Іванова С. А. ПОШУК ЗНАНЬ: ВІД КЛІПОВОЇ СВІДОМОСТІ ДО РОЗУМІННЯ.

Проаналізовано особливості роботи з інформацією, а також вплив кліпової свідомості на якість роботи з пізнавальним матеріалом. Надано практичні інструменти подолання деяких обмежень пізнання.

Ключові слова: пізнання, сприйняття, інформація.

Ivanova S. THE KNOWLEDGE RESEARCH: FROM THE CLIP CONSCIOUSNESS TO AWARENESS.

Information work features and clip consciousness influence on informative material work quality are analyzed in this article. The practical instruments of overcoming some comprehension limitations are given.

Keywords: comprehension, perception, information.

UDC 007:304:001

THE KNOWLEDGE RESEARCH:
FROM THE CLIP CONSCIOUSNESS TO AWARENESS

Svitlana Ivanova

Oles Honchar Dnipropetrovsk National University,
13, Naykova Str., Dnipro, 49050, Ukraine
ivanova.svetlana.dnu@gmail.com

Research methodology. The theoretical scientific sources analysis was made in this article in order to determine the current trends of clip consciousness influence on human perception.

Results. It is possible to change the brain working method in iterative and progressive way. The brain plasticity allows changing neural networks connections. The perception automatism can be broken with the help of practice that leads to perception awareness increase and to greater material understanding. The practical steps that allow increasing the personal and interpersonal awareness quality are given in the article. The efforts directed to better environment awareness are very important for media resources today. This awareness may decrease tensity in the society as well as local and global conflicts.

Novelty. It was both the theoretical scientific sources analysis in the perception methodology area and neuroscience materials that are firstly taken into account here.

The practical significance. The results of the investigation can be used for media market quality increase.

Надійшла до редколегії 26.09.16.

УДК 070 : 654.197

SLOW TV: ТЕЛЕБАЧЕННЯ ЯК ЗАСПОКІЙЛИВЕ. ІСТОРІЯ ПОЯВИ НА ТЕЛЕЕКРАНАХ

Н. О. Ісаєва, викладач

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара,
вул. Наукова, 13, м. Дніпро, 49050, Україна

Досліджено генезис появи підвиду жанру реаліті-шоу – Slow TV – у сучасному медіапросторі, виокремлено комунікативні особливості телепродукту, розглянуто найуспішніші проекти цього інноваційного медіаформату.

Ключові слова: телевізійний простір, Slow TV, жанр, формат, медіа.

Постановка проблеми. У сучасному світі термінових новин, інформаційного шуму медіаспоживачів постійно переслідує безмежний потік контенту. Аби привернути і втримати біля екранів аудиторію, власники, продюсери телеканалів змагаються у створенні різноманітних гостросюжетних серіалів, програм і шоу.

© Ісаєва Н. О., 2016

Таким чином, практично не залишаючи глядачам жодної можливості розслабитися. Медійники з Норвегії вирішили змінити цю тенденцію і запустили проект під назвою Slow TV, який користується в країні шаленою популярністю і вже розширює свою географію.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Активно досліджують наповнення сучасного телебачення (І. Побєдоносцева), класифікацію жанрів телевізійних дійств (З. Алфьорова), діалогові форми на телебаченні (Т. Шальман), інтерактивні якості (Т. Трачук), комунікаційні властивості шоу (С. Катаєв, Ю. Мосаєв) та реаліті-шоу (Є. Гуцал, А. Оборська, А. Савенко, С. Уразова, Т. Шоріна). Наукові розробки стосовно явища повільного телебачення наразі ще не проведено.

Мета статті. Метою дослідження є функціонування жанру повільного телебачення на сучасному медіаринку, виокремлення його комунікативних особливостей.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз жанру реаліті-шоу є беззаперечним, адже цей медіапродукт є невід'ємною складовою телевізійного простору більшості медіа в різних країнах світу. Реаліті-шоу розглядають як багатогранний засіб заповнення телевізійного ефіру і багатофункціональний аспект масової та міжособистісної комунікації [1; 2]. Сьогодні, аналізуючи контент американських та європейських медіа, можемо стверджувати, що виник новий підвид цього жанру – Slow TV.

Американський стрімінговий сервіс Netflix з серпня 2016 р. запустив на своїй платформі «повільне телебачення» – багатогодинні відео, в яких немає екшену. Онлайн-сервіс Netflix додав до свого відеокаталогу 11 роликів. Наприклад, поїзд у звичайному режимі їде залізницею, пароплав пливе водою, або рибалки ловлять рибу. Цей продукт створений для тих, хто надає перевагу «врівноваженим» розвагам. Люди в'яжуть, співають псалми, ловлять рибу і все це триває багато годин поспіль. Такий відеоконтент став справжньою телевізійною візитівкою Норвегії і водночас культурним феноменом. Саме ця країна стала так званою батьківщиною Slow TV. Норвезький серіал, який документує звичайні події в режимі реального часу, надійшов у каталог відеострімера Netflix 5 серпня, і його онлайн-реліз приніс мільйонну аудиторію одному з найдивніших явищ сучасного телебачення. Повільне ТВ полонило глядачів трансляцією побутових явищ, де немає місця зрежисованим подіям і заздалегідь прописаним емоційним вибухам.

Цей телевізійний формат вже має певний історичний бекграунд. Таке відео вперше на екранах з'явилося ще 7 років тому. NRK2 – норвезький суспільний телеканал, у 2009 р. підготував на честь сторіччя залізниці Bergen Line, яка з'єднує Берген і Осло, незвичайний подарунок. Працівники каналу створили 7-годинний фільм «Bergensbanen minute by minute». Цей фільм тривав стільки часу, скільки і займала уся подорож локомотива. Найгостріші відчуття глядачі могли отримати лише тоді, коли поїзд минав тунелі, адже в цей час на екрані була темрява і аудиторія кілька секунд могла дофантазувати розвиток подальших подій. Для створення фільму залучили 4 камери: дві розташували попереду поїзда, дві у кінці. Ця програма не передбачала розвитку сюжету і активних подій у кадрі. Відеокамери лише фільмували краєвиди, які на своєму шляху зустрічав поїзд. Доповнювали зображення невеликі вставки з розповідями працівників залізниці. Фільм, на подив авторів, здобув шалену популярність серед глядачів. З пяти мільйонів жителів усієї країни, його переглянули 1,2 млн норвежців. А далі – більше.

Через 2 роки після трансляції подорожі локомотива в ефір вийшла програма від норвезького суспільного мовника про морський круїз по фйордах. Він тривав 134 години! «National Wood Night» – наступний проект у режимі повільного телебачення від NRK. Ця програма тривала 12 годин і зосереджувала увагу глядачів на дровах. Перші 4 години в ефірі дискутували про те, яка сторона дерева краще горить – внутрішня чи зовнішня, а далі просто транслювали полум'я у каміні.

Світові медіаексперти тоді вперше заговорили про нове телевізійне явище Slow TV. Журналіст американського видання The New York Times Сарах Ляал написав матеріал, в якому даний формат реаліті-шоу назвав атмосферним наративом [4].

Інший журналіст видання, Марк Льюїс, вважає таке телебачення органічним продовженням норвезької культури, своєрідним маркером, як легенди про тролів і спортивні змагання на бігових лижах. Більше трьох мільйонів з 5-мільйонного населення Норвегії переглянули трансляцію вищезгаданого круїзу. Програма «Вечір біля каміна» зібрала біля екранів понад 1 млн глядачів. Slow TV культивує віру норвежців в унікальність їхньої культури, хоча вони так і не наважуються аргументувати, чому так полюбляють подібні програми. Про повільне телебачення можна сказати, що це норвезька візитівка, бо в інших скандинавських країнах він не має такого попиту серед аудиторії. У певному сенсі програми мають майже гіпнотичний ефект. Існує легенда серед норвезьких медійників, що один глядач, який дивився круїз, подзвонив на телеканал і повідомив, що на лайнері пожежа, а насправді полум'я було у нього на кухні.

Серед сюжетів, які медіа обирали для трансляції у форматі Slow TV, окрім згаданих вище, були такі: тригодинний тур Національною галереєю мистецтв, 18 годин онлайн трансляції виловлювання лосося, національний конкурс з в'язання (у прямому ефірі норвезького ТБ продемонстрували усі етапи процесу створення в'язаного виробу – спершу величезними ножицями в режимі реального часу обстригли вівцю, потім шерсть пряли, мотали і почали її в'язати, створивши у фіналі шоу чоловічий светр), 24-годинна подорож на автомобілі навколо Ісландії в режимі реального часу. Ці тематичні програми автори втілили у форматі реаліті-шоу, в режимі прямого ефіру, використовуючи прийоми репортажу, мандрівного нарису, документалістики.

Така популярність подібних програм змушує говорити про новий медіафеномен – Slow TV. Він, у свою чергу, продовжує концепцію Slow life. Slow life – це соціальнй рух, мета якого – призупинити ритм буденного життя. Ініціатор напрямку – італійський журналіст Карло Петріні. Історія почалася в 1986 р. з протесту проти чергового відкриття фауст-фуду у самому центрі Рима. Ідея, яка з початку належала невеликій групі італійських гурманів, швидко набула популярності. Філософія поміркованості і спокійного життя за останні кілька років поширилася на багато сфер людської діяльності, починаючи від церкви і закінчуючи стартапами. У 2010 р. німецькі активісти заснували Інститут Slow Media. Ця установа бореться з культурою швидкого споживання інформації. Тут намагаються змінити ставлення споживачів до засобів масової інформації, а також підвищити рівень журналістської відповідальності за створені матеріали.

Можна вважати, що батьком жанру повільного ТВ був Енді Уорхол. У 1964 р. він представив фільм під назвою «Sleep», в якому лише продемонстрував сон поета Джона Жорно протягом п'яти годин.

Томас Хеллум, норвезький телепродюсер, наголошує на тому, що Slow TV – це абсолютна протилежність усьому, що ми знаємо про розважальне телебачення. Повільне телебачення має такі характеристики: відсутність сюжетної лінії, відсутність сценарію, безмонтажне виробництво, вільний кадр. Норвезький формат повільного телебачення, занурює глядачів у реальні події, а відсутність сценарію дозволяє їм самостійно будувати власні історії під час перегляду. Це так зване живе телебачення. Slow TV – своєрідна втеча від кліповості, надмірної динаміки, яка не властива людській свідомості. Глядач прагне до плавного і водночас простого споглядання звичайних, буденних речей [3]. Телебачення з подібним контентом перетворюється на відеосупровід буденності, не конкуруючи при цьому за увагу глядача, тим самим не нервуючи його.

За словами соціального психолога Олега Покальчука, це не просто телебачення, а вікно у відкриту точку. За своєю суттю – якісний репортаж, в якому ніхто

не вказує глядачеві, на що варто звернути увагу, або де треба сміятися. Телеглядачам залишають право вибору, простір для власної фантазії. Це телевізійне явище змусило замислитися медійників над таким питанням. У столітті розваг, бурхливого розвитку інформаційних технологій та гаджетів, аудиторія потребує гострих відчуттів чи прагне комфорту? Як тоді працює телевізійна формула infotainment: інформуючи, розважає, чи розважаючи інформує? Практичне втілення констатує той факт, що автори повільного телебачення зосереджуються лише на віддзеркаленні буденності, тим самим заспокоюючи аудиторію.

Ще декілька років тому Slow TV вважали суто норвезьким явищем, але останнім часом європейські продюсери почали переймати досвід у північних колег: найсвіжіше «повільне шоу» зняли у Франції. Французьким телеглядачам представили дев'ятигодинну програму про людину, яка просто йде по Токіо спиною вперед. Щоб його рухи виглядали більш плавними і природними, Людовик Зіллі – герой фільму – навіть брав до початку зйомок уроки з танців. Французьке Slow TV– елегантне, грайливе і не настільки практичне, як норвезьке. Але й ті, й інші, очевидно, вирішили, що поспішати немає куди, і ефірний час не економлять.

Нещодавно і британський канал BBC4 почав випускати програми під загальною назвою BBC Goes Slow: вже вийшли випуски, в яких транслювали пташині співи на світанку, а також процес виробництва скла, виготовлення металу та обробки дерева – від початку і до кінця.

Незважаючи на те, що серед глядачів зустрічаються і скептики, повільне ТВ – цілком у традиціях норвежців, впевнений Гейр Бертельсен, засновник Всесвітнього інституту повільності. За його словами, Норвегія швидко покращила свою економічну ситуацію завдяки нафті, але самі норвежці ментально, як і раніше, залишаються тими ж фермерами і рибалками, якими вони були багато століть. Саме через це люди отримують задоволення від таких буденних речей, як спостереження за палаючими дровами і тим, як лайнер йде морем. У той же час Норвегія – країна сучасних технологій. Тут чи не кожен має смартфон і аккаунт у Facebook. Люди весь час дуже зайняті, а коли не працюють, то постійно сидять в Інтернеті. Можливо, це ще одна причина такої популярності повільного телебачення. Коли ритм суспільства стає все швидшим, то такі поняття, як час і спокій, стають найціннішими. На думку Гейра Бертельсена, чим швидше, динамічніше країна живе, тим популярнішим там буде повільне ТВ.

Висновки. Повільне телебачення – це фактично антителебачення, оскільки звичайне ТБ показує, як життя стає інтенсивнішим. «Це західна ідентифікація – давайте рухатися швидше, отримувати більше інформації і т. д.», – пояснює психолог Анна Валенса. – А повільне ТВ, можливо, стає свого роду завершенням телевізійного циклу». Багатогодинні трансляції з човнів, що пливуть вздовж узбережжя, масове в'язання, споглядання вогню у каміні – це сюжети, які зменшують суспільний адреналін. Slow TV виконує функцію своєрідного ретранслятора природної буденності, тим самим впливає як заспокійливе на масову аудиторію, демонструючи перебіг звичайних явищ.

Список бібліографічних посилань

1. **Алфьорова З. І.** Телевізійне дійство: типологія, жанрова і тематична класифікація / Культура України : зб. наук. пр. / [за заг. ред. В. М. Шейка]. Вип. 33. Харків : ХДАК, 2011. С. 213–220.

2. **Дубовик Н.** Шоутизация современной культуры // МІСТ: Мистецтво, історія, сучасність, теорія : зб. наук, праць з мистецтвознавства і культурології. 2010. № 7. С. 224–233.

3. **Злобек М.** Медленное телевидение Норвегии: это не может быть интересным. URL: http://slon.ru/calendar/event/1195447.

4. **Sarah Lyall.** Bark Up or Down? Firewood Splits Norwegians. URL: http://http://www.nytimes.com/2013/02/20/world/europe/in-norway-tv-program-on-firewood-elicits-passions.html.

Исаева Н. Slow TV: ТЕЛЕВИДЕНИЕ КАК УСПОКОИТЕЛЬНОЕ. ИСТОРИЯ ПОЯВЛЕНИЯ НА ТЕЛЕЭКРАНАХ.

Исследован генезис появления подвида жанра реалити-шоу – Slow TV – в современном медиапространстве, выделены коммуникативные особенности телепродукта, рассматрены успешные проекты этого инновационного медиаформата.

Ключевые слова: телевизионное пространство, Slow TV, жанр, формат, СМИ.

Isaeva N. SLOW TV: TV AS A SEDATIVE. THE HISTORY OF ITS APPEARANCE ON TV.

The genesis of reality-show appearance is under study in the aspect of the functioning of the reality-show genre, including its subspecies – Slow TV – in contemporary media space. The research distinguishes its communication features, detailed analysis successful projects of this innovative media format.

Keywords: TV-space, Slow TV, genre, media.

UDC 070 : 654.197

SLOW TV: TV AS A SEDATIVE. THE HISTORY OF ITS APPEARANCE ON TV

Nataliya Isaeva

Oles Honchar Dnipropetrovsk National University,
13, Naykova Str., Dnipro, 49050, Ukraine

Research methodology. In order to determine the current trends of the international TV space the analysis of slow TV are implied. Cultural, political and social factors are under consideration during the process of the analysis.

Results. Slow TV in Norway is moving fast. There are many good projects coming out there. The entire nation enjoys log footage burning and salmon swimming upstream. Slow TV has become a staple of Norwegian public broadcasting. Rather than complaining about the programs' long running times, Norwegians seem to relish them. They allow viewers to go far deeper, enjoy more details and relax. Slow TV reflects the patience required to survive a long Norwegian winter, but also a hint of cultural rebellion. All other TV is just speeding up, and they want to break with that. The unique Norwegian phenomenon of "slow TV" has just become an export. Eleven programs landed on Netflix in English language markets, including the US and Australia. NRK has been pioneering the development of this type of television, and the programs have created an interest in Norway as a mediamaker. In a world where we have many channels and every channel has a docu-soap about some outrageous personality, this TV genre is just the opposite one.

Novelty. It is for the first time that the analysis of the Slow TV is done.

The practical significance. The results of the research can be used for further study of the Slow TV genre.

Надійшла до редколегії 26.09.16.

УДК 070: 004.738.5+004.4'27

КРОС-МЕДІЙНИЙ ХАРАКТЕР ДІЯЛЬНОСТІ «THE NEW YORK TIMES»: ГЕНЕЗА ТА СУЧАСНИЙ СТАН

О. В. Кирилова, канд. філол. наук, доцент

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара,
вул. Наукова, 13, м. Дніпро, 49050, Україна

Запропоновано системний аналіз конвергентної діяльності медіаресурсу «The New York Times». Розглянуто як сучасні аспекти функціонування видання, так і фактори, які історично вплинули на формування системи крос-медійних практик

© Кирилова О. В., 2016