

-
15. Гирич Ігор. Історичні причини наших поразок і перемог / Ігор Гирич. – Львів: ЛА «Піраміда», 2011. – 236 с.
16. Франко Іван. Одвертий лист до галицької української молодіж / Іван Франко // Збір. творів: У 50т. – К., «Наукова думка», 1986, – Т. 45. – С. 401-409.

The main making formations of national identity are characterized: the Ukrainian language, formation, culture, truthful historical memory. The role of regional and all Ukraine mass media in a context of synthesis of western and east areas of Ukraine is considered.

Key words: the Ukrainian identity, language, culture, formation, historical memory, mass media.

УДК 070

Е. Н. Мелешина

*Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева,
г. Саранск, Россия*

ИНФОРМАЦИОННОЕ ВЕЩАНИЕ – НОВЫЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

В настоящее время Россия переживает период информационного бума. Государственное региональное телевидение под влиянием современных тенденций, происходящих в сфере массовых коммуникаций страны, значительно изменилось. В новом тысячелетии практически перестали выходить в эфир местных телекомпаний тематические программы. В сетке вещания по будням остались только информационные выпуски.

Ключевые слова: информационная программа, новость, региональное телевидение.

Каждая эпоха имеет собственные предпочтения относительно средств массовой коммуникации. В настоящее время Россия переживает период информационного бума. Телекоммуникации и обслуживающие их информационные технологии развиваются весьма быстро. Отвечая потребностям аудитории, все чаще среди других магистральных направлений развития телевизионной коммуникации на первое место выходит повышение оперативности в доставке информации. По образному выражению С. Муратова, современное телевидение — «мир уничтоженных расстояний» [3, с. 101].

Телевидение — один из наиболее привычных для большинства людей видов телекоммуникации. А с введением цифрового формата вещания телевидение получило новый вектор развития — улучшенное качество передаваемого сигнала и более широкий спектр доступных даже для сельских жителей каналов и программ. Создалось большое конкурентное поле, на котором главным аргументом в борьбе за внимание зрителя являются улучшенные характеристики работы творческих коллективов телекомпаний.

Региональное телевидение занимает достойное место в системе телевещания страны. Во многом именно благодаря программам региональных телекомпаний сохраняется родной язык, культура края, народов и народностей, населяющих страну.

Местные программы восполняют недостаток информации на федеральных телеканалах о событиях, происходящих в регионах России. Герои видеосюжетов информационных программ региональных телекомпаний — местное руководство, простые люди. Как правило, только из региональных выпусков жители страны могут узнать информацию, которая наиболее близка именно им — это и оценка работы местной власти, и состояние жизни населения региона, и возможные перспективы.

Государственное региональное телевидение под влиянием современных тенденций, происходящих в сфере массовых коммуникаций, значительно изменилось. Политические, социально-экономические, культурные программы, которые являлись важной составляющей местного эфира до 2000-го года, все это в новом тысячелетии вытеснили информационные выпуски.

31 июля 2000 года на канале «Россия» (а именно этот федеральный телеканал представляет эфирное время для государственных региональных компаний) была введена новая сетка совместного вещания. По будням в эфир стали выходить 7 выпусков региональных новостей. 5 февраля 2001 года для всех информационных выпусков местного государственного телевидения введено общее название — «Вести — Пенза», «Вести — Чувашия» или «Вести — Мордовия», в зависимости от названия региона.

11 августа 2003 года произошёл практически полный переход регионального телевидения на информационное вещание. По будням стали выходить в эфир до 12 выпусков программы «Вести-регион». Из множества редакций, которые существовали на тот момент, осталась только служба новостей. На гостелерадиокомпании «Мордовия» продолжили работать русскоязычный отдел информации, выпускающий программу «Вести-Мордовия» и национальная редакция новостей «Сияжар».

С января 2008 годы информационное вещание на канале «Россия» вошло в новый режим. На сегодняшний день утренний канал «Доброе утро, Россия» и региональное вещание стало единым, лаконичным утренним каналом.

Дневные выпуски «Вести-Мордовия» в 11.30, 14.30 и 17.25 отличает ритм, оперативность подачи информации и география событий, в эфире всегда представлена информация из нескольких районов республики.

Особенно насыщен эксклюзивной информацией итоговый выпуск, который выходит в эфир в 20.30. В это время зрители могут увидеть всю информационную картину дня, а также могут стать свидетелями журналистских расследований и специальных репортажей.

Развитие информационных программ на региональном телевидении – процесс, «открытый в будущее, незавершенный» [2, с. 137], при этом хотя и планируемый, но чаще – стихийный.

За последние несколько лет усовершенствовались структура и содержание новостей, изменился характер подачи материалов и расположения сюжетов в выпуске в зависимости от актуальности темы и значимости какого-либо события для местного зрителя. Если ранее сценарий выпуска был ограничен четкой схемой: политика, экономика, культура, спорт, то современное информационное телевидение делает упор на сенсационность информации, нарушая последовательность событий. От принципа сообщать обо всем понемногу тележурналисты перешли к отбору информации для конкретных зрителей города, области.

Совместно с жителями региона журналисты проводят собственное расследование, помогают телезрителям, обратившимся в редакцию, решать проблемы. Отдельно взятая ситуация объединяется с подобными ей, и в эфир программы выпускается не просто информационный видеосюжет, а схема действий по решению подобных вопросов. В качестве примера приведем видеосюжет о качестве пластиковых окон. «Ольга обратилась в Роспотребнадзор спустя 9 месяцев. За этот красноречивый срок фирма, которая установила ей пластиковые окна, так и не смогла разрешить проблему, которую сама же и создала. На установленном в мае окне в июле появились трещины, а в октябре – откосы» («Вести-Мордовия», из сюжета от 24 марта 2008).

В ответ на обращение в редакцию телезрителя, который устал бороться с недобросовестными коммерсантами, установившими некачественные окна, журналисты подготовили сюжет с обратившейся женщиной в главной роли, о том, как нужно действовать в подобных случаях. «Оказывается, призывать к порядку исполнителя нужно не по телефону, как это делала Ольга, а только в письменном виде», – продолжает корреспондент. Поясняет его слова в интервью зам. начальника отдела защиты прав потребителей ТУ Роспотребнадзор по РМ: «Необходимо указать срок исполнения, тогда можно предъявить неустойку – 3% – за каждый просроченный день невыполнения заявки на ремонт. Часто исполнитель перекладывает ответственность на потребителя — в комнате влажно, батареи не там стоят... Так вот все это должно быть указано в бумагах еще в момент установки». Сюжеты на подобные темы в дневных и утренних выпусках программы «Вести-Мордовия» встречаются довольно часто. В итоговую программу из них проходят только те, что имеют четкий информационный повод или нетривиальную развязку.

Сегодня информационный формат не только предусматривает непосредственное сообщение о каком-либо событии, он вскрывает причинно-следственные связи между явлениями и дает им социально-политическую оценку, отвечая на вопросы: «как?», «почему?», «с какой целью?». Именно таково направление информационной деятельности государственного телевидения республики Мордовия.

Определим само понятие слова новость. «Новость — оперативное информационное сообщение, которое представляет политический, социальный или экономический интерес у аудитории своей свежестью, то есть сообщением о событиях произошедших недавно или происходящих в данный момент» [1]. Рассматривая новости на канале «Россия», выделим восемь критериев к отбору.

Первый из них – «близость». Близость темы новостей к потребителю информации: либо в пространстве (непосредственное соседство или не слишком большая отдаленность – местная проблематика, которую зарубежный автор указывает в последнюю очередь, а отечественный, вполне справедливо, по нашему мнению, выносит на первое место), либо во времени (недавнее прошлое или недалекое будущее).

Для регионального вещания близость, можно сказать, критерий определяющий. Продолжение федеральных «Вестей» после телезаставки «Местное время» для жителя каждого региона почти что-то личное. Зритель ожидает узнать, что же сегодня произошло в его области, республике, крае...». А там – коммунальные проблемы у жителей домов на соседней улице, изменения в местном законодательстве и так далее.

«Известность» – следующий критерий. Известность кого-либо или чего-либо: все то, что по тем или иным причинам может получить признание и популярность либо на местном уровне, либо в более широких масштабах. «Мордовский борец Алексей Мишин стал единственным российским призером второго дня чемпионата мира в Москве. Накануне поздно вечером он выиграл бронзовую медаль в категории до 84 килограммов греко-римского стиля...». (Программа «Вести-Мордовия», из сюжета от 9 сентября 2010 года).

Далее – «своевременность». Здесь работники новостных служб должны ответить на следующие вопросы. Насколько актуальна новость? Уместно ли давать те или иные сведения в контексте сегодняшнего дня? Так, в период предвыборной кампании своевременна и даже необходима аудитории информация о ее проведении, о работе партий, кандидатов в депутаты и так далее.

«Воздействие» новости по ее возможным последствиям – крайне важный фактор, так же содержащий немало вопросов. Возбудит ли новость интерес аудитории ко всем другим элементам информации? Привлечет ли внимание зрителей ее тема? Окажет ли содержание новости влияние на формирование каких-то суждений и эмоций? Соответствует ли она интересам отдельного человека, его семьи, всего общества? Примеров здесь много, вот

один из них: «В Саранске выявлена и обезврежена преступная группа, которая занималась сбытом наркотиков в ряде Интернет-кафе юго-западной части города» (Программа «Вести-Мордовия», из сюжета от 20 сентября 2010 года). Такая тема, безусловно, привлечет внимание. Она соответствует интересам общества. А уж суждений по этому поводу в регионе, где не так часто происходят подобные преступления, будет множество.

«Масштабность» новости по степени ее важности, весомости и общественной значимости – главный фактор ранжирования материалов информационного выпуска. Как правило, под этот критерий попадают сообщения о чрезвычайных происшествиях или значительных политических событиях в жизни страны или региона. В качестве примера приведем ежегодное обращение Президента России к журналистам и народу. СМИ выдавали эту новость на первых минутах эфира или на первой полосе, и это было оправдано.

Далее – «конфликт» – в самом широком толковании этого понятия – от семейных коллизий до международных и межрелигиозных столкновений; от пикантных интриг до сенсационных скандалов; от разоблачения мафиозных группировок до раскрытия крупномасштабных политических заговоров; от противоречия между интересами различных общественных сил внутри страны до конфронтации на международной арене. «Уже пять лет круглая сирота просит помощи у чиновников. Муниципальная квартира, где она живёт, разваливается на глазах. Специальная комиссия составила дефектный акт и оценила ремонт жилья в 108 тысяч рублей. Но все расчёты до сих пор на бумаге, и претворять их в жизнь никто не торопится.» (Программа «Вести-Мордовия», из сюжета от 3 августа 2010 года).

Следующий критерий – «необычность» – в плане непредсказуемого или аномального развития событий и проблем. Неожиданные или необычные ситуации разного рода, нестандартные факты из обычной жизни, эксцентричные или экстравагантные поступки, странности и курьезы. Все то, что так или иначе выходит за привычные рамки повседневной рутины и потому дает повод для малых и больших сенсаций. «Демографический взрыв в коровниках Атяшевского района. Вот уже 10 рогатых рожениц принесли двойной приплод. У всех телят один папа – колхозный бык Зевс». (Программа «Вести-Мордовия», из сюжета от 12 ноября 2009 года). Вот такая мини сенсация. Необычно, нестандартно (особенно в формате консервативных новостей).

«Персонафикация» в данном случае не специфически телевизионный термин, а общежурналистское определение явления, которое дает возможность акцентировать внимание аудитории на интересных подробностях с помощью ссылок на конкретных людей, объяснить событие или проблему «через человека». Приведем пример. Иван Иванович – инвалид такой-то группы, следовательно, льготник. Небезызвестный 122-й закон внес не самые приятные изменения в жизни тысяч таких людей. Журналист проходит с героем все инстанции – пенсионный фонд, больницы аптеки. Описывает трудности, с которыми он сталкивается, находит (если это возможно) их решение. Результат – наглядное пособие для всех льготников.

Корреспонденты информационных служб, готовя материалы к эфиру, чаще всего используют два типа новостей – «жесткие» и «мягкие». Каждый из этих типов имеет положительные и отрицательные стороны. Принцип построения «жестких» новостей – «ничего лишнего». При такой подаче информации не гарантируется полная объективность, зато присутствует допустимый уровень правдивости. В зависимости от акцентов репортер располагает факты по «убывающему интересу», начиная с самого важного («перевернутая пирамида»).

В отличие от «жесткой», «мягкая» новость менее оперативна, в нее вводится момент интриги, что делает новость более легкой для восприятия. Использование модели «мягкой» новости рекомендуется при пониженной значимости события, когда ослаблены или совсем отсутствуют оперативный либо информационный поводы.

Работающие на выпуске редакторы программы «Вести-Мордовия», как правило, достаточно точно определяют информационные приоритеты: подлежащие освещению события обычно совпадают с теми, которые находятся в центре внимания других СМИ. В то же время сотрудники «Вестей» традиционно подчеркивали большую, по сравнению с конкурентами, информационную насыщенность программы.

Современные средства массовой информации переживают ломку устоявшихся технологических процессов. Это вызвано революционными изменениями в технике СМИ и связанных с ними методов и форм управления. Компьютеризация сбора, обработки, хранения и распространения информации, внедрение новых материалов, изменение схем управления редакционными коллективами и многое другое ведет к новому качеству СМИ и усилению их роли в обществе.

В условиях информационного изобилия, когда разные каналы формируют сходную информационную картину дня, различаясь лишь отдельными деталями, оценками, способами подачи, зрительский успех определяет не столько то, что показывают, а то, как показывают. В числе важных компонентов формирующих это «как» – взаимоотношение слова и изображения, их взаимодействие, в немалой степени определяющие эффект воздействия телеинформации.

Список использованных источников

1. Википедия [Электронный ресурс]: Материал из Википедии свободной энциклопедии. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Новости>.
2. Вильчек В. М. Под знаком ТВ / В.М. Вильчек. – Искусство, 1987. – 239 с.
3. Муратов.С.А. Телевизионное общение в кадре и за кадром / С.А. Муратов. – М.: Аспект- Пресс, 2007. – 202 с.

Today in the Russia is the period of information boom. The state regional television has considerably changed under the influence of the modern lines occurring in sphere of mass communications of the country. In a new millenium thematic programs have practically ceased to go on the ether local companies. In a program on weekdays remained only information releases.

Key words: information program, news, regional TV.

УДК 316.77:001.12.654.197.

І. Л. Пенчук

*Класичний приватний університет,
м. Запоріжжя*

ОБРАЗНО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ МОЖЛИВОСТІ МУЛЬТ-АніМАЦІЇ ЯК СКЛАДОВОЇ ДИТЯЧОЇ ТЕЛЕПЕРЕДАЧІ

У статті розглянуто взаємодію музики, шумів і зображення у створенні образності сприйняття мульт-анімаційних елементів у структурі дитячих програм на телебаченні.

Ключові слова: телебачення, дитяча передача, мультиплікація, анімація, мульт-анімація, музика, звуки, шуми, зображення.

Драматургія дитячих телепередач протягом багатьох років будувалася на використанні лише тих можливостей, які лежали на поверхні і приносили стабільний успіх. А мультиплікаційно-анімаційні елементи у структурі програм для дітей вважалися елементами функціонально обмеженими, оскільки мульт-анімація на думку багатьох журналістів, педагогів, режисерів виконувала лише рекреативну і розважальну функції.

Як вважає Н. Венжер, «причина такої самообмеженості не в байдужості художників, її творців, а, скоріше, в тому, що тоді ще не прийшов час для повного і всебічного визнання цього мистецтва, був відсутній соціальний запит на ті естетичні форми, які можуть бути реалізовані тільки за допомогою мульт-анімаційних елементів» [2, с. 239].

Анімація (лат. animato – одухотвореність, від animo – оживляю) – метод створення серії знімків, малюнків, кольорових плям, ляльок або силуетів в окремих фазах руху, за допомогою якого під час показу їх на екрані виникає враження «оживлення» мертвих форм. Для того, щоб людське око сприймало анімацію як безперервний рух, потрібно здійснювати зміну кадрів не рідше 14 разів за секунду [4, с. 26].

Мультиплікація – вид кіномистецтва, в основі якого, на відміну від інших видів кіно, лежить не гра живого актора чи документально відтворена дійсність, а послідовний ряд спеціально створених (зазвичай методом покадрової зйомки) і «оживаючих» на екрані мальованих, живописних чи об'ємно-лялькових образів [4, с. 290-291].

Завдяки мультиплікації (збільшення, наростання, зростання, розмноження) й анімації («одушевлення») з'явився один з різновидів просторово-часового мистецтва – «мульт-анімація», до якого належить, зокрема, мистецтво театру ляльок, художньо-лялькові телепрограми й елементи в структурі інших програм телебачення.

Твори мульт-анімаційного мистецтва і телебачення створюються шляхом «покадрової» зйомки послідовності (серії) окремих зображень. Тобто, фотографії або малюнки (цілі чи зібрані зі шматків) на аркушах целулоїду, паперу та інших носіях. Зокрема, зображення на екрані монітору зовнішнього вигляду та одночасно фаз фізичних дій ляльок персонажів або об'єктів середовища, їх сюжетного «життя».

У графічній мульт-анімації – це послідовність фази руху мальованих об'єктів (графічних, живописних, порошкових, тінювих (силуетних)), заснованих на плоских маріонетках та перекладках, у т.ч. і фотовірізки. В об'ємній мультиплікації кадри являють собою фотографії об'ємних, напівоб'ємних, барельєфних і плоских ляльок-акторів, у тому числі пластилінових.

Нині сфери використання мульт-анімаційних елементів стрімко поширюються – це і телевізійна реклама, агітаційно-пропагандистські жанри, блокові, рубрикаційні, анонсові, програмні та іміджеві заставки, і, звичайно, дитячі програми.

Замість звичайної розважальності, мульт-анімація намагається говорити про гострі проблеми сучасності, поєднати анімаційні елементи з питаннями філософії, політики, моралі, звертаючись до дорослого глядача. Гостра сатирична спрямованість, високий ступінь умовності, що викликають загострене і пришвидшене глядацьке сприйняття, розраховане на «домислювання» та «ефект збудження асоціацій».

Таке стрімке розширення сфер мульт-анімації спричинило відкриття нових комунікативних функцій, значну реорганізацію «словникового» запасу в кожній з її виражальних сфер – візуальної та звукової.

Візуальний ряд мультиплікації відрізняється від інших сфер кінематографа і журналістики – він не є фотографічним відтворенням дійсності. Зображальний ряд мульт-анімації побудований власне на зображенні, яке отримало майже безмежні можливості у використанні стильових елементів усіх видів мистецтва, і русі – якості, що отримана перш за все від кінематографії, що мають в мульт-анімації специфічні риси у взаємодії зі звуковим рядом.