

Формы авторского присутствия в структуре научно-популярных телепрограмм

А. Д. Фомина

Национальный исследовательский Томский государственный университет

Для начала обратимся к фигуре журналиста-популяризатора научных знаний на телевидении. Необходима ли автору научно-популярной программы специальная подготовка в конкретной области научных знаний или достаточно гуманитарного образования? Исследователи расходятся во мнениях по данному вопросу.

А. А. Тертычный, С. Л. Страшнов выступают на стороне ученых, занимающихся популяризацией, либо журналистов, имеющих образование в области точных наук.

Исследователи Р. Г. Багирян и С. П. Суворова придерживаются противоположной точки зрения. По мнению Р. Г. Багиряна, предпочтительнее, чтобы популяризатором был человек с гуманитарной подготовкой, а вовсе не обязательно специалист, ученый. Он объясняет это тем, что журналист-популяризатор, хоть и поверхностно вникнув в суть предмета, может рассказать о нем убедительно и доступно. В данном исследовании в качестве популяризатора рассматривается именно журналист, а не ученый.

Журналист-популяризатор выступает как бы посредником между учеными и зрителями, переводчиком с научного сложного для восприятия языка на язык понятный и доступный массовой аудитории. Стоящие перед ним задачи теории (в частности, Светлана Суворова) формулируют следующим образом:

- своевременное информирование зрителей о появлении новых продуктов, явлений и фактов науки;
- содействие освоению массовой аудиторией особенностей продуктов науки (прояснение их основных смыслов, выявление значения и последствий научных открытий для развития науки и общества), а также знакомству с судьбами и личностями ученых, определяющих ход науки;

- побуждение адресата информации к обсуждению событий научного мира (сопоставление точек зрения, оценок, аргументов), к интеллектуальному обогащению;

- побуждение ученых, субъектов научной деятельности, к рефлексии, а при необходимости – к коррекции исследовательской позиции [1, с. 17–18].

Вышеперечисленные задачи относятся к авторам научно-популярных материалов в прессе, но эти же задачи стоят и перед создателями телевизионных научно-популярных материалов. Однако позиция автора в научно-популярных сюжетах (фильмах) имеет свою специфику.

Выделим две основные позиции или авторские формы присутствия в структуре научно-популярного сюжета (фильма), условно назовем их «активная» и «отстраненная».

«Отстраненная» позиция характеризуется прежде всего отсутствием журналиста в кадре. Автор проявляет себя в выборе и раскрытии темы, драматургии фильма (сюжета), в выборе выразительных средств и т. д. Г. В. Кузнецов считает такую позицию наиболее соответствующей задачам именно научно-популярного кино. По его мнению, «присутствие в кадре необходимо острособытийному политическому фильму, а для научно-популярного кино годится и просто прочесть текст за кадром» [2, с. 7]. Сеем не согласиться с данным утверждением.

Успешными, зрелищными, приковывающими внимание становятся и те фильмы, где авторская позиция ярко выражена, «активная». К признакам, характеризующим «отстраненную» позицию журналиста, в «активной» добавляется еще и его присутствие в кадре (во время стенд-апов и синхронов).

Отметим, что такие персонифицированные телепередачи требуют и особого мастерства журналиста. Зритель оценивает уместность появления журналиста в кадре в той или иной ситуации, оригинальные идеи, исполнительское мастерство. Рассмотрим «активную» позицию автора научно-популярного фильма.

Яркими представителями данной позиции, на наш взгляд, являются такие авторы научно-популярных программ, как российский журналист Антон Войцеховский (телеканал «Наука 2.0», программа «ЕХперименты»), австралиец Стив Ирвин (телеканал Animal Planet, программа «Охотник за крокодилами») и американец Майк Лики (телеканал National Geographic, программа «Укуси меня»).

Журналисты, работая в кадре, активно ведут себя в окружающем их пространстве, используя для стенд-апов неожиданные места, различных животных, растения и неодушевленные предметы, принимая при этом самые разные положения тела.

Присутствие журналиста в кадре принято называть стенд-апом. В учебном пособии «Так работают журналисты ТВ» дается такое определение: «Стенд-ап – несколько фраз репортера в кадре на фоне события» [3, с. 239].

Это определение достаточно обобщенное. Здесь, к примеру, не говорится о возможных формах стенд-апа, характеризующих поведение журналиста в кадре. Между тем, стенд-апы целесообразно разделять на два вида – статичные и динамичные.

В статичных стенд-апах журналист на фоне окружающей его действительности произносит в микрофон свой текст. В динамичных – журналист одновременно с произнесением текста совершает какое-либо действие, таким образом, информация становится более наглядной.

Некоторые исследователи отдают предпочтение именно динамичным стенд-апам. По мнению теоретика кино И. Г. Беляева, «автор документального фильма должен быть не посторонним телом, а сыгранной ролью, образом, гармонической частью картины, одним из ее героев» [4, с. 184].

Стенд-апы могут различаться по роли, которые играет журналист.

Во-первых, автор, присутствующий в кадре, становится непосредственно ведущим своей передачи. Благодаря стенд-апам, он может перейти от одного эпизода к другому, объединить их в целостный рассказ.

Во-вторых, журналист во внутреннем пространстве фильма становится его героем, участником происходящих событий.

В-третьих, автор становится представителем телезрителей. Телезритель может отождествить себя с ведущим – таким же обычным зрителем в зале, как и он сам. Вместе со зрителями автор делает открытия, познает мир. Узнавая что-то, журналист тут же делится этой информацией с другими. В результате зрители начинают доверять этой программе и этому журналисту. «Зритель доверяет больше человеку в кадре, чем человеку за кадром» – отмечает И. К. Беляев [4, с. 183].

Таким образом, мы можем (условно, не претендуя на создание типологии) выделить три ипостаси автора персонифицированной научно-популярной передачи:

- журналист-представитель зрителей;
- журналист-герой фильма;
- журналист-ведущий.

Е. Г. Константинова, объектом исследования которой является научно-популярное телевидение, в автореферате своей кандидатской диссертации отмечает следующий негативный факт: в телепрограммах научно-популярного направления недостаточно оригинальных творческих задумок, наблюдается кризис «креативных» идей. От себя заметим, что это касается и стенд-апов. Примеров стенд-апа не на фоне события, а непосредственно внутри него не так уж и много на отечественном телевидении.

Исследователь подчеркивает, что «основу качественных научно-популярных телевизионных передач и фильмов всегда составляли не растущие технологические возможности, а, прежде всего, креативные способности их производителей» [5, с. 11].

Это значит, что первостепенным качеством журналиста-популяризатора наряду с умением говорить просто о сложном, является еще и способность генерировать неординарные идеи, в том числе, придумывать необычные стенд-апы.

Литература

1. Суворова С. П. Журналистика научная и научно-популярная: особенности предметной области, функций, задач // Вестник Московского Университета. Серия 10. Журналистика. – 2009. – № 6.
2. Кузнецов Г. В. Журналист на экране / Г. В. Кузнецов. – М. : Искусство, 1985. – 208 с.
3. Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ / Г. В. Кузнецов. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004. – 396 с.
4. Беляев И. К. Спектакль документов: Откровения телевидения / И. К. Беляев. – М. : Гелеос, 2005. – 352 с.
5. Константинова Е. Г. Научно-популярное телевидение: специфика функционирования и перспективы развития : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е. Г. Константинова. – М., 2010. – 14 с.