

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

_____ 2021 р.
«___» _____

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

РОЗРОБКА МИСТЕЦЬКОГО ЧАСОПИСУ ПРО СВІТОВИЙ КІНЕМАТОГРАФ
«РЕЙМОНД»

Виконавець: Єфіменко Олександр Олександрович _____

Керівник: канд. філол. наук, доц.

Назаренко Галина Іванівна _____

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц.

Остапчук Світлана Сергіївна _____

Київ – 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИСВІТЛЕННЯ КІНЕМАТОГРАФА В ЖУРНАЛАХ.....	5
1.1. Виникнення та розвиток періодичних видань, присвячених кіномистецтву.....	5
1.2. Історичні підстави для розвитку кіножурналів на території України.....	13
1.3. Сучасні журнали про кіно в Україні: особливості, проблематика.....	22
Висновки до розділу 1.....	26
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА МИСТЕЦЬКОГО ЧАСОПИСУ ПРО СВІТОВИЙ КІНЕМАТОГРАФ «РЕЙМОНД».....	28
2.1. Формування образу журналу: ідея, дизайн, загальні відомості.....	28
2.2. Створення контенту та його особливості.....	32
2.3. Реклама та способи просування видання.....	34
Висновки до розділу 2.....	37
ВИСНОВКИ.....	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	43

ВСТУП

Актуальність теми. Кіно, безперечно, займає важливу частину життя кожної людини. Ця індустрія розрослася до небачених масштабів ще на початку ХХ століття і донині функціонує ідеально. Настільки гігантська сфера діяльності породжує масу фактів, подій, інформприводів, які мають бути поширені в засобах масової інформації. У тому числі й на сторінках мистецької періодики. Актуальність теми дослідження обумовлена саме тим, що журнали нині є досить популярним і впливовим засобом подачі інформації. Такі титани, як «Empire», «Entertainment Weekly» та «The Hollywood Reporter» відомі всім і є взірцями з естетичного, візуального, інформаційного та маркетингового погляду. Оскільки наш, український медіапростір підходить під одну з моделей засобів масової інформації – демократичну корпоративістську, то це передбачає великий тираж преси та її різноманітність. На мій погляд, кількість і якість видань, присвячених саме кінематографії катастрофічно низька, що суперечить багатій історії кіновиробництва в нашій країні. Сам рівень кіно в Україні невпинно зростає, тому абсолютно необхідним вважаю створення та розвиток нових часописів, що спеціалізуюватимуться на висвітленні подій із світу кіномистецтва.

Вивчення та аналіз мистецьких друкованих видань здійснювали такі дослідники, як Л. Брюховецька, Л. Попова, О. Середа, О. Шимон, Н. Казакова [1,11; 5; 6; 8; 12].

Метою дослідження є визначення особливостей висвітлення кінематографу в пресі та розробка власного проекту журналу, присвяченого кіномистецтву.

Визначена мета передбачає вирішення таких **завдань**:

1. Визначити аспекти висвітлення інформації про кіно в пресі.
2. Дослідити історію та розвиток часописів про кіно в Україні.

3. Виокремити переваги та недоліки подачі інформації про кіно через журнал.

4. Проаналізувати популярність і затребуваність мистецьких часописів на території України.

5. Здійснити розробку часопису «Реймонд», присвяченого кінематографу.

Об'єкт дослідження – висвітлення кінематографу в пресі.

Предмет дослідження – розробка часопису «Реймонд», присвяченого кінематографу.

Методи дослідження. У дипломній роботі використано загальнонаукові емпіричні та теоретичні методи дослідження, а саме: збір інформації, узагальнення, детальний аналіз літератури та поставленої проблеми, пояснення та класифікація. Включно, порівняльно-історичний метод використано для визначення впливу та ролі друкованих видань про кіно на людей та індустрію в цілому.

Наукова новизна визначається, насамперед, викладом власного бачення щодо вирішення поданих завдань, розробкою журналу, присвяченого кіномистецтву, виокремленням аспектів висвітлення інформації про кіно на сторінках часопису та детальним аналізом тактики створення цього самого видання.

Практичне значення полягає в тому, що результати дослідження в рамках дипломної роботи можна використати в роботі по створенню друкованих видань на схожу тематику. Також, окремі теоретичні результати можуть доповнити інформаційну базу щодо мистецьких друкованих видань. Не є виключенням і використання даних дослідження під час проведення лекційних і практичних занять із журналістики.

Структура й обсяг роботи. Дипломна робота складається зі вступу, 2 розділів (6 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків і списку використаних джерел (26 джерел). Загальний обсяг роботи становить 45 сторінок, основний текст викладено на 40 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИСВІТЛЕННЯ КІНЕМАТОГРАФА В ЖУРНАЛАХ

1.1. Виникнення та розвиток періодичних видань, присвячених кіномистецтву

Людина – створіння унікальне, загадкове, досконале. Людина – це той єдиний вид, що може споглядати і аналізувати мистецтво, отримуючи від цього естетичну насолоду. Ми спроможні думати, вигадувати, створювати в уяві цілі світи, транслюючи таким чином свої ідеї, погляди, філософію. Людина, також, володіє фантастичним умінням виходити за рамки моменту, тікати з реальності. Ніякої магії, звісно, в цьому немає, лише вплив історій, створених іншими людьми. Ми дивимося фільм, милуємося картиною, читаємо книгу та переносимося, в результаті, до іншого світу, занурюємося у шалений вир подій. Саме так діє на нас мистецтво зараз. Саме так діяло воно завжди.

Одним із наймолодших видів мистецтва і, за сумісництвом, найпопулярнішим нині є кінематограф – великий, могутній, різноликий. Настільки важливий і впливовий жанр потребує відповідного рівня висвітлення інформації про нього. Люди зрозуміли це відразу. Саме тому, було створено безліч телепрограм, сайтів, книг, газет, журналів, що націлені саме на кіномистецтво. Нас же зараз цікавить тільки один засіб масової інформації – журнали.

Журнали, вони ж, часописи – дуже важливий і впливовий засіб подачі інформації в маси, навіть у наші часи, коли все більше й більше люди обирають більш зручний для них інтернет. Це відбувається, тому що журнали є неймовірно естетичними, красивими й різноманітними. Вони відіграють роль «предмету розкоші» через те, що не так вже й багато людей звертається до них за порцією

інформації. Все ж, часописи нині залишаються надійним і невід'ємним елементом на ринку інформації.

Виникли журнали дуже давно, ще в XVII столітті. Очевидно, що тоді вони значною мірою відрізнялися від сучасних: зовнішнім виглядом, форматом, різноманітністю інформації, матеріалом. Але, все ж, дещо залишилося незмінним і донині – позиція журналу, як одного з основних видів засобів масової інформації.

Етимологія слова «журнал», насправді, досить цікава. Дослівно з французької мови воно означає «денник», або «щоденник» [3, с. 373]. Журнал, такий, яким ми його зараз знаємо, французькою звучить по-іншому: «le magazine» (якщо мова йде про ілюстроване видання), або ж «la revue» (якщо йдеться про політичне чи наукове).

Тодішні журнали були більше схожі на сучасні газети та висвітлювали переважно найголовніші політичні та культурні події. Існували навіть окремі видання, що спеціалізувалися на рецензіях на книги та іншу літературу. Про кіно в журналах почали говорити через добрих два століття. Відразу після народження, кінематограф зайняв почесну нішу на сторінках журналів, як одна з найцікавіших тем. Спочатку, новини про кіно висвітлювали його як неймовірний технічний прорив, що призведе до нової епохи в культурній сфері. Кіно було чимось невідомим, магічним, революційним. Про це не можна було не говорити. Такий ефект від нього залишався аж до 20-х років XX століття, до Золотої ери Голлівуду, під час якої кінематограф остаточно сформувався в систему, яка нам добре відома зараз.

Часописи, присвячені виключно кіномистецтву з'явилися не відразу. Спочатку ця тема фігурувала як «одна з багатьох», а з роками виникали видання, що фокусувалися тільки на кіно. Бувало, що деякі, вже існуючі журнали змінювали вектор діяльності на тему індустрії кіно, тому що на той час попит на таку інформацію був шалений. Так відбувалося в тому числі й через тяжкий економічний період, так звану Велику Депресію, що особливо сильно вдарила по

США. Саме кіно виконувало тоді роль психолога та допомагало людям відволіктися від серйозних проблем. Якщо вдаватися в подробиці, то Золота ера Голлівуду почалася 1927 року, а економічна криза трапилася 1929 року. Таким чином, можна з легкістю зрозуміти, що індустрія тільки-но сформувалася та перебувала на первинній стадії. Криза, очевидно, була неприємним ударом, але студії вперто боролися за життя та залишилися на плаву.

Весь період початку ХХ століття був переломним для людей. Він характеризувався різким рівнем розвитку технологій, швидким рівнем урбанізації та значним ростом промислових гігантів. Одним із важливих гвинтиків технологічного, економічного, соціального й культурного механізму був і кінематограф. Як уже було зазначено вище, настільки важливий елемент економіки та культури потребував відповідного висвітлення в пресі та інших доступних у той час засобів масової інформації.

Для прикладу, розглянемо два найпопулярніших нині журнали, що спеціалізуються на роботі з кіноіндустрією та шоу-бізнесом: «Variety» та «The Hollywood Reporter». Ці видання є взірцями в своїй сфері, даруючи людям ексклюзивну та важливу інформацію, цікаві інтерв'ю, прекрасні фотосети зірок. Розглянемо ми самі ці журнали, тому що вони виникли в Штатах, саме там, де й формувалася індустрія кіно. Хоча чудовим прикладом був би ще один представник журнального цеху – японський часопис «Кінема дзюмпо», що є одним із найстаріших журналів про кінематограф. Заснований він був у 1919 році та спромігся добре функціонувати до тепер [9, с. 172]. Все ж, зупинимося на американцях.

Видання «The Hollywood Reporter», або ж просто «THR» було засновано в 1930 році в Америці. Вільям Вілкерсон створив у Голлівуді видання, присвячене сфері шоу-бізнесу [24]. Виключно на кіно, журнал переключився значно пізніше, в 1950-х роках, коли керівництво, все ж, відмовилося від просування ідей «комунізму в Голлівуді», на яких, власне, «THR» і побудував свою кар'єру. Тоді фокус був виставлений на новини про кіно, життя зірок і висвітлення різних

аспектів діяльності індустрії в Америці та світі. Отже, отримавши свою порцію скандальної слави, журнал пережив метаморфози та почав існувати в зовсім новій формі [23].

Для заданої теми дипломної роботи важливо дослідити не тільки історію становлення певного журналу, а й його дизайн, специфіку висвітлення інформації та інші значимі критерії. Таким чином, це дуже сильно допоможе при створенні власного проєкту, шляхом виокремлення «успішних рішень» відомих періодичних видань.

Отож, «THR» на початку свого існування був більше схожим на сучасну рядову газету. Багато тексту, різноманітні креативні шрифти, незвичний стиль мовлення (не дуже офіційний і традиційний, більше схожий на монолог людини) в купі, давали досить непоганий результат. І чим далі – тим тільки краще. З розвитком технологій, «THR» отримав більш якісні друковані зображення, став більшим за обсягом і перетворився на добре всім відомий тип журналу (див. рис.1.1.).

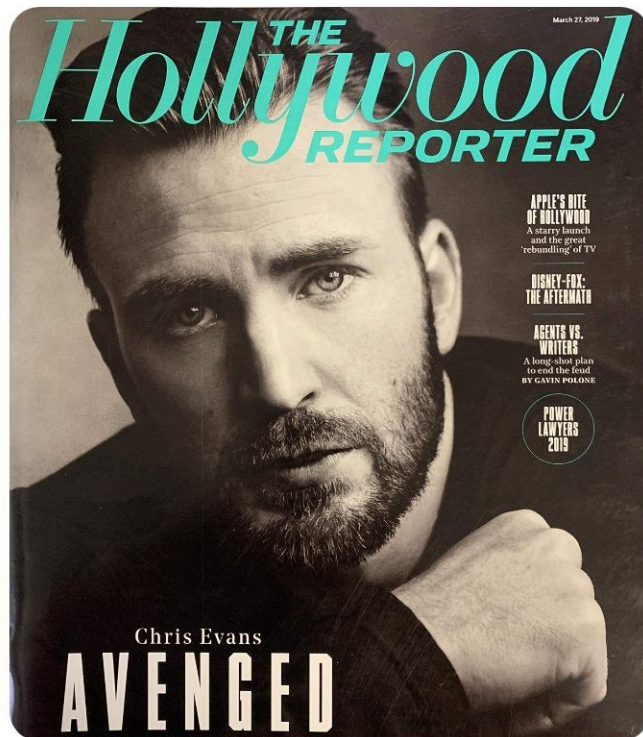


Рис. 1.1. Порівняння зовнішнього вигляду видання "THR" за вересень 1930 року та за березень 2019 року.

Тяжко сказати, чи вважається він і йому подібні «глянцевими» виданнями, тому що поширені особливості журналів (реклама, різноманітність тем і якісна поліграфія) не вирішують проблему типології сучасних «глянцевих» видань. У рамках даної дипломної роботи, вважаю за потрібне чітко відокремити досліджувані журнали про кіно від «глянцевих», тому що вони не повністю відповідають усім аспектам «глянців». Згадувані «THR» і «Variety» не соромляться розповідати про «темну» сторону кіно-бізнесу: скандали, судові процеси, правопорушення. Добре відомо, що «глянець» намагається уникати негативних тем.

Не варто забувати про ще одного титана, що тримає на своїх могутніх плечах індустрію журналів, присвячених шоу-бізнесу. Звісно, мова йде про видання «Variety». Справа в тому, що «THR» і «Variety» нині займають лідерські позиції та являються фактичними конкурентами. Власний проєкт часопису про кіно, створення якого є одним із основних завдань цього дослідження, повинен бути ідеальним з боку дизайну, контенту, загального стилю. Саме тому, обов'язковим і логічним кроком буде дослідження та аналіз саме найпопулярніших видань, якими й є «Variety» та «THR». Їх авторитет і рейтинг довіри зі сторони читачів говорять самі за себе.

Отож, «Variety» (у перекладі «різноманітність») було засновано значно раніше за свого конкурента, аж у 1905 році в столиці східного узбережжя Америки – Нью-Йорці. На той час, видання розповідало виключно про театр, публікувавши, в основному, рецензії на вистави та загальні новини зі світу театрального мистецтва [25, с. 8]. Уже пізніше, на початку 30-х років, у Лос-Анджелесі з'явився новий філіал «Daily Variety», що спеціалізувався вже на тематиці кіно.

Бренд «Variety» відомий тим, що залишив свій слід в історії, опублікувавши в 1907 році першу кінорецензію на французький фільм «Emouvant voyage de pose» («Захоплюючий медовий місяць»). Саме з того моменту, жанр кінорецензії отримав значну популярність і почав невпинно

розвиватися. Це було й не дивно, бо через величезну кількість фільмів, глядачам потрібна була оціночна інформація [22, с. 9].

Варто відмітити й факт того, що на сторінках часопису була опублікована рецензія 7 річної дитини, що автоматично стала рецензією наймолодшого автора. Такого роду рішення завжди позитивно впливають на імідж видання.

Щодо питань зовнішнього вигляду, то тут усе доволі прозоро. Елегантність, креативність, унікальність – саме так можна описати стиль цього часопису (див. рис. 1.2.). На початку свого існування, журнал, як і більшість представників такого жанру, більше походив на сучасну газету. Подібне висловлювання, про схожість початкової форми журналу з сучасними газетами варто пояснити. Всім добре відомо, що в газеті значно більше тексту, ніж у журналах. Вони більше призначені для читання, ніж для переглядання, це очевидно. Частіше за все, беручи до рук газету та гортаючи її, можна помітити невеликі зображення та багато тексту, розміщеного колонками. Саме таку структуру й мали тодішні журнали. Тільки замість друкованих зображень тоді



Рис. 1.2. Порівняння зовнішнього вигляду видання "Variety" за січень 1928 року та за січень 2019 року.

час-від-часу зустрічалися карикатури та малюнки художників, яких запрошували до співпраці. «Variety» вирізнявся експериментами зі шрифтами, залученням художників і дизайнерів для створення цікавих карикатур і зарисовок. Таким чином, перша сторінка часопису відразу кидалася в очі.

Стислий аналіз провідних мистецьких видань дає змогу визначити основні особливості журналів даного типу. Таким чином, можливим стає створення «формули успіху» для реалізації власного проєкту. Якщо зібрати всі успішні рішення, що використовувалися керівництвом видань «THR» і «Variety», можливо вберегти свій журнал від помилок і використання неефективних тактик.

Використані для аналізу журнали розповідають, насправді, не тільки про кіно. Вони зачіпають весь шоу-бізнес, але ключовою темою, все ж, є кінематограф і все з ним пов'язане. На сторінках ми можемо знайти вже добре знайомі нам рецензії на новинки кіно, написані справжніми професіоналами, що чудово розуміються на темі кіномистецтва. По-іншому й бути не може, тому що дуже велика кількість людей приймає рішення щодо перегляду того чи іншого фільму саме після ознайомлення з компетентним і надійним джерелом оціночної інформації, яким якраз і виступає часопис. Важливо відмітити, що рецензії частіше за все публікуються ще перед прем'єрою фільму, даючи змогу аудиторії ознайомитися з думкою редакції про нову стрічку.

Як відомо, журнали рівня «THR» виходять один раз на тиждень. Деякі їх іноземні редакції, як «THR Russia» випускаються один раз на місяць. Такий термін дає можливість краще підготувати матеріал, поглибитись у тему і розкрити її більш детально. Очевидно, що чим більш журнал готується до друку, тим більшим і цікавішим він буде [21].

Окрім рецензій, на сторінках часописів можна знайти актуальні та важливі новини різного спектру важливості, дуже багато різноманітних графіків і рейтингів: рейтинги переглядів певних серіалів на стрімінгових сервісах, що допомагають контролювати популярність і затребуваність шоу серед глядачів; рейтинг потенціальних переможців всіляких фестивалів і церемоній нагород.

Демонструються фінансові звіти щодо роботи студій і телеканалів, щоб аудиторія мала уяву про суми, які витрачаються на створення контенту. Загалом, журнал, присвячений кіно (після аналізу провідних представників жанру) має такі рубрики: огляди (короткі рецензії), бізнес (фінансова сторона індустрії), стиль (огляд нарядів, екстер'єрів будинків, макіяжу зірок), новини (огляд найголовніших подій), «беклот» (задня частина, в якій може бути що завгодно: від ексклюзивних бесід із зірками до статей на зовсім неочікувані теми), нагороди (огляд нещодавніх церемоній і претендентів на перемогу) [10, с. 12].

Часто, такі журнали дарують неймовірні й естетичні фото знаменитостей, що приурочені до ексклюзивних інтерв'ю з ними. Таким чином, вивчається ще не досліджена сторона певної людини, її думка щодо якогось нового явища чи події. У цілому, дослідження життя певної зірки та її «просування», шляхом створення контенту, пов'язаного з її діяльністю – це доволі давня традиція. Ще за часів зародження студійної системи кінематографу існував такий фактор, як постійний персонал, тобто з акторами, режисерами, операторами заключали контракт на певний час. І, грубо кажучи, вони належали студіям, які «розкручували» їх і створювали відомих на увесь світ зірок. Саме з тих часів пішов тренд на висвітлення життя зірок.

Неможливо не згадати той факт, що майже завжди вся ексклюзивна та нова інформація подається саме журналами. Доволі часто на теренах інтернету (в «Інстаграмі», «Телеграмі», інших сайтах) можна знайти новини, які починаються з наступних слів: «Як повідомляє видання «Variety»... або «За даними видання «THR»...», що говорить про їх безперечний авторитет у питанні висвітленні нової важливої інформації. Редакція проявляє ініціативу та, в результаті, отримує унікальну інсайдерську інформацію: анонс, заплановану дату прем'єри, приблизний бюджет, каст акторів, чутки, інформацію щодо сиквелів, дані про процес зйомок і багато іншого.

Перед початком дослідження наступного питання, хотілося б побіжно зачепити тему загальних особливостей журналів такого типу. Відомо, що тираж

журналу майже завжди менше, ніж газетний, тому що журнал – це дуже складний у створенні представник друкованих засобів масової інформації. Матеріал, якість друку, контенту та, особливо, реклами заслуговує найвищих похвал. Все ж, можна з упевненістю сказати, що журнали створені не так для інформації, як для насолоди.

На останок, варто зазначити, що нині, всі журнали мають свою електронну версію у вигляді сайту. Часто, видання існують і на просторах соціальних мереж, публікуючи інформацію й там. Кількість рубрик на сайтах значно більша, ніж у друкованих видань та інформація з'являється значно швидше (кожного дня). Конкуренцію вищеназваним журналам про кіно може скласти онлайн-видання «Deadline.com», яке також тримає першість у висвітленні важливої інсайдерської інформації про кінематограф.

1.2. Історичні підстави для розвитку кіножурналів на території України

Так склалося, що історія нашої країни була дуже тяжкою. Століттями Україна знаходилася під впливом інших народів. Нашу мову забороняли, письменників, що наважувалися говорити правду змушували замовкнути. Попри такі складні умови, культура нашої держави невпинно розвивалася. Це стосується письменництва, образотворчого мистецтва, пісень, танців, народних традицій. Наука теж не стояла на місці. Імена українських академіків і науковців знає весь світ. Це ж саме стосується й кінематографу. Як відомо, всі найбільш значимі винаходи завжди приходили до нас із невеликим запізненням, але кіномистецтво, на диво, прийшло навіть раніше.

Мало хто знає, але в 1893 році, за два роки до презентації винаходу братів Люм'єр, український інженер Йосип Тимченко створив прилад для зйомки та подальшої демонстрації фільмів. Ось тільки проблема була в тому, що він його не запатентував, тому першість у народженні кінематографу дісталася французам [8, с. 10].

У плані кіно, Україна йшла в ногу з часом. У період 20-30-х років ХХ століття, в Україні було створено чимало німих фільмів, які, насправді, були дуже якісними й цікавими стрічками. Однією з найвідоміших кінокартин того часу була «Земля» – Олександра Петровича Довженка. Даний фільм до сих пір вважається безсмертною класикою кіно, яка вже на той час отримала статус культової та стала цінним культурним надбанням нашої держави [18]. Окрім Довженка, видатними представниками українського кінематографу були: Данило Сахненко, Іван Кавалерідзе, Сергій Параджанов, Кіра Муратова, Лесь Курбас. Перші українські фільми створювалися, переважно, на історичну тематику. Часто, режисери відтворювали на екрані добре відомі народні сюжети, типу «Наталки Полтавки».

Факт того, що українська культура, в будь-якому її прояві, зазнавала репресій – абсолютно незаперечний. Так, у 1991 році, коли наша держава отримала незалежність, стало відомо, що за часів УНР, під час правління Павла Скоропадського, був введений наказ про українізацію кіно [17, с. 23]. Тоді існувало товариство «Українфільм», яке було створено заради розробки й поширення українських стрічок, націлених на патріотичні, героїчні та історичні напрямки [17, с. 24]. У подальшому, Україна переживатиме декілька періодів розквіту кіномистецтва, але весь цей час ці фільми будуть вважатися радянськими. Напрявлені вони будуть, звісно, на всесоюзний вжиток. Все ж, народи, що були частиною Радянського Союзу були різними: за менталітетом, цінностями, традиціями, принципами. Фільмів виключно українських, що передавали б дух нації, практично, не було. Те ж саме можна сказати й про українську мову, на якій було знято катастрофічно мало кінострічок.

Як висловився свого часу письменник Валерій Шевчук: «Для того, щоб кіно стало самодостатнім явищем, необхідно кілька умов: насамперед — матеріальна забезпеченість. Потім, кінематограф в Україні, як і будь-де, має бути національним, а не творитися іноземцями, а для цього режисери, сценаристи, актори мають бути людьми української культури. Національний кінематограф

має творитися на всіх параметрах, а не лише в екзотично-етнографічній поетиці. Мусить творитися масове, прохідне кіно, але воно не повинне заперечувати кіно елітарного, світового художнього рівня. І зрештою, середній рівень нашого кіно мав би відповідати середнім світовим мірилам та критеріям» [11, с. 31]. Якщо ж говорити про це більш коротко, то тодішні фільми дуже часто створювалися на українських студіях, але по натурі своїй українськими вони не були.

Світлою смугою в історії українського кіно був період ВУФКУ (Всеукраїнського фотокіноуправління). Воно відразу очолило всі можливі процеси кіновиробництва. 1928 року була створена київська кінофабрика, що на той час була однією з найбільших і найкращих студій у світі.

Загалом, попри всі складнощі, українське кіномистецтво невпинно рухалося вперед, намагаючись перевершити себе раз за разом. Під кінець 20-х років, маестро українського кіно Олександр Довженко створив низку фільмів («Звенигора», «Арсенал», «Земля»), що вирізнялися особливим стилем і зайняли почесне місце в світовій класиці кіно. Далі настала доба звукового кіно. У цей час (1930-1950) було створено чимало шедеврів. Але тепер, Україна перебувала під окупацією не тільки СРСР, а й Німеччини. Зрозуміло, що кіно в такий час буде присвячене війні й її кошмарам, героїчній боротьбі народу за свою свободу. Місією кінематографу в такий час, як і місією письменників, публіцистів, громадських і культурних діячів було піднесення духу та настрою звичайних людей і солдат, що потерпали від гніту війни. Транслювалася доволі проста істина, що війна – то найжахливіше, що може бути і людям варто всіма можливими способами уникати такого розвитку дій. Нам уже добре відомо, що фільми дуже сильно впливають на психоемоційний стан людини та можуть допомогти впоратися з різними складними ситуаціями, шляхом наведення на правильні думки, піднесення духу, мотивації та просто відволікти від проблем, подарувавши цінний і незамінний емоційний відпочинок.

Наступною хронологічною контрольною точкою став період «відлиги», коли українське кіновиробництво швидко злетіло до гори. Почали з'являтися

нові кіношедеври, нові імена в індустрії, які назавжди залишили свій слід в історії. Зліт українського кіномистецтва трапився ще раз у період 1960-1970-х років, коли новостворені фільми породили нову естетичну течію, так зване «українське поетичне кіно», яскравими представниками якого були легендарні «Тіні забутих предків» Сергія Параджанова, «Довгі Проводи» Кіри Муратової, «Камінний хрест» Леоніда Осики. Про важливість та унікальність цих стрічок годі й говорити. Вже на даному етапі можна з упевненістю стверджувати, що українське кіно переживало дуже цікаве та складне життя. 70-ті роки – це не кінець історії. Попереду ще багато цікавого, тому перед тим, як ми перейдемо до обговорення журналів, що розповідали про кіно, вважаю за потрібне коротко пробігтись по решті основних подій, що передували формуванню сучасної індустрії.

Період 1970-1980-х років відзначився значною русифікацією фільмів. Лариса Брюховецька, відомий знавець кіно, стверджує на сторінках своєї праці «Приховані фільми», що за весь період «Застою» (1976-1989 роках) 50 відсотків фільмів були створені російською мовою, за творами російської літератури та під керівництвом російського персоналу [1, с. 28]. Попри такий небажаний контроль зі сторони, на українській студіях з'явилися дійсно легендарні кінострічки. Яскравим прикладом є всіма відомий та улюблений «У бій ідуть тільки “старі”», Леоніда Бикова. Наступним кроком був розвиток анімаційного та неігрового кіно, які з початком 70-х років отримали небачену популярність, тому що банально були чимось новим і цікавим.

До самого отримання Україною незалежності, кінокартини, майже завжди, випускалися російською мовою. Після 1991 року, курс знову змінився та індустрія почала, скажімо так, формуватися заново. Поступово з'являлися нові жанри, нові ідеї, справи, в цілому, йшли добре, але кіномистецтво сучасне, відверто кажучи, не зрівняється з тим, що було раніше. Це безперечний факт, до обговорення якого ми повернемося дещо пізніше. Зараз же, увагу необхідно переключити на друковані видання, що висвітлювали новини зі світу

кінематографу в період початку ХХ століття й до отримання заповітної незалежності.

Під час вивчення особливостей висвітлення кінематографу в пресі, неможливо не звернути увагу на знаменитий анований каталог кіножурналів, документальних фільмів і кіносюжетів, так званий «Кінолітопис», що охоплює період 1945-1955 років, що спершу, вводить в оману своєю назвою. Літопис наповнений кінодокументами, що нині зберігаються в державному кінофотоархіві України імені Г. Пшеничного. Інформація подається за хронологією [4]. Кінолітопис описує контент так званих «кіножурналів»: «Радянська Україна», «Піонерія» та «Молодь України». Насправді, це не журнали, що розповідають про кіно. Простими словами, це кіносюжети Укркінохроніки, дещо схожі за структурою на сучасні випуски новин. Виглядає все так, наче диктор зачитує зміст журналу, а на фоні транслюється репортаж для більшого розуміння та поглиблення в тему. Також, в Кінолітописі зберігається цінний перелік документальних фільмів та інших сюжетів, що дає змогу, як мінімум, розуміти про кількість і тематику документальних фільмів того часу.

Інформація про кіно, а саме: новини, рецензії, реклама, звіти подавалися в загальних суспільно-політичних виданнях, як одна з рубрик. Кіно на той час було чимось сакральним і важливим для нашої держави, тому й не дивно, що журнали, присвячені виключно кіноіндустрії все ж існували. Найголовнішими і знаменитими були журнали «Кіно», що видавалися в Харкові та Києві в період 1926-1933 років і «Кіно» львівське, що існувало в 1930-1936 роках. Також, існувала газета «Екран і життя», що видавалася Київською студією імені Олександра Довженка. Проіснувала вона з 1929 по 1990 рік [13, с. 64].

Часопис «Кіно» (Харків) – двотижневик, що був заснований уже згаданим вище ВУФКУ (Всеукраїнським фотокіноуправлінням) в 1925 році [3, с. 478]. Видання виходило в Харкові та Києві в різні періоди. Якщо коротко описувати історію цього журналу, то справи у нього йшли добре до реформування ВУФКУ в «Українафільм», що звісно, вже було під ореолом Москви. З того часу, контент

на сторінках часопису почав забарвлюватися ідеологічними плямами. Незабаром, журнал припинив існування.

Контент часопису був доволі цікавим і різноманітним. Публікувалися всі можливі теми, пов'язані з кіно: новини, огляди, аналіз, проблеми виробництва, особливості режисури та сюжетів. Окрім висвітлення національного контенту, подавалася інформація про стан справ у зарубіжних країнах. Їх кінематограф справедливо порівнювали з нашим і надавали об'єктивні оцінки. Інформація надходила доволі швидко через значну кількість кореспондентів, які працювали не тільки на території нашої держави, а й за кордоном. Мова журналу була чесною, думки не маскувалися, вислови були точними та аргументованими. На жаль, так відбувалося лише в період «свободи» часопису [12].

Авторський цех, що працював над створенням контенту журналу був дуже різноманітним. Залучалися відомі публіцисти та письменники, актори, режисери, сценаристи – всі, хто міг розповісти щось нове про кіно або висловити цікаву думку. Часто до роботи долучалися художники, що дарували виданню яскравий вигляд і чудові ілюстрації. Також, на сторінках нерідко можна було зустріти твори відомих творців слова.

Журнал «Кіно», як і його львівський побратим створені для того, щоб різноманітними креативними способами висвітлювати становлення та розвиток українського кінематографу. Перший розділ називається «Кінопромисловість і кіновиробництво в Україні» та несе в собі загальну інформацію про стан речей в індустрії: головні події, дані про студії та економічну сторону теми. Відповідно, другий розділ розширює область розповіді до кіновиробництва а території всього СРСР, а третій уже переключається за кордон. Ці два розділи є менш інформативними та деталізованими, тому що фокус, все ж, робився на кінематографії саме України. Наступними були такі розділи: «Кінотехніка» (інформація про фото і кінотехніку), «Міжнародні відносини» (розповідав про становище національного продукту на світовому ринку), «Кадри» (дані про

систему навчання в сфері кіно та підготовку кадрів для роботи). Восьмий розділ віщав про праці українських та закордонних знавців і теоретиків кіно.

Також, варто ще раз звернути увагу на ілюстрації, які відігравали важливу роль для часопису. Вони навіть, інколи, виділялися в окремий розділ, щоб їх можна було вільно оглядати. Обкладинки, без сумніву, були чудовими з боку дизайну. Мінімалізм і відсутність нагромодження елементів створюють привабливе та приємне «обличчя журналу» (див. рис. 1.3.).



Рис. 1.3. Обкладинка журналу "Кіно", приурочена до виходу фільму О. Довженка "Земля"

Журнал також виконував важливу функцію реклами та просування кінофільмів у маси. До його створення було залучено відомих і талановитих

людей, головні літературні й художні сили країни. «До постійного складу журналу входили: О. Довженко, Ф. Красицький, М. Івасюк, М. Глухов, В. Дев'ятнін, Ю. Кривдін, Г. Пустовійт та ін. Багато з цих людей, ілюструючи журнал, малювали й чудові кіноплакати. Часопис був тим місцем, в якому проходили апробацію малюнки до кіноплакатів, що рекламували продукцію ВУФКУ. У 1925-1926 роках журнал публікував створені малюнки на яскравих кольорових «вклейках», а у 1927-1928 роках – на його сторінках і обкладинках. Неодноразово в цей період журнал піднімав питання щодо поліпшення якості реклами, зокрема кіноплаката» [5, с. 24].

У підсумку, після короткого аналізу видання «Кіно» (Харків), складається дуже позитивне враження про початковий період його діяльності, ще не заангажований дурними та непотрібними для кіно ідеологіями. Тодішній зовнішній і внутрішній вигляд журналу є чудовим прикладом для наслідування, навіть зараз. Багато різноманітних рубрик, творчий і відповідальний підхід до створення письмового і образотворчого контенту, професійно написаний та аргументований текст – все це разом створювало взірцевий часопис, присвячений кіно. Все ж, не дуже справедливо судити по одному лише прикладу, тому розглянемо наступний журнал, із такою ж назвою, але створений на заході України, де люди та їх цінності значно відрізняються від решти.

«Кіно» (Львів) – часопис, присвячений кіномистецтву, що випускався в період 1930-1936 років [7, с. 161]. Цей двотижневик, як і харківський висвітлював різні сторони виробництва та розповсюдження кіно. Важливою його особливістю була публікація виключно українською мовою, що на той час робило видання єдиним у своєму роді на території Галичини. Основною місією часопису була подача кваліфікованими людьми цікавої та важливої інформації, намагаючись у той же час перевершити та замінити для людей існуючі польські видання.

Спостерігаючи за процесом кіновиробництва в країні, керівництво журналу бажало через свій проєкт донести до українців те, що варто

зосередитися виключно на виробництві українських фільмів на українській тематики, прославляючи націю та демонструючи її велич і красу. Заохочували вони частіше виключно галичан, що, в принципі, має сенс, зважаючи на геопозицію та область розповсюдження часопису (див. рис. 1.4.).



Рис. 1.4. "Кіно" - журнал кіново-фільмової індустрії.
Видання датоване 15 вересня 1930 року

У своєму розпорядженні журнал мав значний арсенал у вигляді праць відомих на той час діячів культури: А. Курдидика, С. Куликівни та О. Барана. Вони, власне, створювали матеріали, що були націлені на мотивацію жителів західних земель до створення кінопроектів. Автори наголошували на потребі розпочинати виробництво з культурфільмів, в яких би значною мірою підкреслювалася самотність українців як нації, а основними принципами молодих кіноаматорів мали стати «націоналістична конструкція», «клясово національний гарт», «всестороннє знання» [6, с. 122].

Як ми можемо бачити, журнал виглядає не так яскраво, як його харківський колега, але це, насправді, не має значення. Редакція обрала іншу тактику, а саме фокус на відточенні інформації та мотивації аудиторії. У такому разі, відсутність яскравості та цікавих зображень переходить на другий план.

Отже, період від початку ХХ століття та до отримання незалежності Україною, відзначився величезною кількістю визначних подій. Усі вони так чи інакше впливали на становлення та розвиток кіно, як одного з основних видів мистецтва. Фільми, створені в цей період назавжди залишаться в пам'яті людей і не втратять значення культових. Все ж, у силу тодішніх тяжких подій і постійних проблем нашої держави, різноманітністю сюжети стрічок не славилися, але теми, що в них підіймалися були висвітлені чудово. Наступним періодом нашої історії буде отримання незалежності та формування країни. Варто розглянути кіно та журнали цього періоду, щоб зрозуміти, що змінилося та в кінці-кінців, прийти до усвідомлення та виокремлення формули ідеального видання на тему кіно.

1.3. Сучасні журнали про кіно в Україні: особливості, проблематика

У період незалежності, українська індустрія кіно переживала етап розпаду та застою. Вироблялася катастрофічно низька кількість фільмів. Для прикладу, за часи 1990-х років всього було знято 136 фільмів, більша половина яких була російською мовою. 2000-го року цифра впала до неймовірних 4 фільмів за рік. Звісно, що в новоствореній країні не все відразу піде добре, тому що пріоритетом тоді було приведення загальних політичних справ до кінця. Розгляд питання кінематографії було проведено 1998 року, після чого в силу вступив Закон України «Про кінематографію» [15].

Згодом, «рідко, але мітко», починають з'являтися дійсно якісні картини: перший український трилер Любомира Левицького «Штольня», номінант на премію Оскар «Ілюзія страху» Олександра Кірієнка. Можна стверджувати, що справжнє відродження індустрії на території України почалося лише після 2014

року. Фільми починають збирати прийнятну для нашої країни касу, висуватися на всіляких фестивалях і конкурсах у різних куточках світу. Формується певна «спеціалізація» України в фільмах. Більше за все, українці люблять комедії, тому їх виробництво значною мірою перевищує інші жанри. Повну фільмографію періоду незалежної України можна переглянути на ресурсі «Вікіпедія» [20]. Загалом, навіть після так званого «відродження» української кінематографії, фільмів все ще було мало. У кінотеатрах переважають закордонні стрічки (переважно англійські й американські), а на території нашої держави домінують короткометражки (див. рис. 1.5.).



Рис. 1.5. Кількість фільмів українського виробництва в період 2006-2016 років

Сучасний український кінематограф – річ доволі суперечлива. Хтось може годинами вихваляти сюжети наших фільмів, інші з презирством фиркають, розуміючи, що насправді все далеко не так чудово. Подивимося правді в очі,

сучасна українська індустрія кіно – це неймовірно талановитий «підліток», що не має відповідної популярності та визнання лише тому, що ліниється. Потенціал величезний, але реалізація нікуди не годиться. Замість створення дійсно якісних і цікавих повнометражних і багатосерійних проєктів, частіше за все перевагу надають малобюджетному багатосерійному конвеєру. Проблема розподілення бюджету – одна з найсуттєвіших нині. На суму грошей, яка потрібна для створення одного високобюджетного фільму, можна створити десяток малобюджетних неякісних мелодрам для телеканалів. Таким чином, кінематограф просто тупцює на місці, не маючи змоги розвиватися. Ресурси йдуть зовсім не в те русло, це цілком очевидно. Все ж, розподілення коштів є також наслідком іншої проблеми – нестачі цих самих коштів. Саме через нестачу й виникає потреба в раціональному розподіленні, якого, на жаль, досягти не вдається. До речі, не можна не згадати Закон «Про державну підтримку кінематографії», ухвалений 2017 року, який говорить про те, що всі види фільмів можуть отримати державне фінансування. Це значно полегшило його створення. Після цього закону часто почали з'являтися пітчінги та конкурси на кращий сценарій, який в результаті буде профінансований [14].

Після закону про мовні квоти на телебаченні, з'явилася гостра потреба заповняти чимось ефір. І варто розуміти, що людських ресурсів у нас вдосталь, ресурсів кваліфікованих, амбіційних, талановитих. Є попит – є пропозиція, як кажуть. Також, для кращого поширення кіно, варто розширити кінотеатральну систему. Це потрібно для більшого охопту аудиторії. Разом із цим, для збільшення уваги народу до кіно, необхідно добре висвітлювати його на сторінках мистецької преси. Пошуки сучасних кіношних видань дали дуже неочікувані та вкрай невтішні результати. Зараз, добре функціонує лише один часопис, що присвячений виключно кінематографії. Цим самим часописом є аналітичне мистецьке видання «Кіно-Театр», що було засновано в 1995 році студентами НаУКМА під керівництвом уже не один раз згадуваної Лариси

Брюховецької. До редакції журналу входять відомі знавці культури, режисери, драматурги (тому що журнал зачіпає теми й театрального світу) [16].

Частково, інформація про кіно (новини, аналітика, огляди, рецензії) фігурує на сторінках загально-мистецьких видань (наприклад, ART Ukraine, Українська культура) та молодіжних альманахів, яких, до речі, теж дуже мало. В Україні, насправді, існує багато різноманітних журналів: дитячих, історичних, наукових, музичних, літературних, спеціалізованих (для певної сфери діяльності чи професії). Видання «Український театр» і «Театрально-концертний Київ» розповідають про театральне мистецтво. Також, на території країни знаходяться редакції відомих на весь світ глянців та ілюстрованих видань, таких як: «Vogue Ukraine», «National Geographic Ukraine», «Elle Ukraine». Скажімо так: маємо все, окрім високоякісних часописів про кіно. Зрозуміло, що в наш час, потрібну інформацію можна з легкістю знайти на просторах інтернету, де нині виникає безліч видань онлайн із різними стилями та напрямленнями. Але проблему це не вирішує, бо та полягає в недостатці саме друкованих кіножурналів. На прикладі світових гуру індустрії мистецької преси, можна зрозуміти, наскільки важлива роль таких інформаційних ресурсів, тим паче в нашій країні, де кінематографія розвивається з кожним роком.

Преса вже давно довела, що являється по істині потужною системою та впливовим засобом розповсюдження інформації. Якими б розвиненими не стали технології, люди продовжать звертатися до друкованих видань, тому що в цьому є своя неймовірна естетика. Журнали залишаються на плаву за рахунок своєї привабливості та наявності на сторінках унікальної важливої інформації, яка часто є ексклюзивною. Дізнатися її першими можуть тільки ті, хто придбав собі новий примірник журналу. Саме таку стратегію і повинні обрати в Україні, тому що вона дозволить створити нові об'єкти інтересу для громадян, за допомогою яких вони зможуть отримувати нові знання про улюблений усіма жанр кіно. Особливо в наш час, коли Україна намагається створювати якомога більше національних продуктів, даючи іншим зрозуміти, що вона може впоратися з усім

сама, буде дуже логічним та актуальним рішенням розробити спеціалізовані видання про кіно, які в кінцевому результаті не будуть поступатися закордонним.

Для українців принципово важливо мати особистий продукт схожий функціонально з закордонними аналогами. Тому, зважаючи на те, що кількість виключно кіношних часописів катастрофічно низька, абсолютно виграшним є варіант створення провідного журналу, що буде присвячений українському та світовому кінематографу.

Висновки до розділу 1

Отже, окинувши ХХ століття аналітичним поглядом, можна з упевненістю приступати до розробки власного часопису, присвяченого кінематографу. Інформація, отримана під час дослідження історії становлення відомих на весь світ журналів буде безцінним джерелом натхнення та чудовим прикладом для наслідування. Стало відомо, як саме керівництво привело свої видання до визнання та значної довіри зі сторони читачів. Були виокремлені особливості подачі інформації через журнал, що полягають у її унікальності, цікавості та ексклюзивності. Саме цю традицію кіножурнали шанують і нині, являючись надійним і незамінним джерелом унікальної інформації (важливих дат, фінансових питань індустрії, цікавих і скандальних інтерв'ю, аналітики від експертів і тд).

Після огляду провідних американських журналів, фокус був переведений на історію української кінематографії. Увесь період ХХ століття показав, що кіно та журнали в той час виконували доволі важливу місію, будучи людською підтримкою та мотиватором. Національне питання українського народу піднімати не виходило, тому що майже всі фільми того періоду вважалися радянськими. Тільки ближче до отримання незалежності, ми отримали змогу знімати власні фільми. Проте, реалізувати цю можливість вдалося повною мірою лише після 2014 року, коли виробництво кіно на території України значно збільшилося. Дивними та неочікуваними були результати пошуку українських

кіножурналів, яких, як виявилось, неймовірно мало. Саме такий стан мистецької преси породжує проблему нестачі видань про кіно, враховуючи швидкий розвиток кіновиробництва в країні. Плюс до того, невтішна статистика робить актуальною мету дипломної роботи, що полягає в розробці національного часопису «Реймонд», присвяченого кінематографу.

РОЗДІЛ 2

РОЗРОБКА МИСТЕЦЬКОГО ЧАСОПИСУ ПРО СВІТОВИЙ КІНЕМАТОГРАФ «РЕЙМОНД»

2.1. Формування образу журналу: ідея, дизайн, загальні відомості

Нестача журналів про кіно в Україні – це очевидна причина для створення нових видань. Як було згадано вище, кінематограф на території України з кожним роком стає все краще й краще, невпинно розвивається та поширюється за кордон. Попри дуже значну базу засобів масової інформації в інтернеті, необхідним є розробка саме друкованого видання, що буде широко висвітлювати новини, інформприводи й інші питання, які, безпосередньо, стосуються фільмів. Це буде часопис, що відповідатиме всім нормам і особливостям сучасних журналів. Прикладом для наслідування будуть уже згадані неодноразово «THR» і «Variety», що є безсумнівними лідерами серед журналів у світі, тому наш проєкт під назвою «Реймонд» буде продуктом симбіозу витонченого дизайну та чудової текстової наповненості.

Отож, почати можна з самої назви видання. Чому саме «Реймонд»? У 2019 році, світ побачив новий проєкт Гая Річі під назвою «Джентльмени», з Меттью Мак-Конегі, Чарлі Ханнемом та Г'ю Грантом [26]. Комедійний бойовик маестро Річі має неймовірно стильних персонажів, що відразу захоплюють своєю харизмою. Одним із таких героїв є Реймонд Сміт – другорядний персонаж, помічник головного героя, що був втілений на екрані неперевершеним Чарлі Ханнемом. У фільмі, без сумнівів, всі дійові особи – то сучасні Аполлони, але Реймонд виокремлюється значно більше. Цей герой уособлює стиль, елегантність, точність, традиції. Він найяскравіший представник так званої «старої школи», прихильник традицій, гарних манер і рішучих дій. Одна сцена з фільму повною мірою розкриває Реймонда та його характер. Сцена спілкування

з молоддю в квартирі дає нам, глядачам, зрозуміти, що якою б модною та популярною не була сучасна культура, класичний підхід до справи, все ж, перемагає, бо є більш дієвим. Я провів уявну паралель та ототожнив персонажа фільму з журналом, бажаючи надати йому тих самих рис: елегантності, витонченості, стилю та сміливості. Можна сказати, що журнал (як один із видів засобів масової інформації) теж є представником «старої школи», що очевидно, враховуючи популярність інтернету й електронних видань зараз. Саме тому, персонаж Чарлі Ганнема став джерелом натхнення для створення назви та цілого часопису. У результаті, маємо коротку, символічну назву, що легко запам'ятовується та досить пафосно звучить.

Журнал буде присвячений висвітленню питань українського та світового кінематографу. Таким чином охоплення рубрик і тем буде просто колосальним. Місія на майбутнє полягає в тому, щоб перетворити звичайний рядовий часопис про кіно в титана друкованої індустрії, що буде відповідати рівню «THR». Звісно, все це можна втілити в життя лише з часом, коли журнал проіснує певний період, заручиться підтримкою аудиторії та створить міцний рівень довіри до себе. Для досягнення такого вдалого результату, необхідно провести дуже тяжку й об'ємну роботу, врахувавши всі можливі аспекти, проблеми, ризики.

Отож, головна ідея видання полягає в наступних стратегіях:

- 1) Збір і подача унікальної, цікавої, різноманітної інформації про кіно.
- 2) Створення позитивного іміджу журналу, як надійного джерела нової інформації.
- 3) Поступове вибудовування високого рівня довіри зі сторони читачів.
- 4) Унікальний і корисний контент.

Коротше кажучи, ідея полягає в розробці стильного авторитетного видання, яке буде спеціалізуватися на поширенні оригінальної та цікавої інформації про кіно України та світу. Також, слідуючи канонам журналів, новостворений часопис буде виконувати естетичну та «релаксуючу» функцію.

Такий ефект буде створено шляхом подачі тексту в дуже легкій формі. Таким чином, читати буде приємно та необтяжливо. Як не крути, журнали такого типу створені саме для «переглядання» та повторного ознайомлення.

Часопис «Реймонд» буде випускатися один раз на місяць. Такий термін потрібен для того, щоб встигнути зібрати, обробити та подати в пристойному вигляді справді цікаву інформацію. Як відомо, від онлайн-видань і газет журнали відрізняються тим, що можуть більш детально розповісти про певну тему, фокусуючись на дрібницях і всіх потрібних для повної картини деталях. Часто, теми для публікації в журналах готуються справді довго та, в решті-решт, подаються як оригінальний сенсаційний матеріал. Все ж, не варто забувати, що саме журнали нині є одним із найголовніших джерел важливої інсайдерської інформації.

Текст у виданні буде відтворений у особливому стилі. Як сказав відомий режисер Рідлі Скотт: «Найкращий у світі кінозал – це мозок, і ти розумієш це, коли читаєш гарну книгу». Мова в цій цитаті, звісно, йде про візуалізацію, процес побудови в уяві зображення (подій) під час прочитання або прослухування певної інформації. Саме так і буде діяти текст на сторінках часопису, буквально переносючи читача на знімальний майданчик, у будинок якоїсь зірки чи на «червону доріжку» в Каннах. По-перше, він буде подаватися в художньо-публіцистичному стилі, тому що так все буде виглядати дещо цікавіше та жвавіше. По-друге, буде присутній ефект монологу, створюючи враження розмови редакції з читачем. Таким чином, буде налагоджуватися контакт із аудиторією.

Аудиторія журналу варіюється від 16 років і до безкінечності, тому що читати цей часопис можуть абсолютно всі люди, що цікавляться кінематографом, в незалежності від статусу. Єдина перешкода, що може з'явитися на шляху саме підлітків молодше 16 років, це те, що видання буде інколи підіймати дорослі теми, якщо цього потребуватиме тема статті, новини чи рецензії. Обов'язково, будуть присутні рецензії на фільми з рейтингом 18+,

тому що вони часто підіймають дуже важливі теми, які потребують аналізу та поширення, але через свій віковий рейтинг, регулярно відкидаються редакціями та отримують лише загальну інформацію про зібрану касу й оцінки критиків і глядачів. В основному, блогери на просторах відеохостингу «YouTube» мають за собою прерогативу на огляд і детальний аналіз такого роду фільмів, присвячуючи їм багатогодинні відеоролики. Часопис «Реймонд» не буде соромитися публікувати такі огляди й аналітику, якщо редакція вважатиме за потрібне поговорити на такі теми.

Територія поширення – університет і студентська спільнота, а згодом і вся територія України. При відповідальному підході, журнал матиме популярність через свою унікальність, тому швидко отримає бажане поширення.

Питання дизайну та загального стилю доволі складне. Я вважаю, що дизайн обкладинки, як і сторінок повинен кожного разу бути різним. Змінюючи головний колір, розташування елементів, фон, головне зображення (зірка чи сцена з фільму), можливо, шрифти, кожного разу буде створюватися неповторний дизайн. Усі сторінки кожного разу будуть забарвлені по-різному, текст буде розміщений ситуативно. Звісно, на самому початку розробки, необхідно обрати постійний шрифт для назви. Не варто забувати, що журнал матиме легкий і зрозумілий стиль мовлення, тому дизайн сторінок має відповідати цьому пункту. Не має бути якогось нагромодження, великих рамок, великої кількості ілюстрацій на одному аркуші. Акуратність – запорука приємного сприйняття.

Обкладинка буде унікальною кожного разу. На початку історії видання, на ній будуть кадри з нових фільмів, як це часто траплялося з обкладинкою часопису «Кіно», що виходив у 20-30-х роках ХХ століття. Аналогом до цього можуть виступати арт-роботи художників спеціально під замовлення редакції. Для того ж, щоб розмістити на обкладинці зірку, треба мати на це гроші. У випадку новоствореного журналу, всі гроші будуть витрачатися на його розробку, тому чудові фотосети знаменитостей зачекають свого часу. Згодом,

обкладинка буде схожа на традиційну для такого типу журналів обкладинку. От тільки фотосесії зірок треба буде робити дещо креативнішими, можливо, навіть зовсім незвичайними, щоб точно привернути увагу потенційного покупця. Отож, головне фото, назва видання, ключові статті будуть розміщені зручним способом, орієнтуючись на ключовий об'єкт уваги, яким майже завжди буде певна зірка. Не буде зайвим і запрошення молодих дизайнерів, художників для оформлення видання, що інколи буде ставати місцем їх творчої реалізації, їх полотном.

Виразність графічного оформлення журналу «Реймонд» має досягатися шляхами креативного використання працюючих разом структур: просторової, предметної, кольорової. Незвичні варіанти використання таких структур працюють на значне збагачення візуального змісту графічного оформлення. Колір, до речі, повинен мати символічне значення (там, де це доречно) та використовуватися дуже точно.

2.2. Створення контенту та його особливості

Контент – наріжний камінь усього часопису. Те, яким саме буде контент, я думав задовго до створення назви, формування ідеї та приблизного уявлення потенційного дизайну. Прекрасний зовнішній вигляд, що приваблює покупця, безсумнівно, важливий елемент проєкту, але внутрішня його частина має найбільший пріоритет. Наповнення журналу дійсно унікальною інформацією буде спонукати людей звертатися до видання знову й знову, а разом із гарним оформленням це створить неймовірно привабливу атмосферу журналу.

Отож, на сторінках часопису «Реймонд» читач зможе знайти найцікавіші новини зі світу кіно. Тільки важливі новини, які дійсно варті того, щоб про них дізналися всі. Насправді, варто додати до них невелику аналітику, щоб це не виглядало як звичайний перелік подій. За короткими фактами люди, зазвичай, звертаються до соціальних мереж та онлайн-видань, тому що там інформація

подається значно оперативніше. На сторінках журналу новина перетворюється в надзвичайно важливу подію з можливими прогнозами майбутнього стану справ. Не забуваємо, що весь текст подається в легкому розмовному стилі, щоб кожен зміг зрозуміти всі тонкощі. Наступним жанром будуть рецензії, що писатимуться на кожен новий фільм ще до прем'єри та інколи після. Текст, опублікований до офіційного релізу кінокартини напрямлений на читача, який після ознайомлення вирішить сам для себе, чи піде він в кіно на цей фільм. Оціночна інформація дуже сильно впливає на людей і являється невід'ємним елементом висвітлення кінематографу в друкованих виданнях. Якщо людина читає рецензію на стрічку, яку редакція визнала повною шляпою, то стає відразу зрозуміло, що гроші на таке витратити не варто. При написанні рецензій буде використана вся база знань авторів, максимальна аргументованість викладених думок і максимальна об'єктивність.

Окрім основних жанрів, на сторінках будуть присутні фінансові звіти кіностудій, інформація про наступаючі кінофестивалі та конкурси, розбір режисерських прийомів та акторських методик, підбірки фільмів і багато іншого. Однією з місій видання буде занурення читача в світ кіномистецтва. Саме тому ми будемо розповідати про те, як працюють відомі режисери, які їх основні фішки. Як колір та світло впливає на картинку та загальний настрій? Що таке «рушниці Чехова» та як вони працюють? Якими способами актори «вливаються» в свої ролі? Відповіді на всі ці та на багато інших питань люди зможуть знайти на сторінках нашого часопису. Такий контент більше підходить онлайн-виданням, але враховуючи жагу журналів до ексклюзивних матеріалів, можна спробувати діставати цю інформацію на пряму, з вуст акторів та режисерів.

Загалом, така інформація породжує неабияку цікавість у читача та часто змушує багатьох замислитися. Деякі люди починають цікавитися темою кіно та пробувати свої сили в ньому. Про контент, у підсумку, хочеться сказати лише одне – різноманітність. Креативний підхід допоможе зберегти видання від перетворення в нецікавий конвєср із новинами.

Тепер же, варто перейти до рубрик. Рубрики будуть наступні:

- Новини – перелік та аналіз найголовніших подій у світі кіно;
- Рецензії – огляд та оцінка нових кінокартин;
- Бізнес – фінансова сторона індустрії;
- Стиль – огляд нарядів зірок (макіяжу, будинків, аксесуарів);
- Топ – підбірки фільмів, акторів, серіалів на різні теми;
- Можливість – інформація про наступаючі конкурси, пітчінги, гранти, фестивалі;
- Мова кіно – огляд режисерських прийомів, акторської гри;
- «Беклот» - останні сторінки, на яких може бути що завгодно.

Саме так будуть виглядати первинні рубрики в часописі «Реймонд». Скоріш за все, з часом, вони будуть змінюватися, замінятися іншими, але для початку все буде так. Кожна з рубрик буде займати приблизно по 4 сторінки, таким чином загальна кількість сторінок буде близитися до 40.

2.3. Реклама та способи просування видання

Відомо, що реклама – дуже важливий елемент журналів. Оскільки вони призначені для повільно ознайомлення, то й ефект реклами діє так само. Вартість та якість реклами – дуже висока. І хоча наш часопис не є «глянцем», реклама на його сторінках буде виконана по всім канонам: якісна, приваблива, екстравагантна, помітна. Звичайно, що реклама рівня «глянців» прийде зовсім не скоро, тому варто робити все можливе, щоб цього рівня досягти. Все ж, реклама є одним з найкращих способів прибутку, який так потрібен для подальшого розвитку часопису.

Відомо, що журнали живуть доволі довго, інколи навіть роками. Їх зберігають, переглядають, перечитують знову, таким чином, ефект реклами, звісно, теж зберігається. Якщо ж реклама, якісно відтворена, знаходиться біля

важливого матеріалу, то це посилює увагу на неї. Загалом, «фішок» щодо приваблення людей до рекламного товару досить багато та всі вони дієві.

Нині, під дійсно ефективною рекламною компанією розуміють симбіоз вдалого рекламного звернення і правильного вибору засобів подачі інформації. Можна виділити два найбільш ефективних види рекламної справи, які ми пропонуємо використовувати для просування видання «Реймонд», а саме: економічна та комунікативна ефективність.

Під економічною ефективністю рекламної діяльності розуміється прибуток, який у результаті отримує компанія від реклами. Комунікативна ефективність повідомляє нам про гарне інформування аудиторії про розміщений на сторінках журналу рекламний продукт та можливі способи його використання. Сьогодні на ринку друкованих засобів подачі інформації головними дійовими особами є видавець, звичайний читач і рекламодавець, кожен з яких відіграє свою роль у ефективності реклами. Якщо ми візьмемо читача, то важливим є питання того, чи знайде він необхідну для нього інформацію на сторінках видання. Питання про «знаходження» взагалі не вважається проблемою, тому що реклама в журналах майже завжди виглядає доволі об'ємно, займаючи майже всю сторінку.

Рекламодавцю ж, у свою чергу, важливі три наступні фактори:

- обізнаність аудиторії про запропонований продукт;
- формування бажання придбати запропонований продукт;
- перевищення прибутку над витратами на рекламу.

Для видавця найважливішою є саме економічна сторона реклами, тому що видання за рахунок доходу від розміщення рекламних оголошень, обов'язково повинно покрити витрати на його створення. Для ефективного функціонування на ринку періодики, журнал «Реймонд» має заохотити чимало партнерів для активного співробітництва.

Оскільки журнал не являється «глянцем», то виокремлюються певні особливості реклами на його сторінках:

- реклама не націлена на певну групу осіб;
- реклама на сторінках має інформаційний характер;
- кількість реклами обмежена;

На етапі планування рекламної кампанії видання, рекламодавці журналу «Реймонд» мають здійснювати ряд дій, а саме:

- визначають ціль реклами;
- складають бюджет рекламної компанії;
- здійснюють розробку рекламного оголошення;
- вибирають носіїв реклами або знаменитість, яка стане обличчям, що привабить читача;
- здійснюють оцінку ефективності реклами.

Як було згадано вище, розповсюджуватися видання буде спочатку серед студентів. Поступово набираючи популярність, буде можлива розсилка, продаж у кіосках і замовлення в інтернеті. Для більш ефективного рекламного просування, можна створити незвичні «додатки», що будуть продаватися разом із журналом. Це можуть бути стильні ручки, записники, запальнички. Щось, що може собі дозволити часопис на первинній стадії існування. Звичайно, що така дрібна додаткова продукція буде в стилістиці якогось фільму, що точно приверне увагу людей. Значно пізніше, коли «Реймонд» матиме більш-менш відоме ім'я, можна створити декілька видань журналу. Одне буде звичайним, інше, значно дорожче, зможе похвалитися справжнім автографом зірки, що зображена на обкладинці. Зараз, знаменитості для народу – як раніше олімпійські боги для греків. Очевидно, що всі хотіли б мати вдома журнал із автографом умовного Дмитра Нагієва чи Стаса Боклана. Такого роду дійства продають часописи краще, ніж будь-яка інформація всередині.

Враховуючи найголовніше – практичну відсутність конкурентів на ринку кіношних журналів, часопис «Реймонд», безсумнівно, отримає популярність і продажі.

Висновки до розділу 2

Практичний розділ, присвячений розробці мистецького часопису «Реймонд», охопив такі аспекти: дизайн, ідею, загальні особливості журналу, контент і рекламу. Найпростішим і найшвидшим було вигадати назву та вирішити, що контент часопису буде цікавим. Значно складніше – розробити дизайн, тим паче. Що було вирішено. Що кожного разу він буде різним. Художники та інші митці разом із редакцією будуть створювати неперевершені обкладинки та оформлення сторінок до тих пір, поки журнал не вийде на новий рівень. Тоді буде реалізована добре знайома формула фотосесій зірок для обкладинки. Не дарма ж обличчя знаменитостей продають не тільки журнали, а й цілі фільми.

Отож, дизайн буде простим, красивим, різноманітним, щоб кожного разу дивувати читача. У взаємодії з легкою подачею тексту, журнал виявиться чимось новим, свіжим на ринку преси. Тим паче, чисті помисли, чітко сформовані ідеї допоможуть створити дійсно надійний ресурс нової ексклюзивної інформації, якому люди будуть довіряти і з нетерпінням чекати на новий примірник.

Проаналізувавши в першому розділі видатних представників цеху, можна сміливо брати з них приклад, наповнюючи власний проєкт журналу тільки позитивними та сильними рішеннями. Візуальна сторона, як і наповнення буде створене з нуля, але рубрики та підхід до реклами вважаю необхідним перейняти, тому що там вони працюють просто чудово.

Питання, що залишилися не до кінця вирішеними – це шрифти та можливий логотип. Шрифти будуть обиратися, безпосередньо, під час створення першого екземпляру часопису, а логотип варто спробувати створити в

спеціально призначених для цього додатках. Таким чином, назва завжди буде прикрашена незвичним логотипом, який редакції ще належить вигадати. Не є виключенням, що зроблені в розділі висновки щодо дизайну, згодом будуть переглянуті. Все ж, на практиці буде значно краще видно. Одне сказати можна точно, що «Реймонд» буде неперевершеним часописом.

ВИСНОВКИ

Отже, всі завдання, вирішення яких передбачає мета дипломної роботи, вважаю вирішеними. Аспекти висвітлення інформації на сторінках журналів виявлені. Інформація в часописах подається в різних стилях, в залежності від політики редакції. Десь – більш офіційно та стисло, десь – більш вільно. Для власного видання була обрана тактика написання тексту в художньо-публіцистичному стилі, з ефектом монологу, щоб людина під час ознайомлення відчувала неначе спілкується з цікавою обізнаною людиною. Оскільки журнали виходять не так часто, як газети чи публікації в онлайн-виданнях, то це дає змогу більш детально розкрити тему, заглибившись в історію. Така довга підготовка до друку передбачає тривалий і перебірливий пошук інформації, що в результаті робить наповнення часопису доволі ексклюзивним. Оскільки журнал використовується людьми довго, часто передаючись із рук у руки, інформація всередині має залишатися актуальною та цікавою. Також, варто пам'ятати, що журнал частіше за все буває джерелом унікальної нової інформації. Саме такої стратегії варто дотримуватися під час створення власного видання. Суцільним копіюванням займатися точно не потрібно, бо якщо планується перетворити часопис у рівний світовим аналогам, то обов'язково треба мати свій стиль щодо всіх елементів (тексту, дизайну, обкладинки).

У ході дослідження, стало зрозуміло, як саме керівництво відомих друкованих видань привело свої творіння до визнання та значної довіри зі сторони читачів. Саме факт довіри кіножурнали шанують і нині найбільше, являючись надійним і незамінним джерелом унікальної інформації (важливих дат, фінансових питань індустрії, цікавих і скандальних інтерв'ю, аналітики від експертів і тд). Це мотивує їх продовжувати діяльність.

Після дослідження всесвітньовідомих видань «THR» і «Variety», за допомогою яких і були виокремлені ці самі особливості подачі інформації, фокус був переключений на історію України. Складний і тернистий шлях українського народу не завадив йому породити справжніх легенд кінематографу, які створювали свої фільми для людей, намагаючись допомогти їм пережити складний період, мотивуючи їх, піднімаючи національний дух. Українське кіно не вважалося таким аж до отримання нами незалежності (воно, майже завжди, вважалося радянським), але ми все одно пам'ятаємо справжніх майстрів, справжніх українців, що підняли рівень нашого кіномистецтва до світового. Зрозуміло, що коли існує кіно, повинна існувати й преса, що висвітлює всі питання, пов'язані з кінематографією. За все ХХ століття було чимало газет, що піднімали тему кіно, але потрібних нам журналів було, насправді, не так уже й багато. Був проаналізований часопис «Кіно», що видавався в Харкові та Києві, а також його тезка, що публікувався на Галичині. Обидва вони були націлені на просування ідеї створення національного кіно, що розповідало б про українців і їх сюжети. У підсумку, можна стверджувати, що виникнення кіно в тодішній Україні – то подія обов'язкова та вирішена. Нація, громадянин якої являється фактичним винахідником кінескопа не може не займатися кінематографом. Отже, кіно для нашої держави – явище звичне та, можна сказати, традиційне.

Сучасний кінематограф України значною мірою відрізняється від минулого. Розподілення бюджету неправильне, продукція низької якості. Можна сказати, що тільки після 2014 року почалося так зване «відродження» українського кіно, коли наші фільми почали завойовувати нагороди за кордоном, даючи всім знак про силу нашого кінематографа. Сформувалася певна спеціалізація країни в створенні кіно. Виявилось, найбільше українці люблять комедії, тому саме вони переважають на ринку. Популярність і затребуваність кіно в Україні висока, але кіно закордонного, на жаль. Якщо враховувати той факт, що в 2016 році було створено лише 30 фільмів, стає зрозумілим, що сторонні засоби, пов'язані з кіно розвинені мало. Цей факт

стосується друкованих засобів, присвячених кіноіндустрії. Був виявлений лише один функціонуючий журнал «Кіно-Театр», що публікується колегією «Могилянки». Один тільки цей факт стає дуже вагомим приводом для створення власного проєкту журналу про кіно. У новоствореного часопису просто не буде конкуренції, тому він зможе спокійно розвиватися без потреби в боротьбі між виданнями за аудиторію.

Переваги подачі інформації через журнал полягають у вже вищеназваних особливостях. Симбіоз цікавого наповнення з чудовою візуальною складовою будує, у результаті, дещо справді заворожуюче. Створюється приємний для ознайомлення матеріальний ресурс. Недоліки, в основному, залишаються лише в щомісячній публікації, коли деякі новини можуть втратити актуальність. Тому з підбором новин треба бути вкрай обережним. Також, звісно, журнал не гумовий, стільки контенту, скільки на сайті в нього не вмістиш, але цей мінус плавно перетікає в плюс, тому що для журналу обирається лише сама цікава, ексклюзивна, оригінальна та корисна інформація.

Загалом, були виокремлені всі аспекти, що варто враховувати для створення власного часопису. Розробка мистецького часопису, присвяченого світовому кінематографу «Реймонд» пройшла успішно.

Якщо мова йде про перспективи подальших досліджень у галузі мистецьких друкованих засобів масової інформації, то шляхів безліч. Існує чимало сфер діяльності, в яких журнали не дуже розповсюджені. Справедливості заради, Україна все ще розвивається в усіх напрямках, тому логічним і прийнятним є створення подібних часописів, але вже на інші теми. Дослідження, яке передуватиме розробці, допоможе зрозуміти певну сферу діяльності краще, виокремити потрібну інформацію та в результаті створити продукт, що допоможе нашій державі та звичайному народу.

У підсумку, хочеться сказати, що про таку річ, як кіно необхідно говорити. Це один із найскладніших видів мистецтва та в той же час один із наймогутніших. Кінематограф спроможний на справжню магію, на зцілення, на

натхнення, на вчення. Про кіно треба говорити та залучати до цього якомога більше людей. Саме тому журнал, створений людиною, яка по-справжньому любить кіно – буде панацеєю від всіх незгод для народу рідної країни. Ця дипломна робота може стати поштовхом для інших людей на створення чогось дійсно прекрасного, що подарує людям приємне проведення часу, поєднане з отриманням безцінної важливої інформації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Брюховецька Л. Приховані фільми : Українське кіно 1990-х. Київ : АртЕк, 2003. 388 с.
2. Історія українського кіно 1896 – 1930 : факти і документи. Т.1. Харків : Дім Реклами, 2018. 680 с.
3. Ковалів Ю. Літературознавча енциклопедія. Київ : ВЦ Академія, 2007. 1232 с.
4. Пількевич Л. Кінолітопис : Анотований каталог кіножурналів, документальних фільмів і кіно- і телесюжетів / Л. Пількевич, Н. Слончак, Н. Топішко, О. Селіфонов. Київ : Державний комітет архівів України. Центральний державний кінофотофоноархів України ім. Г. Пшеничного, 2003. 624 с.
5. Попова Л., Павлов В. Українське радянське мистецтво 20-30-х. років. Київ : Мистецтво, 1966. 191 с.
6. Середа О. Українська «фільмова думка» у «кіновій» пресі міжвоєнної Галичини // Збірник праць. Львів : Науково-дослідний центр періодики, 2008. 132 с.
7. Українські часописи Львова 1848-1939 рр. // Історико-бібліографічне дослідження. Т. 3. Кн. 2. Львів, 2003. 744 с.
8. Шимон О. Хто ж був першим? // Сторінки з історії кіно на Україні. Київ, 1964. 62 с.
9. Bernardi J. Writing in Light : The Silent Scenario and the Japanese Pure Film Movement. Detroit : Wayne State University Press, 2001. 345 p.
10. *The Hollywood Reporter* // Magazine. LA, 2019. № 31. 102 p.

Електронні ресурси

11. Брюховецька Л. Кіно як явище національне // md-eksperiment.org, 2015. 388 с.
URL: <https://elib.nlu.org.ua/view.html?&id=2777> (дата звернення: 02.04.2021).
12. Казакова Н. «Кіно» (1925-1933) : систематичний покажчик змісту журналу. Київ : НПБУ, 2011. 255 с.
URL: http://web.archive.org/web/20200121203135/https://nlu.org.ua/resourses/nashi_vydannya/b-kino.pdf (дата звернення: 13.04.2021).
13. Вакульчук О. Київські газети 1941-1991 років у фондах Національної бібліотеки України ім. В. Вернадського : каталог / НАН України, [уклад. : О. Вакульчук, О. Залізнюк, І. Швець ; редкол. : О. Онищенко (голова) та ін. ; ред. бібліогр. : Л. Білименко, С. Трамкова]. Київ : НБУВ, 2017. 570 с.
URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/everlib/item/er-0003159> (дата звернення: 13.04.2021).
14. Про державну підтримку кінематографії. Верховна Рада України, 2017.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1977-19#Text> (дата звернення: 15.04.2021).
15. Про кінематографію. Верховна Рада України. Зі змінами від 12. 12. 2012.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/9/98-вр#Text> (дата звернення: 15.04.2021).
16. Про журнал // Кіно-Театр. Київ, 2021.
URL: <https://ktm.ukma.edu.ua/index.php/ktm> (дата звернення: 14.04.2021).
17. Росляк Р. Українафільм // Кіно-Театр. Київ, 2001. № 3. 64 с.
URL: <https://elib.nlu.org.ua/view.html?&id=5868> (дата звернення: 09.04.2021).
18. Тарасова Д. «Земля» Довженка. Фільм, що змусив світ говорити про українське кіно // espresso. tv. Київ, 2015.
URL: https://espreso.tv/article/2015/04/08/quotzemlyaquot_dovzhenka_film__scho_zmusyv_svit_hovoryty_pro_ukrayinske_kino (дата звернення: 08.04.2021).
19. Український кінематограф // Wikipedia. 2021.
URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Український_кінематограф#cite_note-7 (дата звернення: 15.04.2021).

20. Фільмографія українського кінематографу доби Незалежності // Український кінематограф доби Незалежності, 2021.

URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Український_кінематограф_доби_Незалежності#Фільмографія_українського_повнометражного_ігрового_кіно_1990-2010-х_років (дата звернення: 14.04.2021).

21. About us // THR Russia. Moscow, 2021.

URL: <http://thr.ru/about/> (дата звернення: 03.04.2021).

22. An exiting honeymoon // *Variety*. New-York, January 19, 1907. 102 p.

URL: <https://archive.org/details/variety05-1907-01/page/n53/mode/2up> (дата звернення: 08.04.2021).

23. Baum G. The Hollywood Reporter, After 65 years. Addresses Role in Blacklist / G. Baum, D. Miller. November 19, 2012.

URL: <https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-features/blacklist-thr-addresses-role-65-391931/> (дата звернення: 10.04.2021).

24. Billy Wilkerson // Online Nevada encyclopedia.

URL: <https://www.onlinenevada.org/articles/billy-wilkerson> (дата звернення: 11.04.2021).

25. How «Variety» Happened // *Variety*. December 30, 1925. 462 p.

URL: https://archive.org/details/variety811925_12/page/n257/mode/1up?view=theatr (дата звернення: 11.04.2021).

26. Gentlemen // IMDb, 2019.

URL: <https://www.imdb.com/title/tt8367814/> (дата звернення: 20.04.2021).