

## **ХУДОЖНІ ЗАСОБИ У ВІДЕОРОЗСЛІДУВАННЯХ**

На думку дослідників, журналістське розслідування має розкривати злободенне питання, бути актуальним для широкої аудиторії; пропонувати новий погляд, що, окрім фактів, відбиває результат аналітичних роздумів і висновків авторів; дозволяє зрозуміти, чому зображена ситуація та позиція сторін є саме такими, а не іншими; містить думки різних учасників подій; унаочнює те, що аудиторії раніше було недоступне. Важливим для цього виду роботи є також вплив, про що українські журналісти останніми роками звертають більше уваги [1]. Це інформаційна та практична складова розслідувань. Тут варто нагадати, що «журналіст — творчий працівник суб'єкта у сфері медіа, який професійно збирає, одержує, створює, редагує, поширює і забезпечує підготовку інформації для медіа» [2]. Отже, цілком доречно припустити, що у своїй творчості медійник застосовує певні художні прийоми. Саме в цьому аспекті у журналістикознавстві можна віднайти чимало від літератури, аудіовізуального мистецтва та музики.

Могло б здаватися, що у журналістських розслідуваннях немає місця художнім засобам, адже найголовніше – донести інформацію. Певним парадоксом є те, що будь-який журналістський матеріал фактично неможливий без їх використання, тобто – у випадку відеоконтенту – без монтажу та руху камери, кольору та звуку, метафори та порівняння тощо [3]. Кодекс етики українського журналіста не забороняє використовувати засоби виразності. У документі вони взагалі не згадуються, але наголошується, що стрижневе – щоб будь-які матеріали не вводили в оману читачів, слухачів та глядачів [4].

Навіть побіжне ознайомлення з відеорозслідуваннями підтвердить, що журналісти активно застосовують усі доступні засоби виразності. Щоб не сумніватися у відповідності аналізованого Кодексу етики українського журналіста, звернімося до видань, що входять до «списку найякісніших і відповідальних онлайн-медіа» України, підготованого експертами Інституту масової інформації [5].

Наприклад, «Буча: розстріл на Києво-Мироцькій» – розслідування «Суспільного» про російських військових, які розстріляли волонтерів під Києвом у перші дні окупації. Він починається з емоційної промови однієї з загиблих, записаної нею як відеоповідомлення у телеграмі для матері (про це ми дізнаємося пізніше, але вже бачимо, що це повідомлення дівчини, яка пояснює, чому не може не допомагати людям. Вже на п'ятій секунді фоном починається музика, яку можна назвати тривожною. Монтажна склейка – і новий відеозапис. Його знімає жінка на смартфон. Видно, як два хлопці та дівчина готуються виїхати на автівці з двору. Закадровий звук поступово гучнішає, але все одно добре чути внутрішньокадровий: жінка пояснює, що планує робити молодь – везти допомогу туди, «де бомблять». Знову склейка. Починається відео, зняте одним з волонтерів з автівки, що рухається за призначенням. «Ой, Боженька, поможи нам», – проговорює хлопець, фіксуючи розбиту техніку на узбіччях. Музика досягає кульмінації. На екрані – ефект розірваної плівки, зображення зникає. Це перша хвилина розслідування. При цьому використані зображення навмисно викривлені, на них накладено «сітку», що нагадує зернистість, змінюється крупність, використано кольорові фільтри. Неможливо уникнути емоційного впливу такого початку. І враховуючи контекст створення розслідування, і особливість сприйняття контенту соцмереж – коли ми бачимо заголовок, іноді – вивчаємо опис, і лише після дивимося відеоряд.

Попри те, що відеорозслідування не увійшли до списку мистецько-видовищних форм сучасної культури [6], роль засобів виразності у них видається вартою окремого ґрунтовного дослідження на стику культурології, маркетингології, журналістикознавства та мистецтвознавства.

*Література*

1. Старкова Г. В., Яресько К. В. Розслідувальна журналістика в Україні та її впливи. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Т. 31 (70). №2. С. 222–228. DOI: <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.2-4/34>.
2. Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста : Закон України від 23.09.1997 № 540/97-ВР. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 05.05.2023).
3. Бабенко В. Фігуральна мова аудіовізуального контенту. *Теле- та радіожурналістика*. 2014. Вип. 13. С. 140–149.
4. Старкова Г. В., Яресько К. В., Афанасьєва О. М. Етичні засади діяльності журналіста традиційних і нових медіа. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 32 (71). № 6. Ч. 3. С. 177–181.
5. Дев'ять онлайн-медіа, що стали найякіснішими: моніторинг ІМІ. *ІМІ*. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/dev-yat-onlajn-media-shho-staly-najyakisnishymy-monitoring-imi-i47998> (дата звернення: 05.05.2023).
6. Станіславська К. І. Мистецько-видовищні форми сучасної культури : монографія. Київ : НАККІМ, 2016. 320 с.

*Хіміч Ярослава Олегівна,*

*кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри артменеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*

**ЦИФРОВА КУЛЬТУРА ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ У СПРИЯННІ  
МІЖКУЛЬТУРНИЙ КОМУНІКАЦІЇ ТА ВЗАЄМОРОЗУМІННЮ**

Питання формування і розвитку цифрової культури та медіаграмотності особистості, професійної чи соціальної спільноти, суспільства на сьогодні є актуальними та потребують постійних досліджень, оскільки знаходяться в процесі динамічного розвитку.

Актуальність теми пов'язана насамперед із сучасними світовими цивілізаційними трендами – глобалізацією, цифровізацією (зокрема в контексті інформатизації), роботизацією, включаючи розвиток нейромереж та інтернету речей.

Для створення та поширення інформаційних продуктів наразі не обов'язковою є професійна підготовка кадрів (диплом з відповідної спеціальності), наявність спеціалізованого обладнання, наприклад професійної відеокамери чи студії зі звукозапису, наявність відповідної ліцензії, наприклад на телемовлення, та ін. Створювати та поширювати інформацію (медіаконтент) через інтернет сьогодні може будь-яка людина. Або вже навіть і не людина, а «бот» – штучний інтелект. Так, звичайно, цей суб'єкт інформаційної діяльності (людина чи робот) має мати і відповідні технічні пристрої, з програмним забезпеченням, і навички роботи з технологіями та бути зареєстрованим на відповідній онлайн-платформі. Проте це вже не є ексклюзивом, а відтак інформації виробляється багато, її виробників також велика кількість, так само як і каналів її поширення. А час від створення інформаційного продукту до його споживання, навпаки, зменшується і може вимірюватись долями секунди. Засоби масової інформації, у класичному розумінні, змінюються або поступаються персоніфікованим чи анонімним новинним інтернет-каналам (Telegram), блогам та соціальним мережам (YouTube, Tik Tok, Instagram, Facebook, Twitter тощо).

У сучасному світі для поширення / отримання інформації фактично немає перешкод, кордонів та часових меж. Технології дають змогу набирати тексти з голосу та у зворотному напрямі – робити з голосу субтитри, перекладати з мови на мову, «оживляти» зображення та «візуалізувати» тексти. Перелік сучасних можливостей доволі потужний. Хоча можна згадати й про залежність технологій від елементарного живлення в електромережі, що продемонструвала військово-терористична агресія РФ та її напади на критичну інфраструктуру України. Але саме наявність технологій та професійність і мужність наших енергетиків