛЬТУРІ АУДІОВІЗУАЛЬНОГО ВИРОБНИЦТВА

Мета статті полягає у визначенні особливостей функціонування та мотивації діяльності кінопродюсера в культурі аудіовізуального виробництва та окресленні наукових векторів, котрі слугуватимуть комплексному аналізу феномену продюсерської творчості в міжкультурному просторі. **Методологія** дослідження. В опрацюванні теми було застосовано теоретичний метод задля типізації функціональних особливостей діяльності продюсера; аналітичний метод та методи наукового аналізу, порівняння, узагальнення, що стали в нагоді в процесі встановлення творчого-виробничих особливостей діяльності кінопродюсера в культурі аудіовізуальної царини. Задля мистецтвознавчого та культурологічного аспектів вивчення проблеми були застосовані методи систематизації та аналізу. **Наукова новизна** дослідження полягає в тому, що проблема функціонування та мотивації продюсера в контексті культури аудіовізуального виробництва постала предметом спеціального комплексного дослідження; аргументовано та уточнено зміст поняття «аудіовізуальна творчість» як певної специфічної цілісності та єдності взаємопов'язаних елементів; доведено доцільність використання компаративістського методу задля вивчення та маніфестації особливостей продюсерської творчості у фільмовиробничому процесі. **Висновки.** Ознайомлення з матеріалами даного дослідження, збагачує обшир знань щодо специфіки діяльності продюсера в культурі аудіовізуального виробництва й складає наукове підґрунтя їх використання в навчальних курсах з теорії та історії культури, зокрема кіномистецтва, продюсування й режисури.

Ключові слова: культура, кінематограф, аудіовізуальне виробництво, продюсер, режисер, продюсерський проект, фільм.

Lavreniuk Sergii, Candidate of the National Academy of Culture and Arts Management

Producer in the culture of audiovisual production

The purpose of the article is to determine the features of functioning and motivation of the film producer in the culture of audiovisual production and to outline scientific vectors that will serve as a comprehensive analysis of the phenomenon of production in the intercultural space. **Methodology.** In elaborating the topic, a theoretical method was used to typify the functional features of the producer's activity; analytical method and methods of scientific analysis, comparison, generalization, which were useful in the process of establishing the creative and production features of the film producer in the culture of the audiovisual field. For the sake of art history and culturological aspects of studying the problem, methods of systematization and analysis were used. **The scientific novelty** of the study is that the problem of functioning and motivation of the producer in the context of the culture of audiovisual production has become the subject of a special comprehensive study; the content of the concept of "audiovisual creativity" as a certain specific integrity and unity of interconnected elements is argued and clarified; the expediency of using the comparative method for the study and manifestation of the peculiarities of producer's creativity in the film production process is proved. **Conclusions.** Acquaintance with the materials of this study, enriches the vast knowledge of the specifics of the producer in the culture of audiovisual production and provides a scientific basis for their use in courses on the theory and history of culture, including filmmaking, production and directing.

Key words: culture, cinema, audiovisual production, producer, director, production project, film.

Актуальність теми дослідження. Зародившись у Голівуді в 1910-х роках, продюсерська система за більш ніж століття свого існування стала природним кроком до

введення персональної відповідальності продюсера за цілу низку творчо-мистецьких, організаційно-виробничих і фінансово-економічних, правових питань, без вирішення

котрих неможливо ефективно продукувати й здійснювати дистрибуцію як ігрової, так і неігрової кінематографічної продукції, що має очевидний пріоритет «серед інших напрямків мистецтва» [9, 7]. З огляду на сказане, видається актуальним дослідження проблем функціональності та мотивації творчості постаті кінопродюсера в контексті культури аудіовізуального виробництва.

Аналіз досліджень і публікацій. Специфіку діяльності продюсера в контексті культури аудіовізуального виробництва в різні роки досліджували як вітчизняні, так і зарубіжні теоретики і практики культури й, зокрема, кіномистецтва. Так О. Мусієнко-Фортунська у статті «Продюсер і художня творчість» визначає культурологічну складову діяльності (а, отже, й професії) продюсера, зауважуючи, що «не так багато професій можуть запропонувати подвійне задоволення від створення артистично та фінансово успішного проекту. Професія продюсера пропонує також третє – вона відіграє культурну роль. Бути продюсером означає творити – прямо чи ні [13, 168]. В роботі «Професія: продюсер» успішний французький кінопродюсер і сценарист Ів Руссе-Руар висловлює переконання, що роль продюсера в кіно є однією з ключових, адже насправді фільм з'являється як результат титанічної праці, виконуваної продюсером [16, 240]. У фундаментальній праці «Майстерність продюсера кіно і телебачення», автори П. Огурчиков, В. Падейський, В. Сидоренко відзначають, що для розробки різноманітних аудіовізуальних проектів все більш актуальним стає використання новітніх технологій. При цьому продюсери екранних проектів все частіше вдаються до наукових та методологічних прийомів, зокрема, факторного аналізу, що дозволяють апріорно оцінити доцільність використання тих чи інших ресурсів і технологій. На переконання дослідників в практиці аудіовізуального виробництва і дистрибуції все активніше використовується контент-аналіз, спрямований не лише на сумісність і доцільність розміщення виконавців та атракціонів, але і оцінку прокатного потенціалу аудіовізуального твору [9, 3].

Мета статті. Визначити особливості функціонування та мотивації діяльності кінопродюсера в культурі сучасного аудіовізуального виробництва.

Виклад основного матеріалу. У сучасній культурній парадигмі аудіовізуальну творчість

(як продукування специфічними технічними засобами екрану художньо естетичних цінностей) слід розглядати як досить широку сферу культурно-мистецької діяльності, що, зокрема, охоплює й виробництво кіно, котре будучи повним здійсненням «середньовічної ідеї зміни в формі розважальної ілюзії» [8, 144] поступово перетворилось на один з основних елементів мас-медійного простору. Тоді як саму аудіовізуальну культуру Ю. Лотман в роботі «Культура і вибух» визначає як «спосіб фіксації і трансляції культурної реальності, яка доповнює і служить альтернативою вербально-писемній комунікації, що панувала до того безроздільно» [6, 12], а використання новітніх технологій стає все більш актуальним для розробки найрізноманітніших аудіовізуальних проектів. При цьому можемо констатувати, що нині в так звану «інформаційну» добу технологічних новацій, спровоковану, на переконання М. Маклюєна, своєрідним «інформаційним вибухом» [8, 32] саме творчо-виробнича діяльність продюсера уможливило функціонування кінематографу як ефективного і досить дієвого інструменту соціально-культурної сфери. Як відзначав свого часу А. Тарковський, «за десятиліття свого розвитку кіно вже завоювало можливість і право формувати, і виражати духовний рівень людства, рівень людської культури своїми засобами» [15, 3] і за допомогою власної аудіовізуальної мови, образів і драматургічних прийомів, інтелектуальних та емоційно-чуттєвих структур потужно, використовуючи складноорганізовану й гранично сконцентровану інформацію, впливати на будь-яку глядацьку аудиторію «від заповнення осередків його пам'яті до перебудови структури його особистості» [7, 43].

Разом з тим, вкажемо, що усвідомлюючи той факт, що кіномистецтво (як складова сучасного масмедійного обширу), попри просторові, культурні, етнічні, соціальні, вікові межі, уможливило об'єднання широкої міжнародної кіноаудиторії, далекоглядний продюсер прагне створити довгостроковий тандем з режисером – основним творцем фільму, який у культурологічній традиції прийнято називати аудіовізуальним текстом. Своєю чергою фільм як текст, являючи собою унікальну комбінацію знаків, сполучає образотворчі, звукові й вербальні ряди.

Відомо, що за готовим (вибудованим у синтетичному симбіозі таких видів мистецтва як література, образотворче мистецтво, театр,

музика) екранним продуктом (що лише частково впливає на глядача нарацією, більшу ж частину впливу справляють звуко-зорові образи), і подальшим його впливом на публіку стоїть копітка робота великого творчого колективу, організаційно вибудованого продюсером, адже одним «із основних моментів у процесі народження фільму є вибір знімальної групи. Продюсер знаходить режисера і у згоді з ним наймає знімальну групу, технічну групу та акторів», даючи можливість знаходити нові таланти [13, 165]. При цьому знімальний колектив, передовсім кермований режисером, митцем, що, ведучи діалог із глядачем, розповідає екранними засобами історію і у вибіркового відображенні реальності «влволює смисл культурного і технологічного прориву за десятиліття до того, як реально з'являється його трансформуючий вплив» [8, 36], тоді як мистецтво, зокрема й кіно існує не тільки задля відображення дійсності, а ще для того, щоби озброювати людину «перед лицем життя, давати їй сили протистояти життю, що обрушується на неї з усією силою» [15, 6]. На думку ж І. Зубавіної, «епоха високих комп'ютерних технологій робить дедалі проблематичнішою для свідомості сучасної людини ідею реальності, сурогатним замінником якої стає реальність віртуальна, що радикально універсуалізується з удосконаленням програмного забезпечення» [5, 131].

У сучасній культурі аудіовізуального виробництва продюсер задля того, щоби бути успішним повинен мати «певні особистісні риси характеру: вміння зберігати творчу атмосферу в команді, при цьому підтримуючи в колективі сувору дисципліну, вміння брати на себе відповідальність за результати започаткованих проєктів». У роботі «Основні напрямки формування особистості продюсера в контексті культурної ідентичності» Т. Борисова вказує, що до «особистісних якостей успішного продюсера можна додати такі як: високі моральні стандарти, постійне самовдосконалення, креативне мислення, оптимізм, впевненість у собі, високу вимогливість до себе і своєї команди, загальну ерудицію». Авторка висловлює переконання, що до професійних якостей кінопродюсера слід віднести, передовсім «організаторські здібності, вміння контролювати дії всього творчого колективу, комунікабельність, дієвий творчий контакт із підлеглими, а також вміння своєчасно залагоджувати конфлікти» [3, 259]. Вказаними вище якостями, на нашу думку,

володіють такі продюсери, як Даріо Ардженто, Маттео Гарроне, Алекс де ла Іглесія, Нанні Моретті, Шон Леві, Франческо Нуті, Адам Мак-Кей, Майкл Манн, Лоуренс Марк, Юліуш Махульський, Алекс Піна, Альберт Серра, Ентоні Соул, Джон Мак Тірнан, Майкл Шамберг інші, що й сприяє успішності як у глядача, так і у культурологічних та мистецтвознавчих колах, їх численних аудіовізуальних проєктів, що широко представлені в сучасному міжкультурному просторі.

Варто додати, що залучений до культури фільмотворчості і такий що оптимально поєднує інтуїцію та раціональне начало, кінопродюсер повинен володіти цілою низкою компетентностей, котрі би уможлилювали не лише продукування фільму як культурного продукту, але і його певну окупність, а ще затребуваність у цільових глядацьких аудиторій. Усе це передбачає вміння кінопродюсера як генерувати ідеї, так і оцінювати потенціал пропонованої ідеї майбутнього кінотвору. Своєю чергою, ідея має бути актуальною для сучасної людини, суспільства, кінематографу, мистецтву в цілому і яка має бути тісно пов'язаною із певною економічною, політичною, суспільною ситуацією в країні і світі [1]. Крім того, продюсер повинен бути здатним аналізувати тематичний та жанровий спектр аудіовізуальної продукції; відчувати творчий потенціал сценариста й отримувати від нього якісний кіносценарій; обирати креативного режисера, спроможного реалізовувати продюсерські ідеї; знати й дотримуватись виконання авторського права; складати й аналізувати бізнес-план; забезпечувати своєчасне фінансування фільмового проєкту; визначати дієздатну стратегію маркетингу; формувати професійну знімальну групу, ефективно управляти нею та дбати про удосконалення її організаційної структури; укладати договори і вести ділові й творчі перемовини; розвивати й підтримувати зв'язки з громадськістю (від чого залежить успішність знімального процесу); розуміти суть постановочного проєкту фільму й обирати найефективніші шляхи його реалізації; створювати сприятливий психологічний клімат; контролювати виробництво; мати уявлення про мистецтво монтажу; аналізувати й давати оцінку завершеному фільмовому продукту й орієнтуватись на кінематографічному ринку [9, 11]. Водночас слід враховувати й ті мотиви, що рухають

фахівця займатись продюсерською діяльністю. Так, на думку Т. Менько, «в основі професійної діяльності спеціалістів продюсерських установ – поєднання загальнопродуктивних і специфічних мотивів. Робота в продюсерській установі – одна із сфер трудової діяльності, які відкривають можливості для творчої самореалізації». В роботі «Особливості прояву мотивації в сфері продюсерської діяльності» вказана авторка висловлює переконання, що продюсери являють собою «специфічну професійну групу, орієнтовану на зміст праці, цікаве спілкування, самореалізацію». Дослідниця артикулює думку про те, що «внутрішня, переважно альтруїстична мотивація багатьох продюсерів надто слабка, в той час як в соціологічному визначенні професії акцент робиться на суспільні інтереси». Цікавими видаються нам й міркування науковиці про те, що один з ключових засобів «розвитку внутрішньої мотивації продюсера – мотивування через саму роботу». Культурологиня впевнено доводить, що креативна складова продюсерської діяльності, власне й мотивує самого продюсера до ефективної роботи, а це, своєю чергою, утверджує в переконанні важливості систематичного збагачення змісту як праці самого продюсера, так і його прагнення «урізноманітнювати трудові функції співробітників, розвивати їх професійну ініціативу і підвищувати самостійність». Тоді як до способів внутрішньої мотивації продюсера Т. Менько відносить «делегування відповідальності, мотивуюча сила якої зростає по мірі зростання творчої складової в діяльності співробітників творчих установ» [11, 174], в іншому випадку членів знімальної групи аудіовізуального продюсерського проекту. При цьому нагадаємо, що під таким слід розуміти тимчасове підприємство, призначене для створення унікальних художніх (зокрема, аудіовізуальних) продуктів, послуг або отримання принципово нових результатів діяльності, що пов'язано із певними часовими та ресурсними затратами та залученням інвестицій. Створюючи культурно-мистецький проект продюсер, як правило, є ініціатором всього творчо-виробничого процесу: він вигадає проект на рівні ідеї, яка згодом втілюється в реальність вже конкретними фахівцями під його керівництвом [9, 236], зокрема й режисером. При цьому у чималій кількості випадків продюсер

аудіовізуального проекту може виступати і як сценарист, і як режисер, а іноді й як актор. Таких прикладів суміщення творчих професій чимало і в американському культурному просторі (Ной Баумбах, Ніл Бергер, Марк Боал, Гріффін Данн, Девід Е. Р. Вайт, Дін Девлін, Енді Дік, Девід Добкін, Марк Лестер, Баррі Левінсон, Девід Майкл Летт ін.), і в європейському, в тому числі й українському (Марен Аде, Бернд Айхінгер, Едуар Баер, Оліас Барко, Ролан Жоффе, Жерар Жуньо, Метью Вон, Данкан Джонс, Седрик Клапш, Ален Корно, Роберт Кромбі, Максим Наконечний, Єгор Олесов, Ігор Подольчак, Олександр Роднянський, Йос Стеллінг ін.).

У монографії «Авторський кінематограф у культурному просторі другої половини ХХ – початку ХХІ століття» Г. Погребняк відзначає, що творчо-виробничий «тандем “продюсер – режисер” може бути жорстким, авторитарним, з домінуючим диктатом продюсера (як в американській моделі), а також ґрунтований на демократичних засадах максимальної довіри та толерантності до творчих пошуків й індивідуальності режисера (як у європейській моделі)» [14, 292]. Нагадаємо, що американська (або класична ринкова) модель, базується на отриманні прибутку продюсером при продажу прав і отриманні високих результатів демонстрації в прокаті, а, отже, затребуваності на кіноринку. Орієнтуючись на вказану модель, слід мати на увазі, що в такому випадку прибуток окремого кінопроекту виникає за умови, коли сукупні витрати на виробництво і просування проекту складають меншу частину ніж сукупні доходи від прокату й усіх ринків. Вкажемо, що «американська» модель продюсування є найбільш застосовуваною в тих країнах (зокрема, США, Великобританії, Франції, Німеччини, Італії, Японії, Індії ін.), де існує розвинений (зі встановленням меж реалістичного бюджету кінопроекту) прокатний кіноринок, і, за умови високих художньо-мистецьких і технологічних якостей, успішної дистриб'юції кінопроект окуповується в національному прокаті

Своєю чергою, європейська (або бюджетна) модель, ґрунтується на одержанні продюсером прибутку при отриманні фінансування на виробництво фільму або здобутті позитивної різниці між загальною кількістю отриманих коштів і прямими витратами проекту й фактично майже не орієнтована на отримання широкого прокату.

Такі моделі існують у тих країнах Західної і Східної Європи (зокрема й в Україні), де є системна державна підтримка кінематографічної галузі.

Тож очевидно є різниця в отриманні прибутку продюсером у вказаних моделях, адже в американській передбачено широкий успішний прокат кінопроєкту, тоді як в європейській – це скоріш отримання коштів за саме створення фільму, відповідно до чого формується різне ставлення до промоції (як сукупності трьох ключових цілей – інформації, переконання, просвіти) й дистриб'юції фільму, виробленого в межах несхожих моделей.

Ніби передбачаючи, що невдовзі держава не зможе виконувати функції «генерального продюсера», своєрідну настанову майбутнім продюсерам, принаймні в пострадянському просторі давав у роботі «Уроки режисури» А. Тарковський, зауважуючи таке: «У нас виходить багато фільмів, знятих взагалі невідомо яким способом. Єдине мистецтво, яке поступово перекочує в руки людей, які нічого в ньому не розуміють, – це кіно. Режисери, заклопотані «своїм стилем» і «своєю манерою», іноді вимучують постановку, формалізм якої пригнічує. Я б режисера перевіряв так: якщо у нього немає десяти закінчених задумів, десяти задуманих фільмів, які він готовий почати знімати завтра ж, – справи кепські» [15, 5–6].

Але за будь-яких моделей співпраці режисера і продюсера, останній, беручись до девелопменту (розвитку) певного фільмового проєкту, все ж орієнтується на відповідну цільову аудиторію, де кінотекст виконує низку функцій, адже «саме від того моменту, коли було прийнято рішення зробити картину, треба починати думати про її прокат у своїй країні та за кордоном» [13, 167]. Нагадаємо, що за визначенням Р. Матасова термін «кінотекст» слід розуміти як «технічно диференційовану динамічну знакову ситуацію, що є конгломератом структурних елементів кіномови в межах кінематографічного твору, яка відправляє, відповідно до жанрової специфіки, певне інформаційно-емоційне повідомлення реципієнтові (глядачеві)» [10, 156]. У колективній статті «Ключові особливості й напрямки продюсерської діяльності на етапі девелопменту проєкту аудіовізуального твору» П. Алексеєва, В. Буділов, П. Данілов висловлюють переконання, що такими функціями є:

– рекреаційна, що передбачає заповнення вільного часу глядача;

– естетична, що виражається як генерація глядачів у процесі перегляду різноманітних емоцій, закладених авторами і, зрештою, таких, що дозволяють класифікувати фільм як мистецький твір;

– комунікативна, що реалізує можливість взаємодії глядачів з авторами, продюсерами іншими членами творчого колективу за допомогою специфічної форми спілкування – кіномови;

– виховна у вигляді формування, розвитку, модернізації базових рольових моделей поведінки в суспільстві, стереотипів та / або архетипів;

– освітня, що передбачає використання в кінострічці (у спрощеній формі) просвітницьких та навчальних елементів;

– пропагандистська, яка передбачає нав'язані глядачам певні точки зору;

– економічна, яка обумовлює реінвестиційні процеси в аудіовізуальній галузі у вигляді повернення витрат, пов'язаних з виробництвом і реалізацією фільму як культурного продукту і формування додаткового капіталу в результаті його використання [1].

Беручи до уваги виконання кінотекстом в соціумі низки функцій (як-то комунікативна, виховна, освітня, пропагандистська), слід відзначити, що попри ведення режисером діалогу з публікою, саме продюсер (виступаючи в ролі чи не першого середньостатистичного глядача готового аудіовізуального продукту) стає провідником такого культурно-мистецького діалогу. Адже кінопродюсер має бути «успішним маркетологом для того, щоб професійно досліджувати, проводити аналіз та сегментацію цільової аудиторії» і, володіючи «психологічними методами вивчення потреб глядачів: визначати їх мотивацію, рівень їхньої культури і зміну вікових мотивацій» [3, 258], відшукувати дієві інструменти просування фільму на глядацький ринок і забезпечувати йому успішну прокатну долю. На думку одного з фундаторів Голівуду А. Цукера, продюсерові слід завжди зважати на чутливість кіноаудиторії, її реакцію на кінострічку будь-якого жанру, адже спостерігаючи за реакцією публіки у переглядовій залі, можна зробити висновки як просувати її у прокаті, чи варто просувати взагалі, а чи «повернути стрічку назад до Голівуду – для покращення» [17, 42]. Тоді як існує досить розповсюджене й активно культивоване в наукових колах хибне

уявлення про те, що сучасна система комерційного прокату ґрунтується на тому, що прибутковими можуть бути тільки ті фільми, в основу яких покладено принцип такої собі пересічної розважальності, морально-естетична складова знаходиться на периферії як продюсера, так і режисера аудіовізуального тексту, що ніби то визначає специфічний характер сучасного продюсерського фільму, створеного як низької художньої якості розвага заради розваги. Звідси, власне, й певна однотипність специфіки бажаних у дистриб'юції кінострічок, і відповідна репертуарна одноманітність, а у невітшному підсумку – обмеження прав глядачів (в чомусь позбавлених можливості здійснювати право вибору), вимушених керуватись обмеженим вибором кінострічок і таких, що потрапили в залежність від часом недолугих прокатників, котрі нині фактично диктують глядачам, що їм необхідно дивитися. Проте на переконання молодого українського режисера Антоніо Лукіча «в будь-якому випадку, кіно швидше повинно вести за собою, аніж іти на поводу в якихось очікувань» [2].

Наукова новизна роботи полягає в тому, що в даній статті комплексно досліджено та проаналізовано діяльність кінопродюсера в умовах виробництва аудіовізуального проекту і доведено, що синтетична професія продюсера (як творчо-управлінської особистості), задіяного в складному та багаторівневому процесі вироблення фільму (як культурного продукту), потребує від нього мотивації у реалізації фахових компетентностей, тісно пов'язаних з творчо-виробничим, організаційно-управлінським, економіко-правовим функціонуванням в царині аудіовізуального виробництва й дистриб'юції.

Висновки. В ході дослідження було аргументовано та уточнено зміст поняття «аудіовізуальна творчість»; репрезентовано та здійснено порівняльний аналіз європейської та американської продюсерських творчо-виробничих моделей; виокремлено основні фахові компетентності кінопродюсера та складові його діяльності в процесі фільмотворення й дистриб'юції й зроблено висновок щодо багатофункціональності продюсерської праці в реалізації аудіовізуального проекту як функціонально організованого своєрідного інформаційного процесу, від самого початку скерованого на конкретну цільову аудиторію й отримання високого художньо-мистецького, глядацького й комерційного результату.

Література

1. Алексеева П., Будилев В., Данилов П. Ключевые особенности и направления продюсерской деятельности на этапе развития проекта аудиовизуального произведения. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klyuchevye-osobennosti-i-napravleniya-prodyuserskoy-deyatelnosti-na-etape-developmenta-proekta-audiovizualnogo-proizvedeniya/viewer> (дата звернення 20.06.2020).
2. Базів Л. Антоніо Лукіч «Мої думки тихі» – кіно про подорослішання та втрату зв'язків зі своїм корінням. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/2858177-antonio-lukic-kinoreziser.html> (дата звернення 02.03.2019).
3. Борисова Т. Основні напрямки формування особистості продюсера в контексті культурної ідентичності // Діяльність продюсера в культурно-мистецькому просторі XXI століття: дискурси і дискусії: зб. наук. праць / Упор., ред.: Садовенко, З.Босик. Київ: НАКККіМ, 2014. С.258–260.
4. Зубавіна І., Кохан О. Продюсерська система в Україні: здобутки і перспективи// Арт-менеджмент. 2008. № 1–2. С.14–15.
5. Зубавіна І. (2008). Трансформації екранного хронотопу доби експансії комп'ютерних технологій (естетичний потенціал та етичні інтенції) // Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення ім.І.К.Карпенка-Карого.Київ.Вип.2–3.С.123–134.
6. Лотман Ю. М. Культура и взрыв. Москва: Гнозис; Издательская группа «Прогресс», 1992. 272 с.
7. Лотман Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. URL: <http://philologos.narod.ru/lotman/kino/Lotman-0.htm> (дата звернення 12.04.2019).
8. Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / Пер.с англ. В.Николаева; Закл.ст. М. Вавилова. Москва; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003.464 с.
9. Мастерство продюсера кино и телевидения / под ред. П. К.Огурчикова, В. В. Падейского, В. И.Сидоренко. Москва: Юнити-Дана,2008. 863с.
10. Матасов Р. А. Методические аспекты преподавания кино/видеоперевода // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. Санкт-Петербург: РГПУ им. А. И. Герцена, 2009. С. 155–166.
11. Монько Т. Особливості прояву мотивації в сфері продюсерської діяльності // Діяльність продюсера в культурно-мистецькому просторі XXI століття: традиції, концепції, перспективи: зб. наук. праць (за матеріалами Міжн. наук.-практ. конф., м. Київ, 20–21 грудня 2012 р.). Київ: НАКККіМ, 2013. С.171–173.

12. Мусієнко-Фортунська О. Відродження продюсерської системи в Україні // Медіаосвіта в Україні. Сучасний стан. Перспективи розвитку. – Випуск 4. Київ: Інститут проблем сучасного мистецтва Академії мистецтв України. 2008. С.104 – 108.

13. Мусієнко-Фортунська О. Продюсер і художня творчість // Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення ім.І.К.Карпенка-Карого. Київ: Екмо. Вип. 2–3. С. 163–169.

14. Погребняк Г. П. Авторський кінематограф у культурному просторі другої половини ХХ – початку ХХІ століття: монографія. Київ: НАКККіМ, 2020. 448 с.

15. Тарковский А. А. Уроки режиссури. Москва: ВИППК, 1992. 92с.

16. Rousset-Rouard Y. Profession: producteur // Paris, 1975. P. 237–245.

17. Zukor A. The Public Is Never Wrong // New York, 1953. P.42–43.

References

1. Alekseeva P., Budilov V., Danilov P. Key features and directions of production activities at the stage of development of an audiovisual work project. Retrieved from:

<https://cyberleninka.ru/article/n/klyucheveye-osobennosti-i-nap-ravleniya-prodyuserskoy-deyatelnosti-na-etape-razvitiya-audiovizualnogo-proizvedeniya/viewer> [in Russian].

2. Baziv L. Antonio Lukich "My Thoughts Are Quiet" is a movie about growing up and losing touch with your roots. Retrieved from: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/2858177-antonio-lukic-kinoreziser.html> [in Ukrainian].

3. Borysova T. (2014). The main directions of formation of the producer's personality in the context of cultural identity. Activities of the producer in the cultural and artistic space of the XXI century: discourses and discussions: col. of sci. articles.. Sadovenko, Bosyk Z. (Eds.). Kyiv: NAKKKiM. pp. 258–260. [in Ukrainian].

4. Zubavina I., Kokhan O. (2008). Production system in Ukraine: achievements and prospects. Art management. № 1–2. pp.14–15 [in Ukrainian].

5. Zubavina I. (2008). Transformations of the screen chronotope in the era of computer technology expansion (aesthetic potential and ethical intentions). Scientific Bulletin of Kyiv National University of Theater, Film and Television named after I.K. Karpenka-Karoho. Kyiv: Ekmo. Is. 2–3. pp.123–134 [in Ukrainian].

6. Lotman Yu. M. (1992). Culture and explosion. Moscow: Gnozis; publishing group «Progress». p. 272. [in Russian].

7. Lotman Yu. M. Semiotics of Cinema and Problems of Cinema Aesthetics. Retrieved from: <http://philologos.narod.ru/lotman/kino/Lotman-0.htm> [in Russian].

8. Maklyuen M. (2003). Understanding Media: External Human Extensions. (V.Nikolaeva; M. Vavilova, Trans.). Moscow; Zhukovskij: «KANON-press-C», «Kuchkovo pole». p. 464. [in Russian].

9. Film and Television Producer Craftsmanship. (2008). P.K.Ogurchikova, V.V. Padejskogo, V.I. Sidorenko (Eds.). Moscow: Yuniti-Dana. p. 863. [in Russian].

10. Matasov P. A. (2009). Methodological aspects of teaching film / video translation. Izvestiya RGPU named after A. I. Gertsena. St. Petersburg: RGPU named after A. I. Gertsena, pp. 155–166. [in Russian].

11. Monko T. (2013). Features of manifestation of motivation in the sphere of production activity. The activity of the producer in the cultural and artistic space of the XXI century: traditions, concepts, prospects: coll. sci. works (Proceedings of the International Conference Title, Kyiv, 20–21 of December 2012.). Kyiv: NAKKKiM. pp.171–173. [in Ukrainian].

12. Musiienko-Fortunaska O. (2008). Revival of the production system in Ukraine. Media education in Ukraine. Current state. Development prospects. Issue 4. Kyiv: Instytut problem suchasnoho mystetstva Akademii mystetstv Ukrainy. pp.104 –108. [in Ukrainian].

13. Musiienko-Fortunaska O. (2008). Producer and artistic creativity. Naukovyi visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu teatru, kino i telebachennia im. I.K. Karpenka-Karoho. Kyiv: Ekmo. Vyp.2–3. pp.163–169. [in Ukrainian].

14. Pohrebniak H. P. (2020). Author's cinema in the cultural space of the second half of the XX - beginning of the XXI century: monograph. Kyiv: NAKKKiM. p. 448. [in Ukrainian].

15. Tarkovskij A. A. (1992). Directing lessons. Moscow: VIPPK.92s. [in Russian].

16. Rousset-Rouard Y. (1975). Profession: producteur. Paris. pp. 237–245. [in Velykobyrtaniia].

17. Zukor A. (1953). The Public Is Never Wrong. New York. pp.42–43. [in Velykobyrtaniia].

Стаття надійшла до редакції 25.02.2021

Отримано після доопрацювання 11.03.2021

Прийнято до друку 15.03.2021