

УДК 070:3МІ]:791.22]·"20"

doi.org/10.23939/sjs2023.01.033

Мирослав Максимович

Національний університет

“Львівська політехніка”,

вул. Князя Романа, 1/3, Львів

myroslav.r.maksymovych@lpnu.ua

ORCID: 0000-0001-9870-4513

СПЕЦИФІКА ТА РІЗНОВИДИ КІНОСЮЖЕТІВ У СУЧАСНИХ ЗМІ

© Максимович М., 2023

Указано на те, що кінематограф та його виражальні засоби як вид мистецтва та галузь людської діяльності, що може створювати рухомі зображення, завдяки сучасним технічним пристроям, став невід’ємним атрибутом сучасних засобів масової інформації. Кіносюжети стали важливою візуальною складовою медійного продукту нашого сьогодення. Їхня затребуваність вимагає не лише збільшення кількісних показників у процесі виробництва, а й нових підходів до поліпшення якості такої продукції, адже від її популярності серед глядацької аудиторії напряму залежить кількість фінансової винагороди від рекламодавців та рейтингові показники телеканалів.

Здійснено короткий огляд джерельної бази з проблематики дослідження. Розглянуто основні визначення й характерні особливості кіносюжетів як одного з важливих елементів сучасної візуальної журналістики. Закцентовано увагу на різновидах кіносюжетів у сучасних засобах масової інформації. Здійснено класифікацію кіносюжетів за різними характеристиками.

Проаналізовано специфічні риси кіносюжетів та базові елементи їхнього створення. Вказано на те, що однією з особливостей створення якісного кіносюжету є вміння правильно і грамотно створити його сценарій. Наведено погляди теоретиків та практиків сучасної телевізійної журналістики на технологію створення кіносюжетів відповідно до правил драматургії та сценічної майстерності.

У висновках наголошено на професійних аспектах підготовки журналістів, які хочуть спеціалізуватися на виготовленні кіносюжетів для сучасних засобів масової інформації.

Ключові слова: кінематограф, кіносюжет, сценарій, сучасні засоби масової інформації, телебачення, драматургія, аудиторія, цікавість, увага, епізод, професійна практика.

Постановка проблеми. Актуальність публікації полягає в тому, що в умовах зростання конкуренції на ринку сучасних електронних засобів масової інформації (телебачення, Інтернет-видання, соціальні мережі) за прихильність аудиторії значний вплив має правильна розробка сценаріїв для кіносюжетів чи будь-якої відеопродукції. Попри спроби періодичних видань та редакцій радіостанцій утримати увагу аудиторії створенням нових і цікавих медіапродуктів, сучасні електронні засоби масової інформації (насамперед телебачення) не втрачають лідерських позицій у боротьбі за глядацьку аудиторію, залишаючись одним із найпопулярніших та найдоступніших джерел отримання інформації. Завдяки своїм технічним можливостям візуальні (дають можливість бачити та сприймати інформацію у вигляді рухомих кадрів) електронні видання забезпечують так званий

“ефект присутності” – відчуття реципієнтом начебто своєї причетності до того, що відбувається на екрані телевізора, моніторі чи дисплеї і можливості співпереживати. Інакше кажучи, “події на екрані відображаються в неповторний момент самої дії” [16, с. 9].

Для того, щоб таке зображення вийшло якісним і переконливим, важлива не тільки робота оператора, який знімає кінопродукт, чи режисера, який вказує що і як знімати, а й журналіста-сценариста, який вибудовує попередній план зйомок. Раніше відповідні теоретичні навички мали випускники спеціальностей, пов’язаних із створенням кінематографічного продукту. Але сучасні реалії диктують такі умови, що нинішні засоби масової інформації стають дедалі універсальнішими, нівелюючи поділ на друковані та електронні медіа, відтак навіть періодичні видання створюють свої електронні версії в мережі Інтернет, а одним із ключових елементів наповнення таких сторінок є відеоінформація. Тим не менше, створення кіно- чи відеосюжетів потребує не лише постійної практики й удосконалення знімального процесу, але й певного теоретичного багажу створення сценаріїв та знань законів драматургії і сценічної майстерності. Відтак такі теоретичні навички повинні стати важливим елементом підготовки сучасних журналістів. Знання специфіки та різновидів кіносюжетів допоможе майбутнім журналістам уникати помилок та провалів у своїй професії.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Специфіка кіносюжетів та базові елементи їхнього написання та реалізації ставали предметом наукових розвідок таких дослідників, як: М. Вайно [2], В. Григоренко та А. Божко [3], З. Дмитровський [5], О. Лебедев та О. Прядко [7], Г. Курінна [9], О. Холод [16], А. Яковець [17]. На практичних аспектах цього базового для створення відео- та кінопродукції елемента акцентували увагу К. Грубич [4], А. Кокотюха [8], В. Рикова [13], Н. Нагорна [14].

Мета публікації полягає у тому, щоб:

- визначити специфіку та охарактеризувати різновиди кіносюжетів у сучасних засобах масової інформації;
- зацентувати увагу над особливостями створення сценаріїв для кіносюжетів;
- на основі теоретичних узагальнень дати поради та рекомендації журналістам-практикам, які працюватимуть над створенням кіносюжетів для сучасних засобів масової інформації.

Основна частина. Попри те, що вивчення сюжетів різноманітних творів давно є в основі сучасного літературознавства, єдиного й універсального визначення цього терміна нема й донині. Тим не менше, серед науковців утвердилася думка, що сюжетом слід вважати форму розкриття змісту твору через конфлікт та взаємовідносини персонажів. Іноді під терміном “сюжет” розуміють динаміку думок і почуттів.

На думку дослідниці Н. Ференц, авторки підручника “Основи літературознавства” [15], сюжети бувають цікавими і розважальними, хронікальними і концентричними, внутрішніми і зовнішніми, традиційними і мандрівними.

Цікаві сюжети – це ті, які досліджують життя, відкриваючи у ньому речі та істини, приховані від людського ока.

Розважальним сюжетам притаманні жанри пригодницько-детективного типу, їм властиві несподівані й випадкові події з ефектними перипетіями.

Хронікальні сюжети – це ті, в яких між подіями спостерігаються часові зв’язки (подія Б відбувається після події А).

Концентричні сюжети мають яскраво виражені причинно-наслідкові зв’язки між подіями.

Зовнішні сюжети намагаються розкрити характери героїв через події, вчинки, явища.

Внутрішні сюжети вибудовуються на колізіях, увага сконцентрована не стільки на поведінці героїв, скільки на їхній психіці та душевних переживаннях.

Традиційні сюжети відтворюють досвід людства, нагромаджений упродовж багатьох століть.

Мандрівні сюжети відображають переміщення героїв у просторі та часі.

Практично, майже всі ці сюжети можна побачити в сучасних засобах масової інформації. Але якщо провести більш ґрунтовний аналіз, то можемо стверджувати, що телебаченню та іншим електронним медіа притаманні такі сюжетно-жанрові різновиди:

1. Документальні та біографічні фільми.
2. Ігрове кіно.
3. Серіали та багатосерійні фільми.
4. Інформаційні програми.
5. Аналітичні програми.
6. Спортивні програми.
7. Музичні програми.
8. Дитячі програми.
9. Розважально-ігрові програми.
10. Ток-шоу.
11. Рекламні ролики.

Також сюжети на телебаченні чи в інших електронних ЗМІ, залежно від специфіки тієї чи іншої програми, можуть бути:

– *подієвими* – як правило, це звіт у формі репортажу про певну подію, який відтворює об’єктивну “хронічку” певної події і вибудований композиційно як драматургія цієї події;

– *інформаційними* – їхнє завдання максимально об’єктивно й повно поінформувати громадськість про певні явища. На відміну від подієвого, інформаційний сюжет знімається і монтується більш ретельно та скрупульозно, оскільки його завдання – не просто повідомити факт, а ознайомити аудиторію з усіма можливими наслідками;

– *нарисовими (історичними, літописними)* – авторська думка в таких сюжетах виходить за межі певної події чи явища. Тут присутня певна драматургія, яка спонукає глядача до узагальнень та рефлексій. Нарисовий сюжет може розкривати характер чи стиль життя певної особистості. При його монтажі використовують документальні кадри, фотографії чи інші предмети візуалізації;

– *критичними*, де в сатиричній чи гнівній подачі інформації викриваються недоліки доволі лишнього життя чи негідна поведінка певного персонажа.

– *агітаційними* – використовуються не тільки для передвиборчих кампаній, а й із метою пропаганди певних цінностей: здорового способу життя, відмову від паління та вживання спиртних напоїв тощо.

Журналістка програми ТСН на каналі “1+1” Н. Нагорна наголошує, що “телевізійні сюжети мають бути максимально простими, доступними – розрахованими на звичайну людину” [14]. Вона ж наводить власну класифікацію сюжетів у сучасних телевізійних програмах:

- пряме включення;
- стріми;
- американський стендап (журналіст в кадрі);
- начитка з синхронном (за наявності короткої новини);
- студія (термінові повідомлення);
- журналістське розслідування;
- спецрепортаж.

Однак, як слушно зауважує дослідниця Г. Курінна, “будь-який фільм чи телепрограма складається не з кадрів, а з епізодів. Взаємне розташування окремих епізодів визначається драматургією твору” [9, с. 76]. У цьому контексті необхідно наголосити, що практично кожна телевізійна програма, фільм чи відеоролик вибудовуються на засадах драматургії, які розробив ще Арістотель. У своїй фундаментальній праці “Поетика” [1] він виокремлював такі етапи будь-якого твору: експозиція – зав’язка – розвиток дії в перипетіях і поворотних точках – кульмінація – розв’язка – фінал.

Наголосимо, що згідно із цією схемою (послідовності етапів) в експозиції важливо пояснити глядачам основу драматургічного матеріалу, познайомити їх із персонажами та умовами, в яких вони живуть. Із зав'язки розпочинається сценічна дія. Розвиток дії – це найбільший за обсягом фрагмент сюжету, що містить у собі повну послідовність різних подій (залежно від хронометражу), які відображають драматургічний конфлікт сценарію. Кульмінація відображає найбільше напруження всіх моральних і фізичних сил, а також зіткнення з конфліктом. Розв'язка передбачає розв'язання (вирішення) всіх сюжетних проблем.

Не виникає сумнівів у тому, що будь-який сюжет матиме сенс при умові його смислового наповнення. Відтак погоджуємося з думкою українського телевізійного журналіста й науковця К. Грубича, що “одну й ту саму подію можна викласти у короткому хвилинному сюжеті в новинах і у годинній програмі про цю подію з аналітикою, свідченнями очевидців, додатковими відеоматеріалами. Але в обох випадках рух до кульмінації, як до кореневого явища телевізійного твору, не є випадковим ланцюгом подій. Це чітко спланована й сконструйована побудова” [4, с. 53].

К. Грубич виокремлює такі типи поєпізодної побудови телевізійних програм, фільмів та кіносюжетів:

“Ланцюг”. Тут кінцівка кожного попереднього епізоду стає початком наступного. Відтак спостерігається драматургічна гнучкість і маємо причинно-наслідковий зв'язок між епізодами.

“Мозаїка”. Своєю схемою передбачає драматургічно незалежні і зовнішньо не пов'язані між собою фрагментарні епізоди, які у підсумку створюють загальну картину розповіді чи події.

“Піраміда”. Передбачає схему, в якій кожен наступний епізод є збільшеною і ґрунтовнішою розробкою одного зі смислових елементів попереднього епізоду. Так здійснюється спроба добратися до суті проблеми, явища чи події.

“Перехрестя”. Використовує схему, в якій драматургічно завершені й не пов'язані між собою епізоди є наслідками однієї і тієї ж причини, або причини можуть бути й різними, але призводять до однакового результату.

Попри ці технічні моменти, як слушно зауважують науковці В. Григоренко та А. Божко, “для створення “гарної картинки” та “гарячої” новини сучасним журналістам необхідно прикласти неабияких зусиль, проявити фантазію та творчі здібності” [3, с. 64]. Втрата цікавості у глядацької аудиторії незворотно викликає небажану для творців телевізійного чи кіно продукту реакцію – перемикання каналу чи пошук іншого джерела інформації, що є справжнім фіаско для творців кіносюжету чи програми, які припинили дивитися. Тому, наголошує К. Грубич, “надзавданням сценариста залишається зробити так, щоб аудиторії було цікаво. Цікавість можна досягти різними способами, визначальним тут є викликати емоцію і довіру споживачів телевізійної продукції” [4, с. 53].

Безумовно, такої цікавості важко досягнути без хорошого кіносценарію. І саме на етапі його написання часто стопориться успіх майбутнього проекту. Письменник А. Кокотюха, ознайомившись із сотнями кіносценаріїв, поданих на розгляд журі різних літературних конкурсів, висловив припущення, що “люди елементарно не знають, як виглядає кіносценарій. Чим він відрізняється від театральної п'єси. Яке співвідношення дії та діалогів припускається” [8].

Щоб внести деяке роз'яснення, який саме твір можна назвати кіносценарієм (сценарієм для телебачення), спробуємо скористатися дефініцією дослідниці Г. Курінної, котра дає таке визначення: “Телевізійний сценарій (сценарій для телебачення) – це літературний твір, який створюється за законами драматургії з дотриманням специфіки екранної мови. Важливою складовою є перевага зорових образів над текстовими” [9, с. 16]. Можна стверджувати, що сценарій – це текстовий опис історії, яка буде відтворена у кіно- чи відеопродукції.

Г. Курінна акцентує увагу на тому, що конфлікт має бути обов'язковим елементом структури будь-якого кіносюжету, оскільки саме він відображає зіткнення протилежних ідей та поглядів, загострення суперечностей, яке має форму драматичної боротьби. “Змістом драматичного конфлікту є реальні життєві проблеми. Вони виникають не раптово, а поступово накопичуються, назрівають і стають реальністю” [9, с. 34].

При написанні кіносценаріїв важливо продемонструвати не тільки незвичні обставини, в яких діятиме герой сюжету, а насамперед виписати образ самого героя зрозумілим для будь-якого пересічного глядача. Також необхідно визначитися ще й із цільовою аудиторією, на яку й буде розрахований майбутній кінопродукт.

Джерелами, з яких можна черпати ідеї для кіносценаріїв, можуть стати випадки з повсякденного життя, біографії, розповіді знайомих автора і незнайомих, інформаційні повідомлення тощо.

Висновки. Кінематограф як вид мистецтва та галузь людської діяльності, що передбачає створення рухомих зображень, завдяки технічному прогресу та комп'ютерним технологіям став невід'ємним атрибутом сучасних засобів масової інформації. Використовуючи новітні засоби передачі інформації та візуалізацію подій, явищ та фактів, можна змінювати свідомість аудиторії, пропагувати політичні, культурні, соціальні й духовні цінності. Та, щоб робити це якісно й зацікавити потенційну аудиторію, журналістам необхідно засвоїти основні моменти драматургії, закони й правила написання кіносценаріїв та різновиди й особливості кіносюжетів.

Творцям кінопродукції в сучасних засобах масової інформації необхідно досконало знати не лише матеріально-технічну базу, а й закони драматургії та ази сценічної майстерності. Особливу увагу варто приділяти й написанням кіносценаріїв, без яких неможливо донести авторський задум до режисера, оператора та інших учасників знімального процесу. За умови збалансованості усіх цих елементів вдасться не лише утримати аудиторію біля екранів телевізорів чи моніторів, але й збільшити кількість переглядів в Інтернеті.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арістотель. Поетика / Арістотель. Х. : Фоліо, 2018. 154 с.
2. Вайно М. Сценарна майстерність: написання п'єси; написання кіносценарію : навч. посіб. Книга 1 / М. Вайно. Івано-Франківськ : Місто-НВ, 2015. 232 с.
3. Григоренко В., Божко А. Кінематограф та ЗМІ як основні складові сучасного суспільства / В. Григоренко, А. Божко // Традиційна культура в умовах глобалізації: збереження автентичності та розвиток креативних індустрій : матеріали науково-практичної конференції (22–23 червня 2018 року). Х. : “Друкарня Мадрид”, 2018. С. 62–64.
4. Грубич К. Архітектоніка тексту телевізійного літературного сценарію: від Арістотеля до сучасного репортера / К. Грубич // Мова. Суспільство. Журналістика : Збірник матеріалів і тез XXV (ювілейної) міжнародної науково-практичної конференції з проблем функціонування і розвитку української мови “Мова. Суспільство. Журналістика” (Київ, 5 листопада 2019). К., 2019. С. 51–56.
5. Дмитровський З. Телевізійна журналістика : [навч. посіб.] / Зенон Дмитровський. 2-ге вид. Львів : ПАІС, 2006. 208 с.
6. Житницький А. Драматургія масових театралізованих заходів : навч. посіб. / А. Житницький. Х. : ХДАК, 2004. 128 с.
7. Лебедєв О., Прядко О. Пластичність кінематографічного зображення та її складові / О. Лебедєв, О. Прядко // Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого. 2013. Вип. 13. С. 160–168.
8. Кокотюха А. Як продати сценарій у країні, не заточеній на комерційне кіно / А. Кокотюха. Режим доступу : <https://detector.media/community/article/95017/2014-06-23-yak-prodaty-stsenariy-u-kraini-ne-zatocheniy-na-komertsijne-kino/>.
9. Курінна Г. Сценарна майстерність на телебаченні. Теледраматургія : навч. посіб. / Г. Курінна. Х. : ХДАК, 2013. 189 с.
10. Курінна Г. Концепт конструкції кіносценарію в контексті американської сценарної школи / Г. Курінна // Вісник Харк. держ. акад. дизайну і мистец. : зб. наук. пр. / за ред. В. Я. Даниленка. Х. : ХДАДМ, 2011. Вип. 3. С. 180–183.
11. Максимович М. Базові елементи й особливості підготовки журналіста-оператора / М. Максимович // Вісник нац. ун-ту “Львівська Політехніка”. Серія “Журналістські науки”. 2018. Вип. 896. С. 78–84.
12. Польська Я., Чернявська Л. Роль оператора у втіленні авторського задуму в дискурсі молодіжного ТБ (на прикладі програми “Універ” каналу “Юніверс-ТБ”) / Я. Польська, Л. Чернявська // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2010. Ч. 1. С. 151–156.

13. Рикова В. Як написати сценарій для відеоролика? / В. Рикова. Режим доступу : <https://mavr.ua/ua/kak-napisat-stsenariy-dlya-videorolika/>.
14. Телевізійний сюжет від А до Я: для початківців і не тільки. Режим доступу : <http://knukim.edu.ua/televiziyniy-syuzhet-vid-a-do-ya-dlya-pochatkivtsiv-i-ne-tilki/>.
15. Ференц Н. Основи літературознавства / Н. Ференц. К. : Знання, 2011. 431 с.
16. Холод О. Основи тележурналістики : курс лекц. / [авт. та укл. О. Холод; авт.: З. Дмитровський, Ю. Шаповал. К. : КиМУ, 2012. 121 с.
17. Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія і практика : підручник / А. Яковець. К. : Києво-Могилянська академія, 2007. 240 с.

REFERENCES

1. Aristotel. Poetyka / Aristotel. Kh. : Folio, 2018. 154 s.
2. Vaino M. Stsenarna maisternist: napysannia piesy; napysannia kinostsenariiu : navch. posib. Knyha 1 / M. Vaino. Ivano-Frankivsk : Misto-NV, 2015. 232 s.
3. Hryhorenko V., Bozhko A. Kinematohraf ta ZMI yak osnovni skladovi suchasnoho suspilstva / V. Hryhorenko, A. Bozhko. *Tradyciina kultura v umovakh hlobalizatsii: zberezhenia avtentychnosti ta rozvytok kreatyvnykh industrii* : materialy naukovo-praktychnoi konferentsii (22–23 chervnia 2018 roku). Kh. : “Drukarnia Madryd”, 2018. S. 62–64.
4. Hrubykh K. Arkhitektonika tekstu televiziinoho literaturnoho stsenariiu: vid Aristotelia do suchasnoho reportera / K. Hrubykh. *Mova. Suspilstvo. Zhurnalistyka : Zbirnyk materialiv i tez XXV (iuvileinoi) mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii z problem funktsionuvannia i rozvytku ukrainskoi movy “Mova. Suspilstvo. Zhurnalistyka”*. (Kyiv, 5 lystopada 2019). K., 2019. S. 51–56.
5. Dmytrovskyi Z. Televiziina zhurnalistyka : [navch. posib.] / Zenon Dmytrovskyi. 2-he vyd. Lviv : PAIS, 2006. 208 s.
6. Zhytnytskyi A. Dramaturhiia masovykh teatralizovanykh zakhodiv : navch. posib. / A. Zhytnytskyi. Kh. : KhDAK, 2004. 128 s.
7. Liebidiev O., Priadko O. Plastychnist kinematohrafichnoho zobrazhennia ta yii skladovi / O. Liebidiev, O. Priadko. *Naukovyi visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu teatru, kino i telebachennia imeni I. K. Karpenka-Karoho*, 2013, Vyp. 13, S. 160–168.
8. Kokotiukha A. Yak prodaty stsenarii u kraini, ne zatochenii na komertsiine kino / A. Kokotiukha. Rezhym dostupu : <https://detector.media/community/article/95017/2014-06-23-yak-prodaty-stsenariy-u-kraini-ne-zatocheniyna-komertsiyne-kino/>.
9. Kurinna H. Stsenarna maisternist na telebachenni. Teledramaturhiia : navch. posib. / H. Kurinna. Kh. : KhDAK, 2013. 189 s.
10. Kurinna H. Kontsept konstruksii kinostsenariiu v konteksti amerykanskoï stsenarnoi shkoly / H. Kurinna. *Visnyk Khark. derzh. akad. dyzainu i mystets* : zb. nauk. pr. / za red. V. Ya. Danylenka. Kh. : KhDADM, 2011, Vyp. 3, S. 180–183.
11. Maksymovych M. Bazovi elementy y osoblyvosti pidhotovky zhurnalista-operatora / M. Maksymovych. *Visnyk nats. un-tu “Lvivska Politekhnikha”*. Seriiia “Zhurnalistyky nauky”, 2018, Vyp. 896, S. 78–84.
12. Polska Ya., Cherniavska L. Rol operatora u vtillenni avtorskoho zadumu v dyskursi molodizhnoho TB (na prykladi prohramy “Univer” kanalu “Iunivers-TB”) / Ya. Polska, L. Cherniavska. *Derzhava ta rehiony. Seriiia: Sotsialni komunikatsii*, 2010, Ch. 1, S. 151–156.
13. Rykova V. Yak napysaty stsenarii dlia videorolyka? / V. Rykova. Rezhym dostupu : <https://mavr.ua/ua/kak-napisat-stsenariy-dlya-videorolika/>.
14. Televiziyniy siuzhet vid A do Ya: dlia pochatkivtsiv i ne tilky. Rezhym dostupu : <http://knukim.edu.ua/televiziyniy-syuzhet-vid-a-do-ya-dlya-pochatkivtsiv-i-ne-tilki/>.
15. Ferents N. Osnovy literaturoznavstva / N. Ferents. K. : Znannia, 2011. 431 s.
16. Kholod O. Osnovy telezhurnalistyky : kurs lektsii / [avt. ta ukl. O. Kholod; avt.: Z. Dmytrovskyi, Yu. Shapoval. K. : KyMU, 2012. 121 s.
17. . Yakovets A. V. Televiziina zhurnalistyka: teoriia i praktyka : pidruchnyk / A. Yakovets. K. : Kyievo-Mohylianska akademiia, 2007. 240 s.

Myroslav Maksymovich

SPECIFICS AND VARIETIES OF MOVIE PLOTS IN MODERN MASS-MEDIA

The specifics of visual electronic mass-media and their influence on public opinion formation are considered in the article. Thanks to their technical abilities visual electronic publications ensure so-called “presence effect” – recipient’s feeling of their involvement to what is happening on a TV screen, a monitor or a display and ability to empathize.

The publication states that cinema and its means of expression as art form and human activity branch which can create moving images thanks to modern gadgets. Movie plots became an important visual part of a today media product. Their demand requires not only magnification of quantity indicators in the process of production, but also new approaches to improvement of such products quality, due to the fact that quantity of financial benefits from advertisers and TV channels rating indicators depend on movie plots popularity among the audience.

The publication contains a brief review of research problems source base. The main definitions and characteristic features of movie plots as one of the most important elements of modern visual journalism are considered. Attention is paid to movie plots varieties in modern mass-media. Classification of movie plots according to different characteristics is made.

Movie plots specific features and their production basic elements are analyzed. The article states that another feature of a qualitative movie plot is ability to create its scenario correctly and competently. Views of modern TV journalism theorists and practitioners on movie plots creation according to drama and stagecraft rules are reviewed.

The summary emphasizes on professional aspects of preparation of journalists who would like to specialize in movie plots creation for modern mass-media. Using modern means of information transmission and visualization of events, phenomena and facts, it is possible to change the consciousness of the audience, propagandize political, cultural, social and moral values. But to do these qualitatively and to interest a potential audience journalists need to know the main points of drama, laws and rules of writing movie scripts and varieties and specifics of movie plots.

Key words: cinema, movie plot, scenario, modern mass-media, television, drama, audience, interest, attention, professional practice.