

АНІМАЛІСТИЧНІ ТЕЛЕПРОГРАМИ В УМОВАХ МЕДІАКОНВЕРГЕНЦІЇ: СПЕЦИФІКА ВЗАЄМОДІЇ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ, ОПЕРАТОРСЬКОЇ ТА РЕДАКТОРСЬКОЇ МАЙСТЕРНОСТІ

Стаття присвячена дослідженню ролі кореляції журналістського, операторського та редакторського мистецтва в сучасному анімалістичному телепродукті. Акцентовано увагу на тому, що телепрограми про тварин посідають помітне місце в медіапросторі сьогодення й відіграють важливу роль у формуванні світогляду глядача.

В умовах сучасної конвергенції ЗМІ виробники анімалістичних програм можуть створювати продукт, більш затребуваний глядачем, якого найбільше приваблює шоу та інтерактивна журналістика. Від того, наскільки глибоким є інтерекшн – ступінь залученості та взаємодії журналіста з тваринами, часто залежить успіх анімалістичної програми. Такі методи подачі запропоновано порівняти із симбіотичним та антагоністичним видами відносин мандрівника й дестинації в тревел-програмах.

Гарантією успіху та якості анімалістичного телевізійного продукту є креативна складова, яка цілком залежить від авторів програми, підготовки редакторів і ведучих, а також технічної оснащеності.

Ключові слова: анімалістка, анімалістичний телевізійний продукт, конвергенція, інтерекшн.

Сучасні анімалістичні програми, які представлені в інформаційному просторі України, є доволі різноманітними за проблематикою, форматами, жанрами, функціонально спрямованістю, а також характером подачі інформації. В українському ефірі наразі репрезентовано анімалістичні програми зарубіжного та вітчизняного виробництва, що суттєво відрізняються не лише за функціонально-прагматичною орієнтацією чи змістовим наповненням, але й за технічними характеристиками та манерою репрезентації контенту.

Високий рівень журналістської майстерності, характерний для анімалістичних програм зарубіжного виробника, дає підстави вважати їх надзвичайно продуктивними з погляду запозичення інтелектуально-творчого досвіду. Крім того, такі програми на сьогодні все ще перебувають поза зоною наукового інтересу вітчизняних журналістикознавців, і з огляду на це робота цієї тематики у статті набуває особливої актуальності та практичної значущості.

Метою статті є дослідження зарубіжного досвіду створення анімалістичних телевізійних програм, зокрема визначення ролі журналіста/ведучого, оператора та редактора під час підготовки й репрезентації телевізійного продукту.

Цільовими телевізійними каналами, що транслюють у сучасному телевізійному просторі України виключно анімалістичні програми зарубіжного виробництва, наразі є Animal Planet, який входить до телевізійної сітки каналів Discovery Channel, та Viasat Nature, котрий належить до компанії Viasat. Телепрограми саме цих спеціалізованих каналів і обрано об'єктом пріоритетної уваги в цій журналістико-знавчій розвідці. Крім того, до дослідницького поля статті увійшли також і вітчизняні анімалістичні програми, що транслюються на різних українських телевізійних каналах.

На першочергову увагу заслуговує проблема розподілу функцій, що домінують, при підготовці анімалістичних телепрограм, адже специфіка їх контенту передбачає не лише активну участь провідних суб'єктів медіадіяльності, але й залучення досить специфічних об'єктів – представників тваринного світу.

Журналістська діяльність – це багатофункціональний процес, який включає декілька етапів:

- підготовка до зйомки, що передбачає збір матеріалу, координування зйомки – зведення в одному місці оператора, журналіста, об'єкта чи предмета зйомки;
- процес зйомки (запис інтерв'ю або коментарів, керування процесом зйомки, відслідковування того, щоб у кадрі перебував саме той матеріал, що безпосередньо ілюструватиме важливі частини інтерв'ю та журналістського тексту, зйомка стендапів – особиста робота в кадрі);
- опрацювання одержаної інформації, яке полягає в роботі з відзнятим відео (розпис, нарізка інтерв'ю або коментарів, монтування), написання тексту, редагуванні готового матеріалу та озвучуванні сюжету.

Оператор зазвичай є виконавцем завдань, які перед ним ставлять редактор та/або журналіст. Втім, непоодинокими є випадки, коли оператору вдається відзняти матеріал, що достеменно змінює сюжет або дає змогу журналісту розширити, трансформувати чи додати тему. Так, наприклад, коли оператор знімав сюжет про котів, в об'єктив камери потрапив цікавий епізод раптової зустрічі kota та птаха. У результаті маємо декілька варіантів подачі відзнятого матеріалу: 1) сюжет про котів, 2) сюжет про взаємодію котів та птахів або 1) сюжет про котів, 2) сюжет про полювання або 1) сюжет про котів, 2) сюжет про гармонію навколишнього світу. Вибір перспективи висвітлення залежить від того, як саме і з якої точки зору роз-

гляне відео журналіст. У телевізійній анімалістиці операторське мистецтво – одна з найважливіших складових, адже без яскравої, вдало відзнятої та добре продуманої “картинки” здійснити задум редактора або журналіста практично неможливо.

Переконливим аргументом на користь цієї тези може слугувати анімалістична програма “Обезьяны-воришки”, в якій операторське мистецтво відіграє вкрай важливу роль. Ця програма транслювалася на каналі Viasat Nature, а також на каналі National Geographic Chanel, що, як і Animal Planet, входить до сітки каналів Discovery Chanel. Виробництво цієї телевізійної програми повністю залежало від оперативного реагування декількох знімальних груп. У ній динамічно та видовишно розповідається про таке стихійне явище, як переселення зграї мавп до міста. У програмі показано безліч моментальних ситуацій, що трапляються і з мавпами, і з мешканцями міста під час великого переселення. Оскільки декілька телевізійних груп постійно супроводжують мавп під час їхніх урбаністичних пригод, то авторам програми вдається увесь час утримувати увагу глядача.

До категорії телевізійних програм, в основу яких покладено саме операторське мистецтво й швидке реагування камери на зміну подій, можна віднести телепрограми, що висвітлюють життя дикої природи, заповідників та домашніх тварин. Це, зокрема, такі програми, як “Тайная жизнь приматов”, “Няньки дикої природи” на телеканалі Viasat Nature, “Полиция Хьюстона”, “Ветеринар на марше”, “SOS дикої природи” на телеканалі Animal Planet.

Редактор – людина, що зазвичай ставить завдання та перевіряє правильність її виконання. Саме від редактора залежить, як буде поданий матеріал. Редактор відслідковує телепродукт від його задуму – концептуалізації теми до повної реалізації, тобто появи готового сюжету, програми тощо. Саме редактор може підказати, до яких експертів краще звернутися для розкриття певної теми, як вибудувати текст, аби правильно розставити акценти, і саме він перевіряє продукт як на стадії тексту, так і наприкінці монтажу, коли журналіст уже може представити готову програму або сюжет.

Журналіст/ведучий – виробник медіаконтенту, який перебуває в кадрі чи поза ним, ведучи розповідь, вступаючи в комунікацію чи взаємодіючи з героями програми. У випадку з анімалістичними програмами, де героями зазвичай є тварини, ситуація комунікації та взаємодії є доволі специфічною.

Можемо говорити про різний ступінь залученості та взаємодії журналіста з об'єктами зображення. Від того, наскільки глибоким є інтерекшн (від англ. interaction – взаємодія), часто залежить успіх анімалістичної програми. Такі методи подачі можна порівняти із симбіотичним та антагоністичним видами відносин мандрівника та дестинації в тревел-програмах. Згі-

дно з думкою російського журналістикознавця І. Показаньєвої, “симбіотичний вид відносин зав'язується, коли мандрівники намагаються бути ближчими до місцевих жителів і проникнути в простір хост-культури” [6]. Аналогічною є й ситуація з анімалістичною журналістикою, але тут “симбіотичний вид відносин” передбачає взаємодію журналіста з тваринами. Ступінь інтерекшену суб'єкта й об'єкта залежить від типу програми, виду тварин (чим небезпечніше, тим краще) та обізнаності ведучого. Тут доцільно згадати про Стіва Ірвіна (Steve Irwin) – відомого австралійського натураліста й телевізійного ведучого. Цей знавець і адепт дикої природи намагався повністю стерти кордони в спілкуванні людини з небезпечними тваринами. У своїх програмах Стів без захисту і страхівки, голими руками грав зі смертю: тягав за хвосту небезпечних змій, павуків та крокодилів у природних умовах, чим шокував телеглядачів. Найбільш відома серія програм із Ірвіном – “Мисливець на крокодилів”, де ведучий зображає безстрашного та сповненого ентузіазму любителя повивчати фауну в близькому контакті.

Як пише І. Показаньєва, “симбіотичні відносини виявляються й у візуально-драматургічній концепції тревел-програми: цьому допомагає використання портативної відеокамери, крупних планів, “зернистої” картини та інших елементів, що демонструють наближеність до місцевих жителів. Увага у програмі симбіотичного характеру зосереджена на індивідуальному емоційному досвіді журналіста, що був набутий у процесі мандрів. У симбіотичному режимі програм про мандрі також використовується створення чуттєвих образів, що вимагають від глядача певної частки залученості. Найчастіше це може виявлятися в різноманітних режимах роботи ведучого з камерою (камера в руках ведучого, камера “іде” за ведучим або “повторює” його рухи), застосуванні певних ефектів, музики, інших асоціаційних елементів. Таким чином, симбіотичні відносини створюються при глибокому підключенні героя-мандрівника до місцевої культури за допомогою побудування особливої драматургії та візуальної концепції програми” [6]. Тож маємо певні підстави говорити про очевидну схожість методів репрезентації тревел-програм з анімалістичними програмами. Відмінним же є те, що в анімалістиці ведучий має взаємодіяти із тваринами, тому тут більш прийнятним, на нашу думку, є запровадження терміна “інтерекшен”, який більш точно відображає сутність цього креативного процесу.

Головною постаттю, що відповідає за готовий телевізійний продукт, є журналіст або редактор, якому, по суті, підпорядковується оператор. Провідним творцем матеріалу виступає креатор ідеї, тобто людина, що може не лише запропонувати тему, а й грамотно її розробити (знає, які саме коментарі експертів можуть знадобитися, де відзняти матеріал, як його подавати тощо).

Наразі слід зазначити, що в умовах сучасної конвергенції ЗМІ, вони, на думку Є. Вартанової, “інтегруються в “кровоносну систему” сучасного суспільства, а саме в телекомунікаційні мережі. Інтернет, цифрове телебачення, мобільна телефонія – усі канали стають придатними для “транспортування” змісту, будь то газетна стаття чи відеофільм” [3, с. 43]. Таке інтегрування дає можливість “тиражування на різних платформах” контенту “одноразового виробництва”, що, зрештою, “дає змогу готувати більш повноцінний продукт, який поєднує аналітичність газет, наочність відео, оперативність та інтерактивність Інтернету” [5, с. 124].

Процес зближення та взаємопроникнення технологій власне і є конвергенцією. Тож “інтернет забезпечує комунікації безпосередньо з отримувачами інформації – читачами, слухачами та глядачами – і використовує їхні знання” [1], а це, у свою чергу, дає змогу редакторам та журналістам творити більш затребуваний продукт, в основі якого – те, чого насправді бажає сучасний глядач.

Виробничий процес, як правило, залишають “поза кадром”, в ефірі і/або Інтернеті глядач бачить готовий телевізійний продукт, який є результатом командної роботи – спільної творчої взаємодії телережисера, тележурналіста, телеоператора, телемонтажера та багатьох технічних працівників.

Пізнання світу в анімалістичних програмах зазвичай обходиться без додаткових ефектів – звукових чи візуальних. Їх використовують тільки в тому разі, коли потрібно пояснити щось, що не здатне вхопити око людини, або коли необхідно продемонструвати взаємодію яких-небудь механізмів (приміром, треба показати, завдяки чому гепарди є найбільш швидкими представниками котячих у світі).

Якщо продукт спрямований на акцентування морально-етичних проблем, то в передачі використовуватимуться коментарі серйозних експертів, класична або повільна музика (з метою посилити ефект від слів коментатора або оповідача), звукові ефекти, що також мають спонукати глядача замислитися (наприклад, великі паузи). Зазвичай у такому відео використовують спецефекти, які можуть щось додатково пояснити. Крім того, у таких програмах може використовуватися графіка.

Коли призначення телепередачі полягає в тому, щоб навчити глядача якогось прийому чи процесу, виробники анімалістичних програм, як правило, залучають коментарі експертів (ветеринарів, кінологів, фелінологів, орнітологів тощо). У відеоматеріалі техніка завдання демонструється декілька разів із різними об'єктами, аби глядач встигнув зрозуміти специфіку певної процедури. Приміром, якщо демонструється обробка котів від бліх, її показують декілька разів на прикладі 2–3–5 тварин із застосуванням різних препаратів. У таких випадках можуть бути використані звукові та візуальні ефекти,

які виділятимуть конкретні суттєво важливі кадри (наприклад, зупинка кадру з одночасним звуковим ефектом клацання фотоапарату).

Висновки. Підсумовуючи, зазначимо, що в репрезентації анімалістичних телевізійних програм головну роль відіграє форма подачі матеріалу, яка залежить від того, що саме є рушійною силою й відправною точкою телепрограми. Якість анімалістичного телепродукту значною мірою детермінована майстерністю ведучого, силою операторського мистецтва або креативністю редакторів. Тож правомірно вважати, що гарантією успіху та високої якості програм про життя тварин є креативна складова, яка цілком залежить від авторів програми, підготовки редакторів і ведучих, а також технічної оснащеності.

Список використаної літератури

1. Алексеева А. Манифест Интернета [Электронный ресурс] / А. Алексеева // Частный корреспондент. – Режим доступа: http://www.chaskor.ru/article/manifest_interneta_10414.
2. Гоян В. В. Інформаційна телевізійна програма: типологічна характеристика, параметри діяльності журналіста: автореф. ... канд. філол. наук: 10.01.08 / В. В. Гоян. – Київ, 1999. – 19 с.
3. Вартанова Е. Л. Журналистика в информационном обществе: новые проблемы и новые вызовы / Е. Л. Вартанова / [под ред. Т. Е. Ершовой]. – Москва: Ин-т развития информационного общества, 2005. – С. 36–48.
4. Егоров В. Терминологический словарь телевидения. Основные понятия и комментарии [Электронный ресурс] / В. Егоров. – Москва: Ин-т повышения квалификации работников телевидения и радиовещания ФСТР, 1997. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text2/09.htm>.
5. Копылов О. В. Профессионализм журналиста в условиях медиаконвергенции: трансформация, эволюция, апгрейд? / О. В. Копылов // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2012. – № 3. – С. 122–130.
6. Показаньева И. В. К теоретизации отношений автора и дестинации в трэвел-журналистике [Электронный ресурс] / И. В. Показаньева // Universum: Филология и искусствоведение: электрон. научн. журн. – 2014. – № 8 (10). – Режим доступа: <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/1529>.
7. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. – 2-ге вид., доп. – Київ: Київ. ун-т, 1999. – 308 с.
8. Різун В. В. Моделювання і технологія редакторських систем: автореф. дис. ... д-ра філол. наук: 10.01.08 / В. В. Різун. – Київ, 1996. – 43 с.
9. Слісаренко І. Ю. Аналіз та прогноз у висвітленні міжнародної тематики українських ЗМІ: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.01.08 / І. Ю. Слісаренко. – Київ, 1996. – 29 с.

- 10.Ukraneews. 1 листопада розпочне мовлення "Discovery Channel Україна" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukraneews.-com/uk/news/economics/2010/09/21/27390>
- 11.Discovery Chanel. Наші канали [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://discouaua.discovery.supadu.com/our-channels>.
- 12.Discovery Chanel. Animal Planet. Телепрограма [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.discoverychannel.ua/tv-listings-animal-planet#>.
- 13.Viasat. Viasat Nature. Телепрограма [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.viasat.ua/channels/120-viasat-nature?date=09.27.2012>

Стаття надійшла до редакції 22.08.2014.

Маринчак Н. В. Анималистические телепрограммы в условиях медиаконвергенции: специфика взаимодействия журналистского, операторского и редакторского мастерства

Статья посвящена исследованию роли корреляции журналистского, операторского и редакторского искусства в современном анималистическом телепродукте. Акцентируется внимание на том, что телепрограммы о животных занимают заметное место в современном медиапространстве и играют большую роль в формировании мировоззрения зрителя.

В условиях современной конвергенции СМИ производители анималистических программ могут создавать продукт, более востребованный зрителем, которого больше всего привлекают шоу и интерактивная журналистика. От того, насколько глубоким является интерес – степень вовлеченности и взаимодействия журналиста с животными, часто зависит успех анималистической программы. Такие методы подачи предлагается сравнить с симбиотическим и антагонистическим видами отношений путешественника и дестинации в тревел-программах.

Гарантией успеха и качества анималистического телевизионного продукта является креативная составляющая, которая полностью зависит от авторов программы, подготовки редакторов и ведущих, а также технической оснащенности.

Ключевые слова: анималистка, анималистический телевизионный продукт, конвергенция, интерес.

Marynchak N. Animalistic TV-programs Under Media Convergence Conditions: Specifics of Journalistic, Editorial and Camera Skills Correlation

The role of correlation of journalistic, editorial and camera art in the modern animalistic television is under analysis in the given article. The author focuses on the fact that the TV shows about animals occupy a prominent place in the modern media space, and therefore play a significant and important role in shaping the viewers' worldview.

In the modern Ukrainian TV-air, there are animalistic TV programs of foreign and domestic origin, which significantly differ from each other not only in the functional-pragmatic direction or semantic content, but also in the technical characteristics and the manner of representation.

Animalistic programs of foreign origin have certain differences in journalistic skills, and are particularly valuable and interesting in terms of getting experience. Thereby animalistic TV programs stir the interest of modern science to the study of the video product at different levels.

Target TV channels broadcasting exclusively animalistic program of foreign production in the modern Ukrainian TV space are Animal Planet, which is included in the television network Discovery Channel, and Viasat Nature, which belongs to the Viasat Company. This article aims at exploring the peculiarities of these specific TV shows.

It should be noted that under today's media convergence conditions, when the Internet, digital television, mobile phone, etc. are integrated with each other and provide communication directly with the recipients of information – readers, listeners and viewers, producers of animalistic programs can create more marketable products based on what actually want the viewers, mostly attracted by the show and online journalism. The success of an animalistic program often depends on the deepness of interaction (the degree of journalist's involvement and engagement with animals). Such methods of representation can be compared to types of symbiotic and antagonistic relations between a traveler and a destination in the travel programs.

It can be stated that the success and quality of an animalistic TV product is guaranteed by a creative element, which depends entirely on the authors of the program, training of presenters and editors, as well as technical equipment.

Key words: animalistic genre, animalistic TV product, convergence, interaction.