



Ірина ПИСКУР

*магістрантка спеціальності «Журналістика»
Науковий керівник – Наталія ПОПЛАВСЬКА
доктор філологічних наук, професор,
завідувач кафедри журналістики
Тернопільського національного
педагогічного університету
імені Володимира Гнатюка*

УДК 070(477)

ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ТА МУЛЬТИМЕДІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У КОНТЕКСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ВІЙСЬКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ: ТЕЛЕВІЗІЙНИЙ ВИМІР

Окреслено основні способи візуалізації інформації на військову тематику у підсумкових новинних випусках «ТСН. Тиждень», «Факти тижня». Визначено їхні ергономічні та контекстні особливості. Охарактеризовано способи використання мультимедійності у новинних випусках.

***Ключові слова:** кліпове мислення, інфографіка, мовшен-дизайн, мультимедійність.*

Військовий контент – це складна інформація, яка вимагає пояснення та максимального спрощення для сприйняття її пересічним глядачем. Тому сучасні медійники все частіше вдаються до способу подачі інформації, який можна маркувати як «інфотеймент», тобто надмірність використання виразально-зображальних засобів, не обмежених жанровими ознаками того чи іншого матеріалу. Це зумовлює **актуальність** вивчення специфіки візуалізації інформації у вітчизняному телепросторі.

Мета статті полягає у з'ясуванні специфіки візуалізації матеріалів та інструментів мультимедіа в інформаційних підсумкових програмах «ТСН. Тиждень» та «Факти тижня».

Безупинний потік інформації, отримуваної людиною з різних джерел, з одного боку, є необхідним, з іншого ж – свідомість не може охопити все, що оточує нас, відсортувати та відібрати необхідне, сформулювати власний, потрібний нам контент. Як захист від інформаційного перевантаження виник новий тип мислення та сприйняття повідомлень – «кліповий». Людина з усього розмаїття повідомлень сприймає фрагменти, які відбиваються в пам'яті й акцентує увагу на деяких з них. Це явище так званого «кліпового мислення», адже графічний контент захоплює реципієнта виразністю, емоційністю, фактичністю, деталізацією, яскравістю, інтригою [3].

Існує два підходи до визначення інфографіки на телебаченні. Згідно з першим, вона включає усю застосовану графіку, включно із титрами та заставкою. Другий інфографікою називає лише ту графіку, яка є частиною певного сюжету. Ми дотримуватимемось другого варіанту як більш коректного, адже інфографіка повинна мати усі складові журналістського твору [3].

Численні варіації інформаційної графіки можна розділити на дві великі групи:

- діаграми, гістограми, номограми і графіки, які поділяються на підгрупи (точкові, лінійні, кругові і т. п.), що використовуються для представлення кількісних (числових) даних;

• різновиди карт, схем, зображень та їх послідовностей. Такі способи організації інформації використовують для представлення сукупності (наприклад, ієрархій) об'єктів і якісних даних.

Існують і складніші різновиди інфографіки, які створюють повноцінне графічне оповідання – комбінують тексти, таблиці та зображення (наприклад, фотографії) з видами елементарної інфографіки – картами, діаграмами, схемами, покажчиками [1].

Основними рушійними факторами використання додаткової візуалізації та послугоування виражальними засобами на телебаченні при висвітленні військової інформації є:

географічна орієнтація. У новинних сюжетах часто вживаються назви населених пунктів, географічне розміщення об'єктів, окреслення бойових дій. Візуальне представлення такої інформації спрощує її сприйняття та адаптує для зорового декодування;

систематизація цифр. Числові підводки до сюжетів – це ще одна особливість військового телеконтенту. Зрозуміло, що подання візуальних числових даних спрощує смислове навантаження;

феномен глядацького сприйняття екранного твору полягає в тому, що запам'ятовується та інформація, яка подразнює декілька рецепторів;

емоційне наповнення графічно-зображальних елементів.

Тому, наприклад, візуальне картування із звуковою начиткою збільшує ефективність телеконтенту. Ці фактори призводять до широкого застосування візуальних інструментів для висвітлення військової тематики. Найпопулярнішим сьогодні залишається використання інфографіки в усіх її різновидах. Найчастіше послуговуються цим графічним виражальним засобом при телемовленні новинні служби.

Підсумкова інформаційна програма «ТСН. Тиждень» використовує як статичну інфографіку (поодинокі інфографіка без елементів анімації), так і динамічну (з анімованими елементами). За типом інформації популярнішою для висвітлення військової тематики є новинна інфографіка. Вона зустрічається у щоденних випусках.

Інфографіка реконструкцій є популярною для підсумкових випусків новин. Так, у підсумковому випуску «ТСН. Тиждень» за 11.09.2016 р журналісти використали динамічну інфографіку [4]. Контекстні особливості: інфографіка зображає карту, на якій маркується дислокація батальйону, після чого картинка переходить у фото із супутника. Ергономічні особливості інфографіки є достатніми для сприйняття інформації, незважаючи на те, що тривалість її демонстрації всього 6 секунд.

Додаткова візуальна складова сюжету створена за допомогою motion-дизайну, тобто синтезує графічний дизайн та динамічну графіку. Приклади динамічної інфографіки на основі картування є у підсумкових випусках «ТСН. Тиждень» за 05.06.2016 р., 29.06.2016 р., 06.12.2015 р. [4]. Цікавий приклад динамічної інфографіки, яка візуалізує цифри, фіксуємо у сюжеті підсумкового випуску «ТСН. Тиждень» за 05.06.2016 р. Зображення робить наочними цифри, про які йдеться у закадровому тексті. Особливістю цієї інфографіки є використання динамічної таблиці, створеної за допомогою motion-дизайну. Ергономічні особливості інфографіки полягають у зразковому підпорядкуванні загальному бренду «ТСН. Тиждень»: червоний, білий, чорний та сірий кольори; класичні для програми шрифти. Інфографіка демонструється 6 секунд. Цього достатньо для сприйняття глядачем. Втім, головний об'єкт – блок-схема, у якій ілюструється заробітна плата військових.

Цікава інфографіка, яка позбавлена інформативної складової («ТСН. Тиждень» за 17.05.2016 р. [4]), її мета – емоційний вплив на глядача. Це motion-графіка, яка символізує кількість фейкових переселенців із Донбасу. Контекстні особливості: на екрані з'являються силуети людей, при цьому відсутня наочність кількості та інша додаткова інформація. Використана технологія зворотного контрасту: графічні елементи є світлішими, ніж фон.

За типом журналістського матеріалу виділяють інфографіку реконструкцій. Такі графічні засоби дають можливість використовувати дані про будь-яку подію і

відтворювати її хронологію. У підсумковому випуску новин за 14.02.2016 р. використаний саме такий тип [4]. Графічна репрезентація інформації моделює рух ворожої техніки на окупованій частині країни. Крім того, використаний ефект 3D-технологій, що зображає військову техніку. Кут зйомки на декілька секунд створює ефект інфографіки в режимі реального часу.

Інформаційна програма «Факти тижня» на телеканалі «ICTV» також доповнює новинні сюжети на військову тематику додатковими візуальними інструментами, зокрема інфографікою, яку творча команда застосовує виключно як частину сюжету [5]. При цьому публіцистичні відступи ведучої, доповнені графікою, відсутні. Однак зразки хоча б кількесеkundної інфографіки можна знайти у кожному випуску.

У підсумковому випуску новин «Факти тижня» за 10.08.2016 р. у репортажі із лінії фронту з'являється динамічна інфографіка [5]. Контекстні особливості: інфографіка розповідає про динаміку боїв на Донбасі, за основу використано метод картування. Ергономічні особливості: поява графічного зображення на екрані триває всього 2 секунди. Цього не достатньо, щоб сприйняти інформацію, адже подана інфографіка багатокomпонентна, тому ефективність такого прийому є невеликою.

Цікавим прикладом інфографіки, в якій редакція відступає від шаблонного способу використання географічної карти як основи, є візуалізація інформації щодо розподілу коштів на форму військовим у підсумковому випуску новин за 09.10.2016 р. [5]. Це мовшен-графіка, тобто така, що створює ефект руху. На ній зображено чотири великих об'єкти, поєднаних між собою логічно та змістовно. Ергономічні особливості: застосування білого, зеленого та сірого кольорів і їх відтінків, переміщення деталі з однієї точки екрана в іншу розставляє таким чином логічні акценти.

Цілком виправданою та високотехнологічною можна вважати інфографіку у випуску новин за 02.10.2016 р. [4]. У сюжеті застосовано кілька видів інфографіки, у яких використано інфографіку карт, графічного 3D-моделювання. Спочатку з'являється інфографіка, на якій зображена карта, імітація знімка України із супутника. Зліва розміщено діалогове вікно, у якому цитується телефонна розмова англійською мовою. Наступна інфографіка – динамічна, у якій змінюється забарвлення окремих держав. У сюжеті інфографіка з'являється шість разів.

Якщо говорити про обсяг графічної візуалізації в обох програмах, то варто зазначити, що сегмент доволі великий. Автори використовують метафоричність, образність для ефективного сприйняття візуальної інформації. Деяку інфографіку супроводжують звукові ефекти, що збільшує ефективність матеріалу. Загальна тенденція, яка простежується у випусках обох програм, – це анімованість інфографіки, тобто використання motion-дизайну.

Окрім широкого застосування візуально-зображальних інструментів у новинному мовленні, основні інформаційні тенденції сучасного телеринку вимагають трансформації контенту й створення телепродукту із ознаками мультимедійності. Можна спостерігати процес перетворення інформаційного суспільства («суспільства знань») на «суспільство видовищ» [3]. Цю модель активно підтримують телеканали «ICTV» та «1+1». Глобальні процеси відобразились і на їх інформаційному мовленні. У цьому контексті варто трактувати мультимедійність як спеціальну технологію, яка за допомогою технічних і програмних засобів забезпечує роботу з комп'ютерною графікою, текстом, мовленнєвим супроводом, високоякісним звуком, статичними зображеннями та відео.

Мультимедійна журналістика – це певний спосіб представлення журналістського матеріалу. Це медіа-продукт, який присвячений одній темі і поєднує кілька форматів – фото, відео, текст, інфографіка, інтерактив. Комбінації форматів можуть бути різні, але у ньому завжди є загальний зміст, мета, тема, ідея, проблема. Термін «мультимедіа» вперше використав Боб Гольдштейн у 1965 р. Він застосував його для опису шоу, яке включало музику, світлове оформлення, кіно [2]. Сьогодні під «мультимедійністю» розуміють характеристику уявлення інформації за допомогою різних медійних

платформ – вербального тексту, фотографії, аудіо, відео, графіки, анімації та інших похідних від них форм [2].

Створення мультимедійного контенту сьогодні є популярною тенденцією вітчизняних мультимедійних виробників. В тому числі військовий контент збагачується зображально-виражальними інструментами мультимедіа.

Телеканал «1+1» позиціонує себе на медіаринку як канал-новатор, який постійно впроваджує найсучасніші технології, адаптує найуспішніші міжнародні формати, тому доречно говорити про використання нових мультимедійних технологій і для новинного мовлення каналу, в тому числі для трансляції військового контенту.

У підсумкових випусках новин у сюжетах на військову тематику можна спостерігати два способи використання мультимедійності:

•**жанрова:** використання мультимедійних жанрів або жанрів із ознаками мультимедійності;

•**технічна:** застосування інструментів мультимедіа (здебільшого звуковий та зображальний супроводи) для збагачення змістової та виражально-зображальної частини сюжетів.

Останній спосіб використання мультимедійності є популярним у новинному мовленні. Основна його функція – ілюстративна.

Підсумковий випуск «ТСН. Тиждень» у сюжетах на військову тематику використовує комбінацію звукових ефектів у поєднанні із графічними зображеннями або 3D-моделюванням для досягнення мультимедійності контенту. У випуску новин за 10.08.2016 р. виступ ведучої в студії доповнений графічним зображенням зброї, військової техніки та характерним звуковим супроводом [4]. Такі мультимедійні комбінації створюють ефект присутності та причетності до інформації, що озвучується. А у випуску за 28.02.2016 р. створено мультимедійну реконструкцію [4]. На екрані відтворено засідання головних осіб держави, що обговорювали військову тематику, одночасно у студії знаходився журналіст, що супроводив коментарем цю змодельовану подію. Його публіцистичний виступ доповнювався динамічною графікою та імітацією телефонної розмови. Тобто технічно поєднано звуковий, візуально-графічний та відеоформати подачі інформації.

В одному із сюжетів (за 25.12.2016 р.) використано декілька способів мультимедійності. У ньому з'являється виконана у кольоровій концепції телеканалу динамічна графічна ілюстрація, що має на меті ілюстрацію позакадрової наचितки. Тобто мультимедійність тут виражається у комбінації «картинка + звукова начитка». У цьому ж сюжеті, поміж відеоряду, тричі з'являються фото, комбінація яких з іншими способами подачі інформації є ще одним інструментом створення мультимедійності.

Деякі сюжети містять елементи мультимедійності – фрагменти телефонної розмови (випуск за 25.12.2016 р.). У цей час на екрані з'являється фото або графічна ілюстрація [4]. Тут мультимедійність реалізується у поєднанні відео, аудіо та графічної комбінації.

Телеканал «ICTV» у підсумковій інформаційній програмі також активно послуговується засобами мультимедійної проєкції телеконтенту. У випуску новин «Факти тижня» за 02.10.2016 р. для сюжету, що висвітлює військову тематику, використано технології, які мають ознаки мультимедійності [5]. У одному з фрагментів автори відтворили перехоплений радіо-діалог, який відображався у манері текстового онлайн-чату. Додатково було використано зображальні елементи у вигляді графічних карт. Тобто знову відзначимо використання синтезу у подачі інформації – звукової, візуально-графічної, відео. До того ж у студії задіяно інтерактивний екран. Під час виступу ведуча обирає потрібні відео- або фотоіконки для ілюстрації інформації. Цей прийом також можна віднести до інструменту мультимедіа. У сюжеті за 09.10.2016 р. теж можна побачити ознаки мультимедійності, а саме: динамічну ілюстрацію в комбінації зі звуковим супроводом, фото- та print-screen сторінок сайтів. Усе це також поєднувалось із звуковим фоном. Цікавим прикладом мультимедійності є динамічна графічна

3D-реконструкція із характерним інтершумом та звуковою начиткою (сюжет за 09.10.2016 р.) [4].

Жанрова мультимедійність реалізується частково. Так званих «чистих» новітніх жанрів, що висвітлюють військову тематику у підсумкових інформаційних випусках, не зафіксовано. Періодично в ефірі з'являються матеріали, жанрові характеристики яких запозичені із новітніх мультимедійних жанрів. Наприклад, сюжети з елементами мультимедійного інтерв'ю зустрічаються у підсумкових випусках «ТСН. Тиждень» та «Факти тижня». Такі телевізійні матеріали мають, зазвичай, стандартну схему: відео – сюжет – гість у студії – коментований відеофрагмент – підсумок. Побачити такий жанр на військову тематику можна у випуску новин «ТСН. Тиждень» за 22.02.2015 р. [4]. Спочатку у матеріалі подається репортаж із передової, після того у студії з'являється гість і коментує зміст сюжету, відповідає на запитання ведучої. Сприймаються репортаж та інтерв'ю як один матеріал, оскільки об'єднані темою та проблемою. Інтерактивна частина матеріалу, тобто інтерв'ю з гостем, виступає оперативним коментарем до проблеми, враховуючи той факт, що транслюється в прямому ефірі. Тому таку жанрову конструкцію можна віднести до новітніх жанрів з ознаками мультимедійності.

Децю інший мультимедійний формат використав телеканал «ICTV»: монолог телеведучої доповнюється коментарями фахівця. Проте експерт знаходиться не у студії, а виходить на зв'язок зі студією і його зображення транслюється у відеоіконці на екрані. Тобто використовується альтернативна форма – скайп-включення експерта, водночас інтерактивність матеріалу зберігається.

Отже, використання мультимедійності у новинному мовленні – це вимога часу, яка забезпечує додаткові можливості телематеріалів, збільшує їх змістово-виражальні можливості. У підсумку варто зазначити, що нюзруми сьогодні вимушені збагачувати матеріали не лише контекстно, а й технічно [5]. Як наслідок, новинні сюжети набувають нових форм, способів трансляції інформації та накопичують засоби подачі інформації.

Література

1. Концевой М. Интерактивная журналистская инфографика: феномен, тенденции, инструментарий [Електронний ресурс] / М. Концевой. – Режим доступу : <http://gisap.eu/ru/node/12593>
2. Макаров Ю. Ты не один!: 3 новітньої історії українського телебачення / Ю. Макаров, О. Герасим'юк, С. Чернілевський. – Харків : Фоліо, 2004. – 170 с.
3. Форми візуалізації в сучасному журналі : монографія / В. Шевченко ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К. : Видавець ПАЛІВОДА А.В., 2013. – 340 с.
4. Архів випусків «ТСН» від січня 2015 р. до жовтня 2016 р. [Електронний ресурс] // TSN.ua. – Режим доступу : <http://tsn.ua/vypusky/tsn>.
5. Архів випусків «Факти тижня» від січня 2015р. до жовтня 2016 р. [Електронний ресурс] // ictv.ua. – Режим доступу : faktu-week.ictv.ua/.

Ирина Пискур

Визуализация и мультимедийные технологии

в контексте освещения военной информации: телевизионное измерение

Статья посвящена исследованию структурно-функционального аспекта и творческого дискурса современного военного контента в украинском телеэфире. Исследовано проблемно-тематический, жанровый диапазон материалов на военную тематику; профессиональный уровень освещения военной тематики на отечественном телевидении и новейшие тенденции в освещении военного телеконтента. Установлено высокий уровень доверия и популярность программ «ТСН. Тиждень», «Факти тижня»; отмечено достоверность информации, касающейся военной тематики и ее сильное эмоциональное воздействие на аудиторию.

Ключевые слова: военная информация, военный контент, медиатизация, мультимедиа, инфографика, язык вражды.

Iryna Piskur

Imaging Technologies and Media Coverage in the Context of Military Information: Television Dimension

The master's work devotes to research of structural-functional aspect and creative discourse of modern military content in the national television space. The insufficiency of theme's study,

necessity of terminological base and need in the nuanced analysis of content on the military theme with relation to productional, practical and creative functionality are educated.

It is researched: the problem-thematic, generic diapason of materials on the military theme; professional degree of military theme's presentation on the national television and military content's modern tendencies.

The social research is carried within the framework. The high credibility's level and popularity of «TSN. Tyzhden'», «Fakty tyzhnia» programs are stated as a result; the information's reliability that brings up military themes and its strong emotional influence on the audience is detected. The general portrait of program's targeted audience is made according to the results.

Clue words: military information, military content, mediatization, multimedia, infographics, hate speech.