

УДК 808.53

О. А. Щербакова

**Є ІДЕЯ! АВТОРСЬКА РОЗРОБКА З РИТОРИКИ
ГАРМОНІЗУЮЧОГО ДІАЛОГУ ЯК НОВОГО ВИДУ
АУДІОВІЗУАЛЬНОГО ЕЛІТАРНОГО ДИСКУРСУ**

Яке захоплююче завдання — ліквідація протиріч між зображенням і звуком, між світом, який бачимо і чуємо; створенням між ними єдності й гармонійної відповідності.

Сергій Ейзенштейн

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Авторські розробки останніх років знаменуються визріванням ідей створення декількох аудіовізуальних риторикознавчих проєктів, задум яких виник ще у 2002 — 2004 рр. під час роботи на кафедрі телебачення і радіомовлення Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка і які допоки залишаються нереалізованими у медіа-освітніх координатах України. Із-поміж них назвемо аудіовізуальну презентацію навчального курсу «Риторика» для студентів-журналістів, аудіовізуальний посібник з цієї ж дисципліни та «Модель навчальної аудіовізуальної презентації «Центр риторичної культури “Радість Творчості” (Київ)» [1, с. 8]. Затим, під час перебування у докторантурі Інституту журналістики КНУ (кафедра теорії масової комунікації) 2004 — 2007 рр., виник задум ще однієї розробки з риторики гармонізуючого діалогу, яка й стане предметом детальнішого розгляду у цій статті.

Ідея створення згаданих вище тематичних проєктів пов'язана з намаганням авторки слідувати визначеним стратегічним завданням у дисертаційному дослідженні риторичних констант аудіовізуальної журналістики через їхні моделі і практики. Серед цих завдань чільне місце посідає ефективна інтеграція результатів наукового доробку до навчально-виховного процесу професійної підготовки журналістів-ораторів. Також це пов'язано з бажанням авторки застосувати досвід викладання риторикознавчих дисциплін (для студентів-журналістів КНУ [2; 3] і для слухачів Богословсько-педагогічних курсів Всеукраїнського Православного педагогічного товариства [4]) та популяризувати класичні риторичні знання [5, с. 283—288] в аудіовізуальній сфері масових комунікацій у контексті проблеми становлення вітчизняної школи риторичної культури й професійної майстерності публічного медіа-мовця

крізь світло відродження християнських цінностей у системі науки, освіти, культури, виховання та медіа-просвіти [6, с. 220—223].

Аналіз останніх досягнень і публікацій за даною проблемою. Концепція авторської розробки, про яку докладніше йтиметься далі, уже має схвальний відгук від фахівців аудіовізуальних засобів масової комунікації, зокрема від знаного на вітчизняних теренах дослідника електронних мас-медіа Івана Гавриловича Маценка, автора понад двадцяти книг у цій галузі знань [7, с. 67—68]. Також нещодавно вона була презентована в рамках міжнародної науково-практичної конференції «Слово в контексті часу» (Мінськ, 10 березня 2009 р.) [8, с. 453—461], що проходила в Інституті журналістики Білоруського державного університету. *Виділяючи не вирішені раніше частини загальної проблеми*, зауважимо на тому, що йдеться про першу авторську розробку, призначену для аудіовізуальних медіа; тому вона потребує подальшого системного доопрацювання й осмислення, врахування конструктивних зауважень і порад колег-однодумців. Тож йдеться про перший досвід ціннісно зорієнтованої проективної роботи на шляху до утілення авторського задуму, а затим поступового досягнення процесу професійної і творчої аудіовізуальної життєдіяльності. До того ж даний виклад доопрацьовано й підготовлено до друку з урахуванням вимог до наукових статей.

Формулювання цілей і завдань. До розгляду подано авторську проективну розробку з риторики гармонізуючого діалогу як приклад соціокультурних передумов до формування нового виду елітарного дискурсу в аудіовізуальній сфері масової комунікації за умов глобальної трансформації соціального середовища. Здійснимо це з огляду на обґрунтування декількох головних принципів розробки як потенційно можливого тематичного плану, що визначає головний задум (визначальну думку, головну мету майбутнього екранного твору) через певну систему поглядів авторки, розуміння нею певних явищ, процесів і фактів. Важливі чинники у запропонованих принципах — у духовно-моральних, історико-культурологічних та медіа-просвітницьких аспектах з огляду на виховну і просвітницьку функції телебачення, завдяки яким відбувається залучення аудиторії до духовних, етичних, естетичних, моральних, етнічних, ментальних загальнолюдських цінностей у процесі художньої аудіовізуальної діяльності. Зауважимо також на пошуках утілення і можливостях його реалізації на телебаченні, адже саме воно якнайбільше відповідає природі аудіовізуальності — заснованості на одночасному слуховому та зоровому сприйманні. Викладене далі підтверджене опублікованими чи поданими до друку матеріалами авторки за останні декілька років.

Виклад основного матеріалу дослідження. Актуальність проблематики запропонованої до розгляду авторської проективної розробки з риторики гармонізуючого діалогу як нового виду елітарного

дискурсу особливо важлива зараз, виходячи з певних тенденцій поступової відмови від ідеалів риторики конструктивного діалогу за умов різнорідності та почасти несформованості науково-педагогічних шкіл усередині загальної системи. Урахуймо також і неоднозначне ставлення до самого поняття «риторика» та її можливостей як і з боку окремих людей, так і спільноти в цілому — від засобу маніпулювання до мистецтва живого Слова. Непоодинокими й досі залишаються необґрунтовані звинувачення на адресу риторики у негативних наслідках і проявах — «беззмістовної балаканини», «марнослів'я», «теревенів», оминаючи тим самим морально-етичні проблеми відповідальності кожної окремої людини за свої риторичні вчинки.

За творчим задумом авторки, риторика у розробці розглядатиметься як унікальна й універсальна царина гуманітарного знання, як елітарна наука красномовства з її багатогранними можливостями мистецтва живого слова як засобу багатоманітного і різноспрямованого впливу на сучасну комунікативну аудиторію. Вона ж — як мудра вчителька і вихователька уважного й поважного ставлення людини до живого слова — виступатиме ефективним засобом формування в молодій людині цілісної системи особистісних якостей — культури мислення й мовлення, комунікативної культури (поведінки і спілкування) та культури виконавської майстерності. Вона ж — з допомогою аудіовізуальних медіа — сприятиме формуванню нової — елітарної — риторичної особистості [9, с. 259—260].

Ключовим поняттям риторики (як і проекту загалом) є «слово» як центральна категорія у моделі риторичної взаємодії (чи моделі ораторської діяльності, за Аристотелем) серед інших — «оратора» й «аудиторія». «Слово» у проекті розглядатиметься не тільки як найголовніший інструмент професійної і творчої діяльності публічних людей (людей, які діють словом, — *homo verbo agens*), скільки як Слово з її духовною природою та проявами — «Споконвіку було Слово...». Розтлумачуватимуться поняття його «букви» і «духу». Визначатимуться світський і духовний статус слова з огляду на сучасну й давньоруську традицію (культуру й красномовство). Виявлятимуться проблемні питання сили, ваги, величі, краси, вишуканості, магії, ціни слова у сучасній і давній життєдіяльності людини. Виокремлюватимуться питання дослідження риторики та красномовства у текстах Старого й Нового Завіта. Зосереджуватиметься увага на афористичності усного публічного слова та метафоричності мови Священного Писання і Священного Передання. Зрештою, постійно порушуватиметься глобальна проблема відповідальності перед Богом і суспільством кожної людини за вплив її мисленнево-мовленневої «продукції» на свідомість людей, а відтак — за відновлення порядку у світовому медійному просторі загалом. Оскільки, на думку деяких фахівців, парадокс розвитку аудіовізуальної сфери мас-медіа, полягає у тому, що майбутнє усе

настійливіше вимагає від творчих працівників аудіовізуальних засобів масової комунікації, поза пріоритетів ринкових і рейтингових функціональних моделей, не лише професіоналізму, але й збереження фундаментальних — вічних — засадничих цінностей високої риторичної культури, моралі й духовності, до яких щонайперше належить Слово животворяще (творить живе) і благодатне (подає благо).

У проєктивній розробці знайде відображення й одна з головних тез про те, що духовні скарби національної системи науки, освіти, культури, виховання й медіа-просвіти підростаючого покоління захovanі у прадавній риторичній спадщині. Вона, як і давня й новіша, — неоціненне і незбагненне джерело для професійної і творчої життєдіяльності людини, готової до власного вдосконалення себе як елітарної особистості, яка несе у собі величезний інтелектуально-духовний потенціал — здатність вбирати усе краще, що накопичено людством у царині риторичних і аудіовізуальних культурних надбань, осмислювати і трансформувати це, а затим — у визначений час — передавати наступним поколінням як дорогоцінний скарб і життєдайне джерело для подальшого відтворювання риторичної спадщини аудіовізуальними засобами новітніх технологій.

Стосовно творчого задуму та робочої назви авторської розробки. Творчий задум розглядається як найважливіший компонент проєктування аудіовізуальної сфери масової комунікації, який полягає у несподіваному, нестандартному вирішенні певної художньої ідеї, вираженій у конструктивній формі — відборі художніх засобів, з допомогою яких утілюється тема чи ідея телевізійного твору. Задум майбутньої телепередачі (як форми аудіовізуальної комунікації і взаємодії, що представляє собою тематично завершений твір, який проєктується завчасно) це перша, початкова стадія роботи над передачею після визначення її завдання, теми, мети. Він багато в чому визначає сценарний план (сценарій) — єдиний звуко-зоровий образ майбутньої передачі в його основних ідейних, емоційних, ліричних, ритмічних, темпових вимірів; визначає її жанр, форму, склад учасників, місце зйомки, характер монтажу й озвучування та використання різноманітних художніх прийомів.

Міжпредметний підхід до дисертаційного дослідження риторичних засад аудіовізуальної журналістики дозволив виявити нове термінологічне явище у медійній сфері — «риторика гармонізуючого діалогу» [10, с. 32—36; 11], яке й послугувало робочій назві проєкту. Це пов'язано з приверненням уваги до проблем гармонізації риторичного простору мас-медіа та моделювання ідеальної риторичної поведінки мовця-комуніканта за умов аудіовізуальної комунікації. Проблема гармонізації риторичного простору аудіовізуальної сфери масової комунікації не є достатньо вивченою галуззю комунікативних і наративних моделей і практик міжкультурних комунікацій за умов

глобальної трансформації соціального середовища. Здебільше вона проявляється в контексті православної свідомості, для якої проблеми духовно-морального виміру форми і змісту аудіовізуального твору, характеру риторичної взаємодії оратора-християнина з комунікативною аудиторією (зокрема, культури — етики й естетики — живого мовлення у теле- і радіоэфірі) та інших аспектів мають найвагомніше значення. Йтиметься також і про риторичний ідеал, який співвідноситься зі східно-християнським зразком риторичної культури (спільним для слов'янських народів) та інтегративно втілений у духовній практиці богословсько-церковного (чи церковно-богословського) красномовства [12, с. 212—215]. Важливу роль при цьому відіграють такі риторичні категорії, як істина, добро, краса, гармонія, радість, любомудрість, скромність, терпіння, доброзичливість, духовність; характерні для нього й такі ознаки оновленої людини, як честь, гідність, шляхетність, милосердя, відповідальність за думки, слова і справи, віра у Бога та уповання на Нього, надія й любов.

У попередніх статтях авторки [10, с. 32—36; 11] обґрунтовувалося твердження про те, що риторика гармонізуючого діалогу є духовною константою аудіовізуальної журналістики (передусім православних аудіовізуальних медіа), що вона захищає засобами животворячого і благодатного слова від існуючих проявів згубно впливаючої медіа-агресії та маніпулювання свідомості через ЗМК на «розум, волю і душу» аудиторії. Таким чином «риторика гармонізуючого діалогу» приймається за універсальну модель риторичної взаємодії журналіста-християнина з комунікативною аудиторією, яка спроможна вирішувати глобальну проблему відповідальності мовця за якість своєї риторичної культури і здатна подати зразкову модель для наслідування у професійних і творчих шуканнях мовців щодо вдосконалення себе як елітарних особистостей нового покоління. Це розглядалося не тільки у контексті класичних риторичних та еристичних знань, але й у контексті аксіологічних і культуроформуючих констант і домінант у дискурсивних трансформаціях сучасного мас-медійного простору, зокрема щодо розгляду моделей риторичної поведінки мовця як основи не тільки професійно, але й ціннісно зорієнтованої творчої діяльності православного журналіста-оратора і комунікатора.

З огляду на розкриття головних принципів проективної розробки авторки з риторики гармонізуючого діалогу як прикладу соціокультурних передумов до формування нового виду елітарного дискурсу в аудіовізуальній сфері масової комунікації, важливо підкреслити авторитет і цінність друкованих літературознавчих джерел, на базі яких розроблялася дана концепція. Адже йдеться не стільки про тематичний підбір літератури за визначеною проблематикою, скільки про виникнення передумов для створення іншої авторської концепції — «Бібліотеки риторичних знань» [13, с. 374—378; 14, с. 92—94], що

органічно виникла зі спеціалізованого проекту «Бібліотека риторичних знань і старань журналіста-оратора від А до Я» [15; 16, с. 75—77].

Щодо пошуків утілення цієї розробки іншого характеру, то варто зауважити на певних застереженнях. Адже проект майбутньої телепрограми це сукупність документів, що забезпечують необхідне подання про задум створення екранного твору та її комерційної доцільності. Тож попереду оформлення таких його вихідних даних, як: сценарна заявка, режисерська експлікація, запропонований склад творчої групи (автор сценарію, режисер-постановник, оператор-постановник), приблизного кошторису витрат, план реалізації та інші відомості, що дозволяють інвесторові прийняти рішення щодо можливостей фінансування даного проекту. Виходить, допоки йдеться про проєктивну діяльність в аудіовізуальній творчості як діяльність із первісного здійснення художнього задуму в умі, семантичних і поліфонічних можливостей втілення творчої ідеї. Також попереду творча підготовка до зйомок як частини проєктивної діяльності фотографа, оператора, що включає обмірковування плану зйомки, вивчення природи й можливих ситуацій, технічне варіювання оптикою й апаратурою; апробація творчих прийомів зйомки тощо. Ці аспекти не можна полишати поза увагою автора. Висловлюються наміри щодо продуктивної аудіовізуальної творчості як форми діяльності в аудіовізуальній сфері, направленої на створення оригінальної авторського проекту, що зовсім не повторюватиме чий-небудь стильові принципи, манеру виконання чи озвучування, а представлятиме реалізацію авторського бачення, «вмонтованого» у формат певного каналу з огляду на його редакційну політику.

Щодо можливостей реалізації проєктивної розробки, про яку йдеться у викладі, то на думку авторки, найоптимальнішим варіантом для вирішення цього завдання є духовно-просвітницький телеканал «Глас» (раніше — «Глас. Видавництво») як особливе явище у сфері сучасної аудіовізуальної медіа культури з огляду на його вагоме значення в аудіовізуальному православному літописі України і світу [17, с. 421—422; 18; 19, с. 68—72]. Саме він, перебуваючи у процесі пошуків оновлення свого формату й змісту, своїх виражально-зображальних засобів, героїв і глядачів, утілює кращі можливості нових телевізійних технологій та правильне розуміння сучасних завдань, що стоять перед православним медіа співтовариством. [Хоча не виключаються й інші варіанти, скажімо телеканал «Культура», «КРТ (Київська Русь. Телебачення)» тощо.] Обґрунтовуючи концепцію створення телеканалу «Глас. Видавництво» як культурно-освітнього і духовно-просвітницького телеканалу, його засновники та колектив одностайно заявляли на своєму сайті [20] про усвідомлення відповідальності перед Богом, власною совістю, попередніми, нинішніми, прийдешніми поколіннями та про бажання усебічно сприяти духовному, моральному й культурному

відродженню та зрошуванню нашого народу. Позиціонуючи себе як «канал добрих новин і хороших справ», що не переслідує жодних політичних чи економічних інтересів, «Глас» представляв своє телебачення як доброзичливе, співчутливе і не засуджуюче; таке, що дає можливість співвітчизникам дізнаватися про світ, а українцям, які знаходяться поза межами Вітчизни, підтримувати зв'язок з Україною та її культурною спадщиною. На сьогодні «Глас» — телеканал для всієї родини — канал хорошого настрою — такий, що до усіх поглядів і думок ставиться з повагою і терпінням. Тож авторка не випадково зупинила свій вибір власне на цьому телеканалі.

Та й загалом аудіовізуальна православна комунікація як соціокультурний феномен, як вид професійно-творчої діяльності людини, як форма місіонерського служіння й галузь духовного просвітництва (виконуючи свою просвітницьку місію і відгукуючись на євангельський призив «Ідіть, просвітіть усі народи!») — явище достатньо молоде в Україні і світі, мало досліджене, проте, як на наш погляд, перспективне у плані визрівання як культурно- і світоглядноформуючої константи сучасності. Особливо якщо розглядати її крізь призму аксіологічної функції комунікації (пов'язаної з теорією цінностей як філософським ученням про моральні, етичні, культурні, духовні цінності та інші загально визнані принципи, які визначають спрямування людської діяльності, мотивацію людських вчинків) та інших її функцій (місіонерства, духовного просвітництва, культурно-освітньої діяльності, виховання на розумних, добрих, вічних ідеалах), зокрема функцій радіомовлення і телебачення (комунікативної, виховної, естетичної, інтегруючої тощо). Так, скажімо, знаковими подіями у літописі аудіовізуальних православних медіа за останнє десятиріччя відзначена діяльність православних телевізійних каналів «Культура», «Спас», «Союз», «Благовест», «КРТ» («Київська Русь. Телебачення»); проведення міжнародних фестивалів православного кіно «Покров» (Україна), духовного кіно «Трете тисячоліття» (Росія) і православних ЗМІ «Віра і Слово», «Радонеж» (Росія), всеросійських фестивалів-семінарів «Православ'я на телебаченні і радіо», роботи численних радійних і телевізійних студій при єпархіях, телерадіокомпаній, радіоканалів, інтернет-телеканалів, інтернет-журналів, інтернет-серверів, сайтів, порталів, електронних архівів, каталогів, фотогалерей, відкритих енциклопедій, співтовариств, агентств, вищих закладів освіти, інтернет-версій православних видавництв, періодичних видань газет і журналів, а також численних культурно-освітніх і духовно-просвітницьких програм на вітчизняному радіо і телебаченні за час їхнього існування. Відтак, сучасні православні медіа надають широкі можливості застосувати свої професійні знання, уміння й навички мовцеві-християнинові у риториці гармонізуючого діалогу, а дослідникові — широке поле для подальших студіювань.

Допоки не розкриваючи детального контенту авторської розробки, про яку йшлося у попередньому викладі, представимо її узагальнено з допомогою структурних елементів моделі комунікативного процесу та відповідей на декілька важливих питань, а саме:

1. «Хто?» (передає повідомлення) — комунікатор: авторка (і ведуча), яка запропонувала концепцію нову риторикознавчу концепцію, що була схвально прийнята з метою подальшого обговорення й утілення в аудіовізуальній сфері масової комунікації.

2. «Що?» (передається) — зміст повідомлення: регулярні виходи до ефіру (з інтернет-версією) два-три рази на тиждень (із повторами) 10-ти — 12-ти хвилинних телепередач програми «Риторика гармонізуючого діалогу», яка за назвою найбільше відповідає ідеї авторки щодо розкриття багатогранних аспектів теорії, історії і практики духовного красномовства та цілющих властивостей животворящого і благодатного Слова.

3. «Як, яким чином?» (відбувається передавання) — канал комунікації: найоптимальнішим варіантом є духовно-просвітницький телеканал «Глас» (раніше — «Глас. Видавництво») як особливе явище у сфері сучасної медіа культури з огляду на його значення у розвитку аудіовізуального православного літопису України і світу.

4. «Кому?» (направлено повідомлення) — цільова аудиторія: ключові завдання розробки (та її окремих рубрик) зорієнтовані на різну за віком і соціальним статусом аудиторію, а саме: на дітей — «Риторична абетка», на православну молодь — «Школа духовного красномовства», на студентство — «Бібліотека риторичних знань» та на людей середнього і старшого віку (батьків, педагогів і вчителів) — «Риторика любові, добра й милосердя».

5. «З якою метою?» (завдання повідомлення) — мета: задля популяризації класичних риторичних і еристичних знань у ЗМК у контексті проблеми становлення вітчизняної школи риторичної культури й професійної майстерності публічного медіа-мовця крізь світло відродження християнських цінностей у системі науки, освіти, культури, виховання та медіа просвіти.

Висновки дослідження і перспективи подальшого розвитку в даному напрямку. У статті зацентровано увагу на головних принципах авторської проективної розробки з риторики гармонізуючого діалогу як прикладу соціокультурних передумов до формування нового виду елітарного дискурсу в аудіовізуальній сфері масової комунікації за умов глобальної трансформації соціального середовища. Його робоча назва — «Риторика гармонізуючого діалогу», — найбільше відповідає ідеї авторки щодо розкриття багатогранних аспектів теорії, історії і практики духовного красномовства та цілющих властивостей животворящого і благодатного Слова.

Подальша робота у даному напрямку передбачає досягнення різнобічних аспектів аудіовізуальної творчості як виду художньо-технічної діяльності людини, пов'язаної зі створенням естетичних цінностей у творах фото-кіно-відео й телевізійного мистецтва, а також інтернет- і медіа культури, в яких поєднуються документальне й образне начало, візуальна своєрідність і пластика звуко-зорового синтезу; як вищої акмеологічної стадії аудіовізуальної комунікації, в якій органічно поєднуються мистецтво і позахудожні форми діяльності, аудіовізуальна обдарованість і грамотність. А пошуки втілення та потенційні можливості його реалізації на українському телебаченні (насамперед мається на увазі телеканал «Глас»), сподіваюся, з часом подадуть змогу для його співучасників-одномудців (а надалі — й глядачів) досягти одне з найзахоплюючих, за Сергієм Ейзенштейном, завдань — ліквідацію протиріч між зображенням і звуком, між світом, який бачимо і чуємо; створенням між ними єдності й гармонійної відповідності.

Література

1. Щербакова О. А. Модель навчальної аудіовізуальної презентації «Центр риторичної культури “Радість Творчості” (Київ)»: до діалогу щодо упровадження інноваційних технологій у навчанні журналістів незалежної України // Современное информационное общество: журналистика и медиаобразование / О. А. Щербакова. — Алушта, 2006. — С. 8. **2. Риторика** : [навч. програма для студ. Ін-ту журналістики / [укл.: В. П. Олійник, О. А. Щербакові; за ред. О. А. Щербакової]. — К. : Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2002. — 26 с. **3. Щербакова О. А.** Риторика (представлення нової навчальної дисципліни студентам-журналістам) / О. А. Щербакова. — К., 2006. — 86 с. — (Навч.-метод. розробка для студ. VI к. заоч. форми навч. Ін-ту журналістики Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка). **4. Щербакова О. А.** Основи педагогічної риторики / О. А. Щербакова / [авт.-укл. О. А. Щербакова]. — К., 2007. — 32 с. — (Автор. навч. програма для слухачів Богословсько-педагогічних курсів Всеукраїнського Православного педагогічного товариства). **5. Щербакова Олена.** Риторичні знання як базова категорія в аудіовізуальній сфері професійної і творчої діяльності православного журналіста-оратора // Творчі та організаційні особливості функціонування сучасного медійного простору : зб. наук. праць / Нац. ун-т «Києво-Могилянська академія», Галицький ін-т ім. В'ячеслава Чорновола / Олена Щербакова. — Тернопіль — Львів : ЛА «Піраміда», 2008. — С. 283—288. **6. Щербакова Олена.** Становлення наукової школи риторичної культури і публіцистичної майстерності у контексті дискурсу (Львів, 2007) про українську аудіовізуальну журналістику: pro et contra // Пресознавчі студії: історія, теорія, методологія : зб. праць кафедри укр. преси і Дослідницького центру історії західноукраїнської преси / Олена Щербакова. — Львів :

ЛНУ ім. І. Франка, 2007. — (Пам'яті проф. Володимира Здоровеги; вип. 2). — С. 220—223. **7. Щербакова Олена.** Двадцять «телевізійних книг» Івана Машенка / Олена Щербакова // Телерадіокур'єр. — 2008. — № 3 (59). — С. 67—68. **8. Щербакова Олена.** Аудіовізуальний риторикознавчий проект-концепція: творчий задум, пошуки втілення та можливості реалізації // Слова ў кантэксте часу: да 80-годдзя д-ра філал. навук, праф. Аркадзя Іосіфавіча Наркевіча : зб. навук. прац / [пад агул. рэд. В. І. Іўчанкава] / Олена Щербакова. — Мінск: Адукацыя і выхаванне, 2009. — С. 453—461. **9. Щербакова Е. А.** Формирование новой риторической личности в аудиовизуальных православных СМК // Журналистика в 2008 году: общественная повестка дня и коммуникативные практики СМИ : сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. / Е. А. Щербакова. — М. : Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова : МедиаМир, 2009. — С. 259—260. **10. Щербакові О.** Нове термінологічне явище в координатах аудіовізуальної православної журналістики — «риторика гармонізуючого діалогу» // Комунікативно-мовні процеси в сучасному медіапросторі : матеріали XIII міжнар. наук.-практ. конф. з проблем функціонування і розвитку української мови / О. Щербакова / [за ред. В. В. Різуна; упоряд. Д. Данильчук, Ю. Єлісовенко, І. Забіяка, А. Мамалига]. — К. : Ін-т журналістики КНУ ім. Т. Шевченка, 2008. — С. 32—36. — (Присвячується Року науки в Інституті журналістики). **11. Щербакова О. А.** Риторика гармонізуючого діалогу як духовна константа сучасної аудіовізуальної журналістики: міждисциплінарний підхід до постановки проблеми / О. А. Щербакова // Діалог: медіа-студії. — Одеса, 2009. **12. Щербакова Е. А.** Риторический идеал в логосфере аудиовизуальной медиакультуры: попытка интегративного моделирования // Язык и социум: материалы VII Междунар. науч. конф. (Минск, 1 — 2 дек. 2006 г.) : в 2 ч. / [под общ. ред. Л. Н. Чумак] / Е. А. Щербакова. — Мн. : РИВШ, 2007. — Ч. 2. — С. 212—215. **13. Щербакова Е. А.** Проект создания «Библиотеки риторических знаний» // Роль риторики и культуры речи в реализации приоритетных национальных проектов : материалы докладов участников XII Междунар. науч. конф. по риторике (Москва, 29—31 янв. 2008 г.) / [под ред. М. Р. Савовой, Ю. В. Щербининой] / Е. А. Щербакова. — М. : МПГУ, 2008. — С. 374—378. **14. Щербакова О. А.** Риторикознавчий бібліотечний фонд Центру риторичної культури через стратегію формування «Бібліотеки риторичних знань» // Соціальні комунікації в стратегіях формування суспільства знань : матеріали Міжнар. наук. конф. (Харків, 26 — 27 лют. 2009 р.): у 2 ч. / ред. кол. В. М. Шейко та ін. / О. А. Щербакова. — Х. : ХДАК, 2009. — Ч. 2. — С. 92—94. **15. Щербакова Олена.** Бібліотека риторичних знань і старань журналіста-оратора від «А» до «Я»: концептуальна модель // Комунікативна ідентифікація в інформаційному просторі України : програма Всеукр. наук.-практ. конф., присвячена ювілею Заслуженого

проф. ЛНУ ім. І. Франка, професора кафедри радіомовлення і телебачення, академіка Академії наук Вищої освіти України Олександри Антонівни Сербенської (Львів, 5 — 6 бер. 2009 р.) / Олена Щербакова. — Львів, 2009. — С. 9. **16. Щербакова Олена.** Започаткування серії «Бібліотека риторичних знань і старань журналіста-оратора від “А” до “Я”» // Методика викладання історико-журналістських дисциплін і професійні потреби : матеріали секційного засідання каф. історії журналістики Міжнар. наук. конф. «Журналістика 2008: українське журналістикознавство, освіта, термінологія і стандарти» (Київ, 17 — 18 квіт. 2008 р.) / [за ред. Н. М. Сидоренко] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики; Дослідн. центр історії укр. преси / Олена Щербакова. — К., 2008. — С. 75—77. **17. Щербакова Е. А.** «“Глас” вопиющего в пустыне» в аудиовизуальной православной летописи Украины и мира // Журналистика в 2007 году: СМИ в условиях глобальной трансформации социальной среды : материалы Всерос. науч.-практ. конф. / Е. А. Щербакова. — М. : Фак-т журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2008. — С. 421—422. **18. Щербакова Е. А.** Модель и практика жизнедеятельности в аудиовизуальной православной коммуникации на примере концепции телеканала «Глас» // Ученые зап. Таврического нац. ун-та им. В. И. Вернадского / Е. А. Щербакова. — Т. 22 (61), № 2. — Симферополь: Таврический нац. ун-т им. В. И. Вернадского, 2009. — С. 676—680. — (Серия «Филология. Социальные коммуникации»). **19. Щербакова Е. А.** Телеканал «Издательство “Глас”» (glas.org.ua) как особое явление в сфере современной медиакультуры: к описанию модели профессиональной и творческой деятельности в аудиовизуальной православной коммуникации // Журналистика и медиаобразование — 2007 : сб. тр. II Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 1 — 3 окт. 2007 г.) : в 2 т. / [под общ. ред. проф. М. Ю. Казак] / Е. А. Щербакова. — Белгород : БелГУ, 2007. — Т. 2. — 2007. — С. 68—72. **20. www.glas.org.ua.**

Щербакова О. А. Є ідея! Авторська розробка з риторики гармонізуючого діалогу як нового виду аудіовізуального елітарного дискурсу.

У статті розкривається ідея створення авторської розробки з риторики гармонізуючого діалогу як прикладу соціокультурних передумов формування нового виду елітарного дискурсу в аудіовізуальній сфері масової комунікації. Обґрунтовуються головні принципи проекту через історію винайдення його творчого задуму та змістове наповнення.

Ключові слова: ідея, авторська розробка, риторика гармонізуючого діалогу, елітарний дискурс, аудіовізуальна сфера масової комунікації.

Щербакова Е. А. Есть идея! Авторская разработка по риторике гармонизирующего диалога как нового вида аудиовизуального элитарного дискурса.

В статье раскрывается идея создания авторской разработки по риторике гармонизирующего диалога как примера социокультурных предпосылок к формированию нового вида элитарного дискурса в аудиовизуальной сфере массовой коммуникации. Обосновываются основные принципы проекта через историю возникновения его творческого замысла и содержательное наполнение.

Ключевые слова: идея, авторская разработка, риторика гармонизирующего диалога, элитарный дискурс, аудиовизуальная сфера массовой коммуникации.

Sherbakova E. A. Eureka! Authoring of rhetoric of harmonizing dialogue as a new kind of audiovisual elite discourse.

The article studies the idea of authoring devoted to rethoric of harmonizing dialogue as an example of sociocultural prerequisites for formation of new kind of elite discourse in audiovisual sphere of mass communication. Key principles of the project in the light of history of development of creative concept and meaning content were substantiated.

Key words: idea, authoring, rethoric, rethoric of harmonizing dialogue, elite discourse, audiovisual sphere of mass communication.