

ШТАМПИ В ТЕЛЕЖУРНАЛІСТИЦІ

У статті зроблено огляд наукових визначень поняття "штамп", дано узагальнююче визначення терміну "штамп у тележурналістиці", наведено приклади характерних телевізійних кліше, які негативно впливають на споживача інформації, проаналізовано типові мовні, а також зображальні, стильові, монтажні та інші кліше в передачах регіонального й центрального українського телебачення, визначено їх основні причини.

Сучасне українське телебачення хвиє на значну кількість штампів – не лише мовних, але й стильових, монтажних та інших кліше. Вони широко розповсюджені навіть у практиці провідних телевізійних каналів України, не кажучи вже про регіональні. У статті аналізуються найбільш поширені, типові штампи вітчизняної тележурналістики.

Зазвичай, за "штамп" вважають "слова, фрази, які часто повторюються без потреби: трафарет, шаблон" [1], або ж "літературні слова, сполучення слів, які здебільшого вживаються традиційно, за досить усталеною мовленнєвою звичкою" [2].

Інші науковці виокремлюють негативний вплив штампів на споживача інформації, наприклад: "Штамп – це такий часто повторюваний засіб висловлювання думки, який справляє негативне стилістично-змістове враження" [3] чи "мовний стереотип іноді з негативним забарвленням" [4]. Таке трактування усталених мовних кліше та стереотипів підкреслює, що вони перешкоджають адекватному сприйняттю інформації, нерідко спотворюють її зміст.

Специфіка вітчизняних телеканалів дає змогу розширити смисловий діапазон терміну "штамп" як суто мовного, адже тележурналістика поєднує в собі мовний, вербальний компонент із відеоскладовою. Крім того, тут маємо справу з особливою стилістикою побудови (монтажу) та викладу відеоматеріалу, що суттєво різниться, наприклад, від стилістики театру, кіно чи інших близьких до телебачення сфер.

Інтегруючи ці три складові, можна ввести в користування наступне визначення "штампу" стосовно тележурналістики: це набір мовних, відео-, стилістичних, композиційних та інших елементів і прийомів, надмірне або необдумане вживання яких на телебаченні дає негативний змістовий або естетичний ефект.

Сучасній українській тележурналістиці притаманні усі ці різновиди телевізійних штампів. Іноді вони навіть поєднуються в одній і тій же інформаційній чи тематичній передачі. Домінують, на жаль, влучно підмічені свого часу "оканцелярення мови, знебарвлення її, мертвотне штампування замість невтомних мовних шукань" [5].

Особливою живучістю відзначаються мовні штампи, породжені ідеологією радянського періоду ("одностаїне схвалення", "битва за урожай", "підвищені зобов'язання"). За роки незалежності України до них долучилися інші, не менш пишномовні й пустопорожні, як-от: "депутатський корпус", "солов'їна мова" і под.

Недоречними кліше грішать, передусім, інформаційні телепрограми. Неодмінним мовним елементом більшості з них є, зокрема, слово "ряд", за допомогою якого повсякчас вибудовуються такі канцелярські, нежиттєві словосполучення, як "ряд депутатів", "ряд законопроектів" тощо. Їх автори ігнорують одну з головних заповідей журналістики: "Ретельно підбирайте слова, щоб уникнути штампів і кліше" [6], "Завжди пам'ятайте, що ваше слово буде почутим, а не прочитаним" [6: 28].

Серед поширених мовних штампів виділяються псевдосиноніми, останнім часом запозичені українською мовою з зарубіжної практики: "спікер парламенту", "губернатор", "мер" тощо. Їх вживання в ефірі щодо тих чи інших посадових осіб або посад у нашій державі є, на наш погляд, недоречним і недопустимим, особливо в інформаційних випусках, які повинні відзначатися, крім усього, ще й юридичною точністю. Зазначені ж слова не відображають реалій незалежної України, де маємо "Голову Верховної Ради", "голову обласної державної адміністрації", "міського голову" і под.

Прикрі нагромадження примітивних кліше спостерігаємо в багатьох тематичних телепрограмах. Ось характерні ілюстрації з так званих "музично – розважальних" передач, що транслюються в регіонах (дикторський текст цитується без змін):

"Славиться поліська земля роботящими руками хліборобів, а надто прославлене ними село Високе. Не одну плеяду знатних ланкових, кращих із кращих робітниць колгоспних ланів виховала ця земля. Одна із них – Марія Іванівна. Рідна земля надихала свою улюблену доньку на трудові звершення, успішні справи".

Тут же – про її чоловіка: "Микола Степанович має 43 роки безперервного трудового стажу. Його вмілі руки, висока майстерність, відповідальність добре знані у колгоспі, де він працював будівельником".

Далі – про співачку з відомого в Україні професійного ансамблю: "В колективі імениниці користується авторитетом, вона організована, відповідальна, любить свою роботу. Виконує обов'язки інспектора ансамблю..."

Попри всю граматичну "правильність" подібних "характеристик", кожна з них демонструє не лише естетичну глухоту, але й мовну убогість авторів, незважаючи на унікальне лексичне та образне багатство української мови. Наяву їх невміння мислити неординарно, креативно. Не на висоті в таких випадках і редактори. Їх ланка на вітчизняному телебаченні, передусім регіональному, взагалі видається однією з найслабших.

Дуже поширеним стало підкреслено суцільне вживання тележурналістами, дикторами й ведучими проривного звуку "г" замість "ґ". Чимало з них чомусь вважають це нормою сучасної української мови. Тоді як

словник Б. Грінченка налічує лише близько 270 слів, де вживається "г" (хоча він і не вичерпує, певна річ, усього відповідного лексичного запасу нашого народу).

Помітним штампом у практиці багатьох телевізійних каналів України є механічно вживані журналістами й ведучими кальки з російської мови.

Бездумне вживання мовних штамів та неправильна вимова на телебаченні нерідко доповнюються шаблонним відеомонтажем.

Так, у репортажах із Верховної Ради України нерідко бачимо кадри з такою "екзотичною" атрибутикою народних депутатів, як дорогі портфелі, розкішне взуття і под. Ті, хто підбирає ці кадри для показу на телеекрані, прагнуть, очевидно, підкреслити достаток народних обранців, з неприховано негативним підтекстом. Але за частого використання подібних деталей задуманий ефект від них зводиться, здебільшого, нанівещь.

Ще один подібний штамп – показ у приміщеннях органів влади (Верховної Ради, обласних державних адміністрацій тощо) масивного годинника з боєм, позолочених ручок на вхідних дверях і под. Вже не сприймаються з первісною свіжістю й традиційні крупні та мегакрупні плани на кшталт: механізатора (фермера, керівника агропідприємства), який розминає у жмені зерно нового врожаю чи грубі, зашкарублі руки селянки в її пелені. Благодатна тема нелегкої сільської праці прикро нівелюється через надмірну експлуатацію монтажів одного й того ж (дарма що колись свіжого, нестандартного) відеоприйому.

Породжує шаблон догматичне дотримання теоретичних правил монтажу телевізійних кадрів – чергування, у певній послідовності, крупних, середніх і загальних планів.

Хибує на штампи стилістика вітчизняного телебачення. Наприклад, інформаційні випуски на багатьох каналах складаються (верстаються) за однією й тією ж схемою: спершу подаються новини політики, потім – економіки та соціальної сфери, а вже наприкінці (перед прогнозом погоди) – культури й спорту.

Доречно зауважити, що такий стереотипний спосіб "галузевого" макетування був узаконений саме в радянські часи, ніби ілюструючи сумнозвісне "залишкове фінансування" тодішньої гуманітарної сфери.

У США та Західній Європі продюсери новин і тележурналісти сповідують зовсім інший принцип – іти не від наперед визначеної схеми подачі матеріалів, а від подій резонансних, найбільш цікавих для широкої телеаудиторії. В Україні ж, де політичні реалії вже давно змінилися, верстка теленовин досі зберігає анахронічні риси минулого. Вона визначається не ступенем важливості події, а її "рангом" у традиційній інформаційній "ієрархії". Чи варто говорити, що за такого підходу життєві інтереси й духовні запити звичайних глядачів (заради яких, власне, вони і вмикають телевізор) враховуються несповна.

Якщо в цьому випадку маємо справу з інертністю редакторського мислення, то є й інші поширені приклади стилістичного штампування. Зокрема, репортажі з місця події нерідко будуються за таким кліше: спочатку автор (журналіст) начитує текст про цю подію, на який на монтажі накладаються відповідні відеокадри. Потім йде синхрон: пряма мова того чи іншого учасника події, як правило, урядовця, політичного діяча тощо з відповідним титром, а завершує репортаж ще одна журналістська начитка.

Найву, отже, стандартний механізм побудови відеоматеріалу. Не завжди доречним, виправданим із суто логічного, смислового погляду, є стенд-ап журналіста (його поява на екрані з особистим усним повідомленням), який, здебільшого, не несе особливого змістового навантаження, переслідуючи єдину мету: "засвітити" в репортажі самого себе.

Нерідко штамп виникає внаслідок журналістського калькування, сліпого запозичення (на грані з банальним плагіатом). Це засвідчує феномен гумористичної програми "Золотий гусак", що донедавна транслювалася на каналі "Інтер".

Успіх її перших випусків за участю відомих комедійних акторів країни призвів до появи на регіональному рівні майже ідентичних телепередач, подекуди копіюється навіть студійний формат "застілля". Звісно, що в таких випадках недостатні, порівняно з центральними каналами, фінансові й кадрові можливості регіональних студій не дають їм можливості перевершити "оригінал" чи, принаймні, бути на його рівні.

Ще один досить поширений стереотипний прийом, що спостерігається на обласному телебаченні, – копіювання технологічних прийомів із практики столичних телестудій. Зокрема, частина їх інформаційних програм буквально повторює технологію таких передач, коли режисер програми одразу після перших слів її ведучого змінює ракурс подачі матеріалу (ведучий змінює позу й починає працювати на іншу телекамеру). Часте використання цієї режисерської методики призвело до того, що вона набула очевидних ознак стереотипності.

Відомий редактор Асошіейтед Пресс Рене Дж. Каппон дотепно зауважив: "Не всі кліше однаково огидні. Деякі з них настільки жадливі, що жоден автор, який себе поважає, не вживатиме їх у жодному контексті" [7].

Нема сумніву, що це твердження сповна стосується не тільки мовного, але й інших видів телевізійних штамів. Проте, апеляція до "автора, який себе поважає" – не більше, ніж риторичний прийом. Біда в тому, що творці проаналізованих нами кліше, як правило, не усвідомлюють вад написаного чи створеного ними. Іншими словами, основною причиною названих нами проблем українського телебачення є не стільки слабка самовимогливість журналістів та їхніх колег, скільки недостатній рівень естетичної та професійної підготовки телевізійників. Отже, це вимагає її суттєвого поліпшення в профільних навчальних закладах та редакціях ЗМІ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Глумачний словник – мінімум української мови. – К.: Довіра, 2000. – 526 с.
2. Дудик П.С. Стилїстика української мови. – К.: Академія, 2005. – 367 с.

3. Артмчук Тетяна. Штампи в газетній періодиці для дітей. – К.: Інститут журналістики // www.nbu.gov.ua.
4. Зубар М.Г. Українська мова. Універсальний довідник. – К.: Школа, 2005. – 474 с.
5. Антоненко – Давидович Борис. Як ми говоримо. – К.: КМ Academia, 1994. – 185 с.
6. Керролл Виктория Маккаллах Новости на TV. – М.: Мир, 2000. – 34 с.
7. Рене Дж. Каптон Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс. – К.: Видавничий дім "Киево – Могилянська академія", 2005. – 114 с.

Матеріал надійшов до редакції 22.12. 2007 р.

Головецкий В.Н. Штампы в тележурналистике.

В статье сделан обзор научных определений понятия "штамп", дано обобщающее определение термина "штамп в тележурналистике", приведены примеры характерных телевизионных клише, негативно влияющих на потребителя информации, проанализированы типичные языковые, а также изобразительные, стилистические, монтажные и другие клише в передачах регионального и центрального украинского телевидения, определены их основные причины.

Golovetsky V.M. Cliché in telejournalism.

The article deals with the review of scientific definition of the notion "cliché". The general definition of the term "cliché in telejournalist" is given. The examples of typical television cliché which influence the information user negatively are presented. Characteristic linguistic, delineating, stylistic, assembly and other clichés in telecast of regional and central Ukrainian television are analyzed, their main causes are determined.