

АНАЛІЗ ЮТУБ-ПРОЄКТІВ, ЩО ВИСВІТЛЮЮТЬ ЖИТТЯ УКРАЇНСЬКИХ БІЖЕНЦІВ У НІМЕЧЧИНІ

Мета статті – проаналізувати три популярні авторські YouTube-проекти про життя українських біженців в Німеччині. Актуальність пов’язана з потребою створення авторської YouTube-програми на основі результатів проведеного дослідження.

Ключові слова: авторська програма, аудіовізуальний продукт, YouTube-проект.

The purpose of the article is to analyze three popular author's YouTube projects about the life of Ukrainian refugees in Germany. The relevance is related to the need to create an author's YouTube program based on the results of the conducted research.

Keywords: author's program, audiovisual product, YouTube project.

Робота над авторською програмою починається саме з детального знайомства зі змістом родинних програм інших авторів, виділення в них переваг та недоліків. Щоб створити унікальний індивідуальний проєкт, варто проаналізувати медіаринок, який містить подібні за тематикою програми [1]. Зауважимо, що в YouTube просторі є безліч цікавих програм про життя українських біженців у Німеччині, але ми вирішили проаналізувати лише ті, які мають спільний жанр – авторське шоу з елементами документалістики. Згідно з отриманих даних до трійки популярних YouTube проєктів увійшли: випуск блогера Віталія Мірошниченка «Відношення німців до українських біженців» (359 тис переглядів), випуск «про життя українських біженців в Берліні» УкрЮтубПроекту (236 тис. переглядів), а також випуск «Куди розселяють українських біженців у Німеччині» DW Українською (135 тис. переглядів). Проводити контент-аналіз вирішили за «наступними критеріями:

- Хронометраж програми;
- Композиція програми, що включає аналіз усіх складових елементів за їх видами;
- Змістовне наповнення (теми, які підіймаються протягом програми);
- Операторська робота та монтаж» [3].

Першою почали аналізувати роботу блогера Віталія Мірошниченка «Відношення німців до українських біженців» [<https://youtu.be/pKlh41y9Y4A>]. В цій програмі ведучий намагався максимально ввести глядача в курс останніх актуальних подій в житті українських біженців закордоном. Нерідко зустрічаються корисні поради, відсутня розважальна складова. Композиційне наповнення однотипне: спілкування з людьми чергується зі «стендапами» ведучого, при цьому змінюється лише тематика матеріалу. Будь-які інтерактиви в цій програмі відсутні. Щодо операторської роботи – автор знімав відео без штативу, що дуже вплинуло на якість кадру, а також працював без мікрофону – через що іноді було чути сторонній шум. Монтаж – також один з головних етапів, на який повинен автор звертати увагу [2]. Блогер в цьому відео використав просту «склейку», іноді кадри різко обривалися та переходили до іншої події.

Наступним проаналізуємо авторську програму блогера Євгена Синельникова про життя українських біженців закордоном – «УкрЮтЮбПроект». Випуск «Німеччина: українці – не біженці! Як насправді живуть українці в Берліні?» знайомить глядача з проблемами, з якими стискаються українські біженці закордоном [<https://youtu.be/yWW11NtM9wo>]. Композицію цього відео складають інтерв'ю з головними героями на різних локаціях, «лайви» та «стендап-перехід» до іншої теми. Цей випуск можна назвати досить вдалим з точки зору операторської роботи. Журналісту вдалося зберегти ілюзію присутності, використовуючи плавні монтажні переходи, це, коли «два сусідніх плани відрізняються не дуже помітно. Наприклад: загальний – середній – крупний – середній – загальний» [2]. Щодо монтажу, то автор використав просту схему – «склейку», але кадри дуже вдало доповнювали один одного змістовно. Також блогер поділив відео на блоки – він додав перед кожною темою власну інтерактивну картинку, тим самим даючи глядачу зрозуміти, де починається нова рубрика.

Останній проект, який ми проаналізували, це випуск «Куди розселяють українських біженців в Німеччині» DW Українською [<https://youtu.be/dzLgdaBsIE4>]. В поданій програмі журналіст зміг подати, в

легкій для сприйняття формі, цікаву та об'єктивну інформацію про життя біженців. Композицію цього випуску складають «підводка», інтерв'ю, «лайви» та закадровий текст. Варто зазначити, що «стендапів» в цьому випуску не було – це змушує замислитися, що над сюжетом працював не один, а декілька авторів [4]. Щодо зйомки та монтажу – через те, що програма несе не тільки інформаційну складову, автор використав «зум». Саме «наїзди» та «від'їзди» за допомогою стансфокатора допомагають глядачеві звернути увагу на певні емоції спікера [2]. Зміна кадрів також відповідна темпоритмові та змісту тексту.

В результаті аналізу трійки вищеназваних YouTube проєктів можна зробити висновки щодо наявних спільних та відмінних рис. Усі три програми поєднує змістовне наповнення – історії українських біженців та яку допомогу їм надала Німеччина. Щоправда, деякі автори, розглядали певні теми більш детальніше. Різницю між програмами склало концептуальне оформлення. Структура розміщення блоків є схожою, але не подібною: якщо один автор використовував тільки «стендапи» й коментарі спікерів, інший додав у своє відео «лайви», а також використав музику та інтерактив. Такий аналіз YouTube проєктів дає розуміння про те, які програми вже є на ринку та які вже знайшли свого глядача. Саме на основі результатів цього дослідження можна приймати рішення про концепцію нового проєкту.

Список використаних джерел

1. Бойд Е. Ефірна журналістика. Технології виробництва ефірних новин / Пер. з англ. О. О. Колот, ред. перекл. А. В. Куликов / Ендрю Бойд. К.: Інститут журналістики КНУ ім. Т. Шевченка, 2007. 429 с.
2. Головня А. Д. Операторское мастерство / А. Д. Головня. М.: Искусство, 1976. 254 с.
3. Гоян В. В. Журналістська творчість на телебаченні [монографія] / В. В. Гоян. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. 319 с.
4. Недопитанський М. Журналістська майстерність: репортерський досвід [практ. посіб.] / Микола Недопитанський. К.: Інститут журналістики ім. Т. Шевченка, 2009. 76 с.