

Думчиков О. В., здобувач;
Ятчук. О. М., к. н. з соц. ком., доцентка,
Університет митної справи та фінансів

ВІЗУАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ДНІПРОВСЬКИХ ТЕЛЕКАНАЛІВ ПІД ЧАС ВІЙНИ (НА ПРИКЛАДІ ДНІПРО TV)

Об'єктом аналізу в роботі є візуальний контент регіо-нального телебачення (на прикладі Дніпро TV). Предметом дослідження є особливості роботи регіональних медіа в умовах російсько-української війни, а саме трансформація та виклики щодо створення контенту. Як приклади розглядаються аудіовізуальні повідомлення про події за допомогою змонтованих відеороликів на основі сторітелінгу та формату Caption Video. Мета дослідження – привернути увагу до трансформації звичного контенту, інтеграційних процесів діджитал медіа та традиційних (на прикладі телебачення) як сталої тенденції, що потребує детального аналізу та дослідження в подальшому.

Ключові слова: медіаконтент, місцеве телебачення, російсько-українська війна

З початком повномасштабного вторгнення в Україну країни агресора медіагалузь зазнала певних змін, що вплинуло, на тематику та формат виконання завдань, тип поширення інформації, верифікацію даних та як наслідок змінило сталі формати надання інформації як такої.

Швидкі зміни в інформаційному просторі, оперативне надходження повідомлень, збільшення запиту аудиторії на новинний контент привів до збільшення трафіку тих видань (як національних, так і регіональних), які змогли задовольнити цей попит та збільшити об'єм новинного контенту. Традиційно, видання, які не спеціалізуються на поширенні обсягу контенту та спеціалізуються на лонгрідах, розслідуваннях. Видання не змогли суттєво збільшити аудиторію, навіть через тематичну цікавість, або навпаки втратили її. Ця тенденція підтверджується і у дослідженні аудиторії [2] що підтверджує сталу зацікавленість останньої саме в інформаційних (новинних) повідомленнях, що дозволяють оперативне дізна-

ватися про події в країні під час ситуацій, які виникають в умовах російсько-української війни.

Для регіональних медіа помітна тенденція, щодо гібритизації традиційних та цифрових медіа, де застосовується. Контент у нових форматах, які можна поєднувати із соціальними мережами та робити аудіовізуальний контент привабливим для глядацької аудиторії. Одним з перспективних напрямів впровадження контенту є застосування сторітелінгу, що допомагає покращити відображення поступового розвитку розповіді, привернення уваги до структури повідомлення, емоційні зв'язки з героями історій, концентрація на головній думці, яку автори матеріалів доносять до аудиторії[1].

Спробуємо проаналізувати матеріали про російський теракт, внаслідок якого постраждало АТП із автобусами (м. Дніпро, 29 вересня 2022 р) що були представлені у вигляді аудіовізуального контенту дніпровського телеканалу Дніпро TV [3] у Instagram [4]. У відео немає голосу, однак присутні аудіо: фонова музика, звуки та репортажний відеоряд із фотографіями місця подій із субтитрами, які містять інформацію про наслідки теракту, та інформація про особливості постраждалого АТП із автобусами. Поступово новина подається у вигляді візуальної розповіді, коли зображується нічне місто із сиренами та звуками вибухів, далі можна спостерігати за зйомками місця подій де присутня пожежа із фотографіями де також подаються наслідки та деталі, які емоційно доповнюють розповідь (наприклад: табличка із номером знищеного автобуса). Наприкінці відеоматеріалу можна спостерігати за репортажними зйомками роботи рятувальників, а у фіналі демонструються залишки від АТП та автобусів та інформацією про місце події.

Також серед контенту Дніпро TV [3], можна виокремити відеоролики які також містять донесення основної думки, із викликом емоцій глядача. Продемонструвати це може відеоматеріал «Дніпро. Рік боротьби!»[5], який вийшов до річниці повномасштабного вторгнення країни-агресора. Відео розпочинається із сценами гри державного гімну України, та щасливого життя українців у м. Дніпрі в останні місці зими перед роком, що розпочався з війни. Поступово демонструються звуки із сиренами та вибухами, що переносить глядачів у теперішній час із демонстрацією сучасних подій під час війни, (теракти спричинені РФ, однак присутні також кадри із українських перемог – звільнення Херсону, волонтерська робота українців).

Доповнюється візуалізація розповіддю про роботу працівників телеканалу в умовах війни та життя пересічних українців. Наприкінці демонструється великий український прапор.

Таким чином, досліджуючи аудіовізуальний контент дніпровських телеканалів під час війни (на прикладі Дніпро TV) ми дійшли висновку, що в умовах російсько-української війни українські регіональні медіа, зокрема телеканали здатні аудіовізуально повідомляти про події за допомогою змонтованих відеороликів на основі сторітелінгу, що містять поступовий розвиток розповіді, у вигляді репортажних відео, фотографій та фонові музики із аудіо. Спираючись на проаналізовані типові приклади, можемо спрогнозувати, що в умовах війни контент медіа як наслідок може розвиватися у аудіовізуальних форматах, поширюючи аудіовізуальні матеріали на основі сторітелінгу.

Список літератури

1. Ущатовська І.В. Емотивність як антропоцентричний лінгвальний потенціал сторітелінгу у формуванні цінностей бренду. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Інноваційний потенціал сучасної освіти та науки». Київ, 2020. С. 256–260.
2. Воєнне видання. URL: <https://research.mediadevelopmentfoundation.org/>
3. Телеканал Дніпро TV. URL: <https://dnipro.tv>
4. Відеоматеріал Дніпро TV у Instagram. URL: <https://www.instagram.com/p/CjI1FuOvWO1/>
5. Телеканал ДніпроTV. Дніпро. Пік боротьби!. URL: <https://youtu.be/WDMrbHJmZF4>