

Ще одним структурним компонентом ролика є синхрони. Вони виконують інформативну функцію. Завдяки прямій мові головних героїв роликів можна подати інформацію, яка необхідна для його переконливості. Також ролик може супроводжувати музика, яка разом із синхронами та закадровим текстом допомагає створити динаміку. Зазначимо, що музичний супровід радять добирати здебільшого без слів, адже тексти можуть відволікати глядача від сприймання текстової інформації, що міститься в закадровому тексті.

Отже, композиція – це важливий засіб побудови твору, забезпечення його цілісності, «скріплення» основних композиційних компонентів журналістського продукту. Структура ролика залежить від різновиду створеної рекламної продукції. Композицію аудіовізуальних матеріалів формують закадровий текст, синхрони, відеоряд, музичний супровід. Аби представити аудиторії рекламний ролик про навчальний підрозділ університету, варто виконати кілька етапів, а саме: збирання інформації, створення сценарію, планування та проведення процесу знімання. Опісля – запис закадрового тексту, вибір музичного супроводу та монтаж кожного ролика.

Творчий продукт такого характеру є перспективним напрямом рекламно-іміджевої діяльності, який спонукає до подальшого продукування матеріалів про функціонування інституту, роботу його викладачів, позанавчальні заходи для студентів, їхній побут та ін. Це дасть можливість зацікавити абітурієнтів до вступу й популяризувати навчальний підрозділ серед інших ЗВО.

Список використаних джерел:

1. Аксенова К. А. Реклама и рекламная деятельность : конспект лекций / К. А. Аксенова. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 96 с.
2. Дудко О. С. Роль репутації у створенні міжвузівського навчального закладу / О. С. Дудко // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації : зб. наук. пр. – 2011. – № 1. – С. 125 – 130.
3. Душенкина Е. А. Корпоративный имидж. Теория практики [Электронный ресурс] / Е. А. Душенкина. – Режим доступа : http://www.ci-journal.ru/article/201/200803corporate_image.
4. Кондель Т. К. Особливості реклами у ЗМІ [Електронний ресурс] / Т. К. Кондель. – Режим доступу : http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1_2/46-kondel.pdf.
5. Обритько Б. А. Реклама і рекламна діяльність : курс лекцій / Б. А. Обритько. – Київ : МАУП, 2002. – 147 с.
6. Скубей В. Б. Как работать над фильмом о своей компании журналистики [Электронный ресурс] / В. Б. Скубей. – Режим доступа : http://kinoru.ucoz.ru/publ/8_1-0-401.
7. Уорд П. Композиция кадра в кино и на телевидении / П. Уорд. – М. : ГИТР, 2005. – 196 с.
8. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис – СПб. : Еврзнак, 2002. – 448 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Надточій О. Л.

Д. А. Шевченко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПРОБЛЕМАТИКА НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИХ ПРОГРАМ ТЕЛЕКАНАЛУ «МЕГА»

У статті проаналізовано особливості науково-популярних телепрограм, з'ясовано їхню класифікацію та специфіку, а також здійснений аналіз тематики програмної продукції науково-популярного столичного телеканалу «Мега».

Ключові слова: науково-популярна телепрограма, рубрикація, аналіз, проблематика, тематичні вектори.

Сучасні наукові досягнення і винаходи дуже швидко стають популярними й суттєво впливають на життя суспільства. Важливо вчасно та зрозуміло роз'яснювати суть тих чи тих наукових надбань, що є місією науково-популярної журналістики загалом та телевізійної зокрема. На сучасному етапі розвитку суспільства науково-популярна тележурналістика в Україні перебуває в стані занепаду. Це зумовлено низкою причин, а саме: малим попитом на тематику науково-популярного змісту, високою собівартістю випуску цих програм та відсутністю кваліфікованих журналістів, здатних писати про складне зрозумілою для пересічних громадян мовою.

Актуальність теми зумовлена браком практично орієнтованої інформації стосовно науково-популярних телепрограм, їхньою роллю в популяризації науки, а також потребою виокремлення тематичних векторів цих програм.

Дослідники поки що приділяють недостатньо уваги науково-популярним телепрограмам, зокрема їхній проблематиці, а тому виникає потреба забезпечити журналістів теоретико-методологічною базою, необхідною для створення якісних науково-популярних програм на телебаченні.

Мета роботи полягає у визначенні специфіки та проблематики науково-популярних програм на телебаченні (на прикладі столичного науково-популярного телеканалу «Мега»).

Реалізація поставленої мети передбачає такі завдання: розкрити сутність поняття «науково-популярна телепрограма», визначити специфіку та функції цих програм; з'ясувати тематичні вектори програм науково-популярного спрямування на столичному каналі «Мега».

Тож варто зупинитися докладніше на з'ясуванні сутності та особливостей науково-популярних телепрограм. На думку Г. Кузнєцова, «науково-популярні програми – це програми, створені на основі теоретичних та (чи) експериментальних відомостей, а також досліджень у галузі науки, культурної техніки, викладених у формі, зрозумілій глядачеві-нефахівцеві. Науково-популярні програми схожі з науковими, однак призначені для широкого кола глядачів, мають доступний й популярний стиль викладу [7].

Основою контенту програм науково-популярного спрямування є все те, що належить до наукових досліджень. Безумовно, одними з найважливіших функцій таких програм є популяризація й пропаганда наукових знань, формування наукового світогляду глядача, однак не менш важливими постають також і просвітницька та інформативна функції.

Науково-популярні програми виходять в ефір переважно на спеціалізованих каналах, єдиним, що позиціонує себе в українському телепросторі як науково-популярний, є столичний недержавний телеканал «Мега» [9].

Здійснивши жанрово-тематичний аналіз 116 програм телеканалу «Мега» за грудень 2018 року, можемо констатувати, що в основному науково-популярна тематика представлена у формі документальних серіалів (57 %), документальних програм (29 %), ток-шоу (9 %) і наукових фільмів (5 %). За допомогою серіалів оприлюднюються наукові відомості, факти й результати досліджень, гіпотези, ідеї, відкриття. Фактично науково-популярні серіали популяризують глядачам, власне сам науковий метод сприйняття дійсності. У науково-популярному серіалі можуть використовувати дані декількох наук, проте серед них одна є основною, а решта – допоміжні. В основу науково-популярних документальних програм покладено реальні наукові події, тоді як жанр ток-шоу а являє собою телевізійну дискусію, у ході якої обговорюють різні погляди на певну актуальну для широкого загалу наукову проблему, що має суспільний інтерес. Менш поширеним жанром на каналі є наукові фільми (переважно на історичну тематику).

У ході вивчення змістового наповнення каналу констатовано, що 45 % контенту – це програми історично-релігійного характеру; програми про флору та фауну складають 28 %; інформація про цікаві подорожі, пригоди та туризм – 15 %, а програми про науку та техніку – 12%.

Як свідчать результати проведеного дослідження, ключовою темою телепрограм каналу «Мега» є «Історія та релігія» (45%). У матеріалах цього тематичного блоку автори розповідають про важливі дати, епохальні постаті, які впливали на хід історії, а також представляють розслідувальні матеріали на цю тематику. Програми про тваринний і рослинний світ, у яких розкрито таємниці дикої природи різних континентів світу, складають менший відсоток. Крім того, аудиторія може дивитися програми про мандри та туристичні маршрути (таких програм зафіксовано близько 15 %). Перегляд програм цього тематичного блоку мотивує телеглядачів до нових туристичних подорожей найдивовижнішими місцями нашої планети. Також «Мега» транслює програми про наукові відкриття в технічній сфері. Блок «Наука і техніка» складає 12 % контенту телеканалу.

Щодо походження медійного продукту, то більшість програмної продукції каналу (90 %) – це програми закордонного виробництва і лише 10 % – вітчизняний науково-популярний телепродукт.

Отже, проведений аналіз жанрово-тематичних особливостей програм на столичному телеканалі «Мега» засвідчив, що науково-популярна тематика на ньому представлена у формі документальних серіалів (57 %), наукових документальних програм (29 %), ток-шоу (9 %) та наукових фільмів (5 %). Щодо контенту телепрограм, то науково-популярна тематика представлена основними чотирма тематичними блоками: «Історія та релігія», «Наука і техніка», «Флора і фауна», «Пригоди та мандри», що містять по кілька тематичних мікротем (45 % – це програми історично-релігійного характеру, 28 % – про флору та фауну, медійний продукт про цікаві подорожі й пригоди та туризм складає – 15 %, а програми науково-технічного характеру – лише 12 %). Також на каналі «Мега» транслюють переважно програмну продукцію науково-популярного характеру закордонного виробництва.

Обрана тема дослідження не вичерпує всіх питань, пов'язаних із проблематикою науково-популярних програм на телебаченні, а тому потребує подальшого наукового вивчення, що і стане предметом подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Бондаренко Т. О. Популяризація науки у вітчизняному медіапросторі / Т. О. Бондаренко // Держава та регіони. – 2012. – № 1. – Серія: «Соціальні комунікації». – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_sk/2012_1/les/SC112_06.pdf.
2. Вакурова Н. В. Типология жанров современной экранной продукции : учебное пособие / Н. В. Вакурова, Л. И. Московкин. – М., 1997. – Режим доступа : http://evartist.narod.ru/text3/08.htm#з_02.
3. Дмитровський З. Телевізійна журналістика : навч. посібник / З. Дмитровський. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2006. – 208 с.
4. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості : навч. посіб. / В. Здоровега. — Львів : ПАІС, 2000. – 180 с.
5. Зелінська Н. А. «Який він науковий стиль?» / Н. А. Зелінська. – 2014. – Режим доступу : <http://kulturamovy.univ.kiev.ua/КМ/pdfs/Magazine38-3.pdf>.
6. Князев А. Основы тележурналистики и телерепортажа : учеб. пособие / А. Князев. – Бишкек : КРСУ. – 2001. – Режим доступа : <http://www.evartist.narod.ru/text1/09.htm>.
7. Кузнецов Г. В. Телевизионная журналистика : учеб. пособие / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский та ін. – М. : Высшая школа, 2002. – Режим доступа : <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm>.
8. Михайлин И. Л. Основы журналистики : ученик ; изд. четвертое, исправл. и доп. / И. Л. Михайлин. – Харьков : ХИФО, 2004. – 350 с.
9. Офіційний сайт каналу «Мега». – Режим доступу : <http://megatv.ua>.

Науковий керівник: к. соц. ком., доцент Ковтун Н. О.