

УДК 654.197:801.8

ТЕКСТОВІ КОМПОНЕНТИ ТЕЛЕВІЗІЙНОГО МАТЕРІАЛУ

Тернова А. І.

Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна

У статті розглянуто синтезовані аудіовізуальні об'єкти телевізійної комунікації, які належать до окремої категорії медіатекстів. З'ясовано специфіку телетекстів як одного із основних складників продукту екранної діяльності та проаналізовано їх різновиди у телевізійному матеріалі.

Ключові слова: *підводка, синхрон, текст, стенд-ап, графічний текст.*

На сьогодні текст як зображально-виражальний засіб телевізійного продукту є важливим компонентом аудіовізуальної природи телебачення. Науковці прагнуть якомога глибше дослідити цей феномен комунікації (З. Дмитровський, В. Керолл, А. Мамалига, С. Муратов, В. Різун, М. Стівенс, М. Феллер, А. Яковець та ін.). Таким чином підготовка телетексту стає окремим видом професійної діяльності (О. Князев, І. Мащенко, Л. Поліщук, О. Самарцев, Н. Симонівна, Ю. Шаповал). У своєму арсеналі вона має чітке розмежування творчих методів і прийомів від тих, якими послуговується пресова чи радіожурналістика (В. Бабенко, О. Сербенська, Г. Кузнецов, В. Цвик, М. Яцимирська, А. Юровський та ін.). Проблема „вдалого” поєднання тексту й зображення на телебаченні не втрачає своєї *актуальності*, адже кожен складник продукту екранної діяльності впливає на „якість” телевізійного матеріалу в цілому. Дослідження головного інструмента мовної комунікації – тексту, його необхідних елементів, різновидів сприятиме їх вправному створенню. *Мета статті* – розгляд синтезовані аудіовізуальні об'єкти телевізійної комунікації, які належать до окремої категорії медіатекстів

Напрацьований творчий досвід телебачення активно впроваджує на практиці, синтезуючи візуальні та вербальні засоби виразності. Телетекст трактують як один із надзвичайно складних витворів людської культури, у якому виявилось напрочуд сильне, органічне для людської природи тяжіння до синкретизму... намагання відійти від одноманітності у сприйняття світу [1, с. 289].

„Медіатекст” (як продукт екрану) вже давно не відповідає традиційному погляду на текст, що розглядає його як набір написаних або надрукованих слів. Телевізійний текст – це „не лише словесна тканина, у якій співдіють, взаємно доповнюють себе усне й писемне мовлення; він розгортається послідовно водночас на різних рівнях – вербальному, відеоряду, звукового супроводу, утворюючи цілість і зберігаючи риси об'ємності, багатоаспектності, нагромаджуючи різноманітні шари” [10, с. 8-9].

Таким чином, це поняття набуває ширшого значення, включаючи в себе мову, музику, звукові ефекти, зображення та багато інших елементів. По суті, медіатексти

відображають технологію їх створення. Саме тому логічним є виділення в окрему категорію медійних телевізійних текстів.

Структуровану класифікацію текстових компонентів телевізійного матеріалу пропонує Л. Поліщук. Вона зазначає, що текст цілісної інформаційної програми – гіпертекст – є складеним. Його формують тексти трьох різновидів, кожен з яких виконує своє завдання та має свої функції:

1. Текст ведучого програми (студія). Завдяки цьому текстові всі матеріали вкладаються в цілісну програму, яка має свій початок, розвиток і кінець.
2. Текст інтерв'ю.
3. Текст сюжету. Складається з: а) журналістського тексту, виголошеного у кадрі (stand-up); б) журналістського тексту виголошеного за кадром (кореспондент за кадром); в) тексту інтерв'ю (синхрону) [10, с. 9-10].

Нам видається, доцільно було б додати ще один важливий елемент – графічний текст, який також є окремим рівнем телевізійного гіпертексту. На нього звертає увагу О. Самарцев [11]. Хоча графікою екрану займаються медіадизайнери, написання тексту залишається під компетенцією телевізійних журналістів. На цю думку наштовхують й такі визначення понять „телетекст”: „система передавання графічної інформації, яка розповсюджується каналами зв'язку або телемовлення, з виведенням даних на екран” [13, с. 83]; „мовна відеографія, що дозволяє телеглядачам під час ТВ передачі одержувати додаткову інформацію” [3, с. 422].

Одна із важливих ознак телепродукції – інтертекст [9, с. 11] – передбачає наявність у тексті інших текстів на різних рівнях, у більш або менш упізнаваних формах. Говорячи про інтертекстуальність, ми розуміємо багатокomпонентність телевізійного тексту.

Наприклад, репортаж, за твердженням М. Керролл, „складається із запису розповіді репортера, що має назву фонограми, і будь-якого набору елементів: закадрового коментаря з природним шумом, закадрового коментаря з німою звуковою доріжкою, графікою на повний екран і синхронів” [6, с. 176]. Такому набору компонентів, як нам видається, бракує обґрунтування структури. Адже кожен матеріал потребує особливої драматургії, для цього творчій групі слід мати у власному „арсеналі” не лише образну мову, але й образне обрамлення зорового ряду [16, с. 164]. Саме тому поширеним стало залучення ще одного компонента – репераунду. Про нього говорять О. Князев та Н. Симоніна, які вважають, репераунд – це використання інтершуму як самостійного виражального запису [5; 12], вживання по ходу закадрового тексту окремих фраз, реплік, природних сцен, діалогів, тощо, окрім власного тексту журналіста й інтершуму [5]. Тобто, іншими словами, репераунд – це фрагмент відеоряду без закадрового коментаря з власним інтершумом.

Таким чином, основними текстовими компонентами є: текст ведучого програми (студія: підводки і відводки), текст інтерв'ю, синхрон, закадровий текст, текст у кадрі (стенд-ап), графічний текст і репераунд (відео з інтершумом).

Розглянувши ці складники детальніше, мусимо зазначити, що студійний текст представляє ведучий (диктор). Основу такого тексту складають підводки (введення) – стислий вступ до сюжету, що пояснює зміст та значення матеріалу, вказує на місце

і обставини його створення [13, с. 20]. Підводки, відводки (висновки), зв'язки вирізняються лаконізмом та інформаційною місткістю. Завдяки їм всі текстові матеріали укладаються в цілісну програму, яка має свій початок, розвиток і кінець: вони логічно і композиційно поєднуються із закадровим текстом.

Поняття „закадровий текст” у лінгвістичних працях трактується переважно так: а) сукупність значення і суті того, що відбувається на екрані, виражена словами у закадровому вигляді; б) дикторська начитка тексту кіно і відеосюжетів [3, с. 145-146; 13, с. 81].

Нині функцію дикторів виконують журналісти або ведучі інформаційних програм. Саме тому дослідник А. Камінський виокремлює два принципово різні види закадрового тексту на ТБ: дикторський і авторський: „Авторський текст – це завжди акцентовано виявлене ставлення до того, що відбувається, й існування у межах точно вибудованого персонажу. Дикторський же текст створює видимість безпристрасного інформування” [4, с. 306].

Дикторський текст, за твердженням В. Бабенко та О. Сербенської, виконує такі функції, як от: а) пояснює і доповнює зображення; б) викликає асоціації; в) усе поєднує в єдине ціле [9, с. 48].

Використання дикторського тексту ніскільки не спрощує і тим більше не знімає завдання емоційного впливу тексту. А. Камінський радить: „Вибудовуючи текст сюжету як дикторський, намагайтеся будь-яку мало-мальськи важливу інформацію вкласти у вуста когось з персонажів: спеціаліста, очевидця, історика і т.д. Парадокс, але навіть малокомпетентному спецу глядач довіряє більше, ніж сто разів перевіреному закадровому тексту” [4, с. 307-308]. Ні автор, ні тим паче диктор не мають права переповідати думки, дії, відчуття, емоції кого б то не було. Глядач просто не повірить таким „описам” навіть тоді, коли вони відповідають істині. Це має бути видно або в кадрі, або висловлено самими персонажами сюжету [4, с. 309].

У цьому сенсі стають у нагоді синхрони. Синхрон – фрагмент прямої мови, узятий з інтерв'ю. Назва походить з того, що в телеінтерв'ю звук та відеоряд мають бути синхронними відносно один одного [33, с. 54]. Роль синхронів, як зазначає за А. Камінський, полягає у такому: а) завдяки синхронам „сторони можуть аргументувати свою позицію”; б) синхрони „додають достовірності”; в) вони „дають можливість урізноманітнити структуру, ... „розбити” відеоряд сюжету” [14, с. 310-311].

Синхрони додають сюжету об'єктивності, яка в свою чергу досягається шляхом „відділення фактів від думок”, „емоційно відстороненим висвітленням новин”, „прагненням до точності і збалансованості думок” [17, с. 191]. Поняття об'єктивності інформації означає, що її обсяг, характер, цінність і соціальна значимість не залежать від волі людини [7, с. 191]. Заради об'єктивності сюжету основні думки виголошує не журналіст, а герої інтерв'ю (синхронів). Монтуючи синхрон, слід пам'ятати про категорію об'єктивності, адже доводиться міняти місцями не тільки шматки, але й окремі речення (чи навіть слова для зрозумілості змісту). Саме тому фахівці керуються таким правилом монтажу синхронів: „Єдина межа, яку, монтуючи синхрон, ми не маємо переходити, – це змінювати сенс тексту, оригінальну стилістику і темпоритм мовлення. Наш прями́й обов'язок довести

синхрон до стану, коли глядач отримає максимум інформації, не встигнувши засумувати” [4, с. 315].

Інтерв'ю на телебаченні може подаватися не тільки фрагментарно (у вигляді синхронів, частини сюжету), а й повноцінно (як самостійна частина програми). В іншому разі, інтерв'ю стає формою безпосередньої участі людей в діяльності засобів масової інформації, що передбачає діалог, тобто участь у розмові на екрані [7, с. 52].

Режисер А. Камінський ужає, що і в кадрі, і за кадром право на слово має лише активно діючий персонаж. На його думку, це не означає заборону на слово для журналіста, а те, що: а) журналіст повинен теж стати учасником сюжету зі своєю роллю і позицією, зі своїм „Я хочу” і домінантою характеру; б) текст журналіста має бути дією; в) усі „ліди”, підводки, відводки, зв'язки і т.д. – не мета, а спосіб побудови лінії дії одного з основних персонажів сюжету – автора [4, с. 300].

Реалізацію „права на слово” журналіст отримує під час роботи в кадрі – виголошення стенд-апу. Стенд-ап – виступ журналіста в кадрі як складова журналістського твору або під час включення з місця подій [14, с. 54]. М. Стівенс виділяє три види стенд-апів, зокрема такі: - стенд-апи на початку – розпочинають кадром, що привертає увагу (у прямих включеннях або якщо відеоряд програє); - стенд-ап посередині – перехід від однієї частини репортажу до іншої [там само], журналіст демонструє щось; - стенд-ап-закінчення: „інший факт, прогноз, протилежна точка зору, перефразування головної думки” [15, 334-335].

Висновки. Отже, основними текстовими компонентами є: текст ведучого програми (студія: підводки і відводки), текст інтерв'ю, синхрон, закадровий текст, текст у кадрі (стенд-ап), графічний текст і репераунд (відео з інтершумом). „Тримання в голові тексту ще ненаписаного сюжету” – таке правило можна застосувати в ході створення будь-яких текстових компонентів, що згодом стануть органічними частинами телевізійної програми, яка визначає кількість і зміст текстових компонентів телепродукту, структурує їх, організує і взаємопов'язує відповідно до задуму і установок автора.

Список літератури

1. Бабенко В. До характеристики терміна „телевізійний текст” / В. Бабенко // Вісник: Проблеми української термінології. – Національний університет „Львівська політехніка”. – 2008. – № 620. – С. 288-291.
2. Дмитровський З. Телевізійна журналістика: [навч. посібн.] / З. Дмитровський. – Львів: ПАІС, 2006. – 208 с.
3. Енциклопедія електронних мас-медіа: [у 2 т.] / І. Мащенко. – Запоріжжя: Дике поле, 2006. – Т. 2: Термінологічний словник основних понять і виразів: телебачення, радіомовлення, кіно, відео, аудіо. – 2006. – 512 с.
4. Каминский А. Вектор замысла. Пошаговый самоучитель тележурналиста / А. Каминский. – М.: Эксмо, 2007. – 384 с.
5. Князев А. Основы тележурналистики и телерепортажа: Учебное пособие [Электронный ресурс] / А. Князев. – Режим доступа: <http://www.eartist.narod.ru/text1/09.htm>
6. Кэрролл В. Новости на TV: [пер. с англ.] / Виктория Кэрролл. – М.: Мир, 2000. – 285 с.
7. Муратов С. Телевизионное общение в кадре и за кадром: [учебн. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности «Журналистика»] / С. Муратов. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 201 с.

8. Нариси про текст: Теоретичні питання комунікації і тексту / В. Різун, А. Мамалига, М. Феллер. – К.: Наукова думка, 1998. – 336 с.
9. Основи телетворчості: практикум / О. Сербенська, В. Бабенко. – Львів: ПАІС, 2007. – 112 с.
10. Поліщук Л. Структура телевізійного інформаційного тексту (за матеріалами загальнонаціональних каналів) [Текст]: автореф.... кандид. філол. наук: 10.01.08 / Л. Поліщук. – К., 2006. – 20 с.
11. Самарцев О. Современный коммуникативный процесс [Электронный ресурс] / О. Самарцев. – Режим доступа: http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b_id=539
12. Симоніна Н. Новітні жанри української тележурналістики: розвиток інфотейменту [Електронний ресурс] / Н. Симоніна. – Режим доступу: http://www.journ.univ.kiev.ua/trk/publikacii/symonina_publ.php
13. Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті / За заг. ред. Ю. Бідзілі. – Ужгород: ВАТ „Видавництво „Закарпаття”, 2007. – 224 с.
14. Снурнікова Ю. Основи тележурналістики: [навч.-метод. посібн. для студентів зі спеціальності «Журналістика»] / Ю. Снурнікова. – Х.: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2010. – 60 с.
15. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Мітчел Стівенс. – К.: ВД „Києво-Могилянська академія”, 2008. – 407 с.
16. Телевизионная журналистика: [учебн.] / Редколл.: Г. Кузнецов, В. Цвик, А. Юровский. – М.: Изд-во МГУ, 1998. – 304 с.
17. Цвик В. Телевизионная служба новостей: [учебн. пособие для студентов вузов] / В. Цвик. – М.: ЮНИТИ ДАНА, 2008. – 319 с.
18. Шаповал Ю. Поэтика телевізійної журналістики: [монографія] / Ю. Шаповал. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2003. – 202 с.
19. Яковець А. Телевізійна журналістика: теорія і практика: [підручник] / А.В. Яковець. – К.: Вид. дім „Києво-Могилянська академія”, 2007. – 240 с.
20. Яцимірська М. Сучасний медіа-текст: [словник-довідник] / М. Яцимірська. – Львів: ПАІС, 2004. – 220 с.

Терновая А. И. Текстовые компоненты телевизионного материала // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Т.24 (63). – №4. Часть 1. – С.194-198.

Текстовые компоненты телевизионного материала. В статье рассмотрены синтезированные аудиовизуальные объекты телевизионной коммуникации, относящиеся к отдельной категории медиатекстов. Выявлена специфика телетекстов как одной из основной категорий продукта экранной деятельности и проанализированы их разновидности в телевизионных материалах.

Ключевые слова: *подводка, синхрон, текст, стенд-ап, графический текст.*

Ternovaya A. I. Text components of television material // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social communicatios». – 2011. – V.24 (63). – №4. Part 1. – P.194-198.

Media text as a component of television product. In the article Synthesized audiovisual object television communication, what belong to same categories media texts were considered in the article. We defined a specific of text communications as one of the basic components product of CRT activity and analysed they varieties are in televisional material.

Key words: *tricking into, precount, text, stand-ap, graphic text*

Поступила до редакції 19.08.2011 р.