

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ**

МИСЕЧКО АЛІНА ОЛЕКСАНДРІВНА

УДК 007:[654.197+004.738.5]

**ІНФОРМАЦІЙНА ТЕЛЕПРОГРАМА В УКРАЇНІ:
ТРАДИЦІЇ І ТРАНСФОРМАЦІЇ**

спеціальність: 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата наук із соціальних комунікацій

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі кіно- і телемистецтва Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник: доктор наук із соціальних комунікацій, доцент
Гоян Віта Володимирівна,
Інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка,
доцент кафедри кіно- і телемистецтва

Офіційні опоненти: доктор філологічних наук, професор
Фінклер Юрій Едуардович,
факультет журналістики
ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний
університет імені академіка Степана
Дем'янчука», професор кафедри реклами і мови
ЗМІ

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент
Бабенко Вікторія Володимирівна,
Український католицький університет, завідувач
кафедри журналістики

Захист дисертації відбудеться 29 червня 2016 року об 11 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.001.34 Київського національного університету імені Тараса Шевченка за адресою: 04119, м. Київ, вул. Мельникова, 36/1, Інститут журналістики.

Із дисертацією можна ознайомитись у Науковій бібліотеці ім. М. О. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка за адресою: 01033, м. Київ, вул. Володимирська, 58.

Автореферат розісланий «27» травня 2016 року.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради к.т.н., с.н.с.

Т.В. Скотникова

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження. Новини є одним із найпоширеніших жанрів телевізійного інформаційного мовлення, постійним структурним елементом програмної сітки телекомпанії. Традиції і трансформації на телебаченні найперше відображаються у програмах новин як щоденному іміджевому продукті телеканалу. Збільшення кількості інформаційних ресурсів і зростання вимог телеаудиторії змушують топ-менеджмент телеканалів експериментувати, переглядати формати і принципи подачі інформації, внаслідок чого інформаційні випуски набувають нових ознак. Епоха цифрових технологій, поява нішевих телеканалів, інтерактивність, конвергентність, естетизація зображення, нові методи пошуку інформаційних приводів також сприяють трансформаціям аудіовізуальних медіа, які потребують теоретичного дослідження, ілюстративного доповнення та систематизації.

Теоретико-методологічною базою дисертаційної роботи стали праці Р.А. Борецького, Е.Г. Багірова, В.М. Вільчека, В.Й. Здоровеги, І.Г. Мащенко, Т.В. Щербатюк, А.З. Москаленка, Є.П. Прохорова, Ю.Г. Шаповала, В.І. Шкляра, які вивчали історичні, функціональні, методологічні аспекти розвитку інформаційного мовлення.

Проблеми журналістської майстерності досліджували Д.С. Григоращ, В.В. Лизанчук, З.Є. Дмитровський. Історію, типологію, результативність журналістики досліджував В.В. Ворошилов. Праці С.А. Дацюка містять аналіз трансформацій в інформаційному просторі України. Про психологію взаємовпливу, взаємозалежності програм теленовин і їх аудиторії писали Л.В. Матвеева, Т.Я. Анікеєва, Ю.В. Мочалова. Структуру телевізійного інформаційного тексту вивчала Л.Д. Поліщук. Специфіку, функції, місце телебачення серед інших ЗМІ визначено Г.В. Кузнецовим та О.Я. Юровським. Детально й різнобічно сучасний стан і практичні проблеми телемовлення висвітлено В.Л. Цвіком. Важливий вклад у наукове пізнання сучасної телевізійної журналістики належать В.В. Гоян, Т.В. Федорів, І.Л. Пенчук, М.В. Бурмаці. Вивченням теорії соціальних комунікацій у контексті науково-інформаційного дискурсу та уточненням соціокомунікаційних термінів займається О.В. Тріщук. Як теоретично-методологічну базу для роботи слід розглянути ґрунтовні наукові напрацювання О.Я. Гояна, В.Ф. Іванова, В.В. Різуна, Г.М. Сашук, О.В. Чекмишева, М.В. Нагорняк, В.І. Набруска, С.І. Горевалова. Вагомий вклад у розвиток культури мовлення тележурналістів і телеведучих здійснено науковцями Ю.П. Єлісовенком, Н.П. Шумаровою, О.Д. Пономаревим. Специфіку текстів теленовин як одиниці комунікації, їхні функціональні особливості, а також вдосконалення технології виробництва програм розглянуто західними теоретиками і практиками (Е. Бойд, Д. Рендол, Р. Кібл, М.Л. Дефльор, Е.Е. Деніс, Д. Поттер і Д. Венгер). Про українське телебачення написали кандидатські дисертації близько тридцяти молодих українських науковців. Проте проблематика, пов'язана з трансформаціями теленовин, потребує подальших напрацювань.

Так, досі інформаційне телемовлення на мережевих і локальних телеканалах не було об'єктом комплексного наукового дослідження в контексті традицій і змін; не було досліджено мережу «Фейсбук» як новий метод пошуку інформаційних приводів. Потребують дослідження й нові аспекти поведінкової концепції журналіста в кадрі.

Зв'язок роботи з науковими планами, програмами і темами. Дисертація виконана у рамках комплексної наукової теми НДР №11БФ045-01 «Український медійний контент у соціальному вимірі» Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Мета дисертаційного дослідження. Системне комплексне висвітлення традицій і трансформацій в інформаційній телепрограмі для виявлення сучасних тенденцій у сфері екранної журналістики. Для досягнення мети поставлено такі завдання:

- дослідити основні етапи становлення інформаційного телемовлення України для узагальнення існуючих концепцій періодизації;
- опрацювати контент інформаційних програм мережевих і локальних телеканалів для виявлення традицій і тенденцій, змін і нововведень у системі інформаційного телемовлення України;
- уточнити структуру інформаційної телепрограми за період 1991-2015 рр. і виокремити нові функції професійного тележурналіста в інформаційному телевізійному мовленні, уточнити основні вимоги щодо професії;
- з'ясувати роль соціальних мереж як одного з нових джерел пошуку інформаційних приводів і спрогнозувати перспективи розвитку інформаційного мовлення на українському телебаченні.

Об'єктом дослідження є інформаційні телепрограми мережевих і локальних телеканалів «УА:Перший», «Новий канал», КДРТРК «Центральний канал» за період 1991-2015 рр.

Предметом дослідження є традиції і трансформації в інформаційних телепрограмах обраних для вивчення телеканалів.

Ці телеканали обрано для дослідження як телекомпанії загальнонаціонального та регіонального рівнів різної форми власності і різної програмної концепції. Саме так можна простежити традиційні аспекти інформаційної телепрограми та визначити трансформації, що набувають розвитку в телевізійних новинах України. Це дасть змогу узагальнити досліджений на різних рівнях і з різних позицій матеріал в єдину систему. КДРТРК «Центральний канал» виокремлено як телекомпанію, де найбільше дотримуються традиційних жанрів і форм подачі новин. «УА: Перший» обрано як телеканал, інформаційне мовлення якого перебуває у процесі кардинальної перебудови у зв'язку з переходом на суспільне мовлення. «Новий канал» узято для дослідження як представника комерційного телебачення. Тут зміни у форматі інформаційної програми є настільки значимими, що вплинули на переформатування програми новин: закриття однієї і відкриття іншої – оновленої інформаційно-розважальної програми.

Методи дослідження. Для глибокого, різностороннього дослідження та з метою отримання об'єктивних результатів було використано такі наукові

методи: спостереження, описовий, інтерв'ю, аналіз, синтез, узагальнення, порівняння.

За допомогою методу спостереження проведено моніторинг випусків новин і соціальних сторінок інформаційних телепрограм для виявлення традицій і тенденцій інформаційного телемовлення.

Описовий метод дав змогу окреслити наявну науково-теоретичну базу – наукові здобутки журналістикознавців на телевізійну тематику, відтворити необхідні для демонстрації традицій і трансформацій фрагменти змісту інформаційних матеріалів обраних для дослідження телеканалів, упорядкувати емпіричний матеріал, отриманий у процесі дисертаційної розвідки.

Методом інтерв'ю було зібрано й уточнено інформацію про досліджувані телеканали (інтерв'юювані: О. Савенко (КДРТРК «Центральний канал»), О. Терещенко («УА: Перший»), М. Шаманов («Новий канал»), Л. Красун («Новий канал» та «УА: Перший»), Я. Марущенко («УА: Перший», «UBR»), О. Мальчевська («1+1»), О. Мананникова (маркетолог соціальних мереж), В. Кабак (літературний редактор на «СТБ», «Новому каналі»), І. Синіна (літературний редактор на «Новому каналі», «NewsOne TV»).

Завдяки аналізу науково-теоретичних напрацювань обрано для дослідження ті аспекти, які потребують подальшого вивчення, систематизації та уточнення. Зокрема виявлено потребу дослідити соціальні мережі як новий метод пошуку інформаційних приводів для новинної телепрограми, уточнити поняття «телевізійного персонажа» як журналіста-провідника телеглядача, а також виокремити зміни в структурі та верстці програми, композиції, формі подачі, монтажі матеріалу, тематиці телевізійних сюжетів.

Метод синтезу допоміг уніфікувати дані, отримані методом аналізу, про те, наскільки відрізняється інформаційна телепрограма 1990-х рр. і 2000-х рр.

Метод порівняння дозволив співвіднести традиції і трансформації на обраних для дослідження телеканалах для створення спільного узагальненого аудіовізуального образу сучасної інформаційної телепрограми України.

Застосовуючи метод узагальнення, підсумовано основні дані, одержані під час дисертаційного дослідження, та систематизовано їх у спільну порівняльну таблицю.

Хронологічні межі дисертаційного дослідження. Для вивчення було обрано телепрограми, що виходили в ефір протягом 1991-2015 рр., тобто під час становлення новітнього телебачення незалежної України.

Джерельну базу дослідження складають інформаційні програми мережевих і локальних телеканалів. Проаналізовано контент близько 500 інформаційних програм, розшифровано понад 100 випусків новин з архівів загальнонаціонального й регіонального телеканалів України. Емпіричною базою дослідження були 5 телепрограм: програма «Новини на Першому» державного телеканалу «УА: Перший», «Репортер» та «Абзац!» комерційного «Нового каналу», «За київським часом» регіонального телеканалу «Центральний канал» (до 2013 р. – КДРТРК), їхні офіційні сайти і сторінки в соціальних мережах, а також додатково програми «ТСН», «Вікна-Новини» з ефірного наповнення загальноукраїнських телеканалів «1+1», «СТБ».

Аналіз сучасного інформаційного телемовлення базується на власних спостереженнях, змістовому аналізі й маркетингових дослідженнях, аналізі інформаційних сегментів мовлення, інтерв'ю з провідними журналістами, редакторами, телеведучими та іншими фахівцями телеєфіру «Нового каналу», «УА:Перший», «Центрального каналу», «1+1», «СТБ». Також джерелами фактів стали майстер-класи з новинної журналістики, проведені в Києві кореспондентом телеслужби «ВВС» Г. Дегеном та українським репортером С. Андрушком, лекції та семінари викладачів Інституту журналістики О.Я. Гояна, В.В. Гоян, Ю.П. Єлісовенка, Н.В. Симоніної, М.І. Недопитанського, С.І. Горевалова та ін.

Новизна роботи полягає в тому, що було не лише систематизовано наукові здобутки дослідників у сфері інформаційного телемовлення, а й уперше проілюстровано на емпіричному матеріалі випусків новин і дев'яти особистих інтерв'ю з фахівцями інформаційного телебачення традиції і трансформації у змістовому наповненні й зовнішньому оформленні щоденних інформаційних та інформаційно-розважальних програм новин у трирівневому зрізі: «УА:Перший» (державне мережеве телебачення), «Новий канал» (комерційний мережевий телемовник), «Центральний канал» (державна локальна телекомпанія), зокрема *уперше*:

- систематизовано, інтерпретовано та доповнено теоретичні й практичні знання про щоденний телевізійний продукт інформаційного телебачення мережевих і локальних телеканалів (державного та комерційного мовців);

- виявлено найновіші ознаки інформаційного телемовлення мережевих і локальних каналів комерційного та державних телемовців України («Новий канал», «УА: Перший», «Центральний канал») і зведено їх до спільної уніфікованої таблиці;

- проаналізовано і систематизовано комплексні зміни у програмах «Репортер», «Новини на Першому», «За київським часом», що відбулися протягом 1990-х та 2000-х рр.;

- упорядковано та описано практичні Google-інструменти захисту від неправдивої інформації, яку поширюють у популярних серед журналістів соціальних мережах;

- обґрунтовано уточнені наукові терміни, зокрема «телевізійний персонаж», «телевізійний дайджест», «жива камера», які характеризують сучасні процеси в інформаційному мовленні;

удосконалено:

- цілісну класифікацію ознак сучасного інформаційного телемовлення України, ґрунтуючись на вже існуючих підходах до інформаційної телепрограми;

набули подальшого розвитку:

- системні підходи у створенні об'єднаної характеристики ознак інформаційної телепрограми в Україні;

- базові поняття, які використовуються під час навчання студентів у межах журналістського фаху, зокрема спеціалізації «тележурналістика».

Практичне значення одержаних результатів. Дослідження сприятиме кращій фаховій адаптації майбутніх українських телевізійних журналістів і редакторів. Матеріал, викладений у роботі, можна використовувати у навчальному процесі для укладання практичних курсів з телевізійної журналістики. Спостереження розвитку конкретної інформаційної телепрограми від створення і до сьогодні є вагомою базою для вивчення тенденцій конкретного періоду, для окреслення ознак екранної журналістики і новинних стандартів. Оперування такими знаннями є професійною потребою кожного журналіста.

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота, автореферат, опубліковані наукові статті виконані здобувачем самостійно (12 статей і матеріалів конференцій), а також у співавторстві (4 статті). У статті «Аудіовізуальні аспекти творчості журналіста інформаційно-розважальної телепрограми» вступ, постановка завдання і висновки належать В.В. Гоян. У статті «Перша українська телетрансляція» опис першої у світі передачі телесигналу Б.П. Грабовським належить Н.С. Кудлай-Швець, у публікації «Основні вимоги і тенденції новинної журналістики (на прикладі українських теленовин)» Н.С. Кудлай-Швець опрацьовано мету, завдання та висновки роботи; історичний аспект у публікації «Радіо КПП»: від першої університетської радіостанції в Україні до сучасного студентського конвергентного медіа» досліджено І. Мороз.

Апробація наукових результатів. Результати дисертаційної роботи були обговорені на засіданнях кафедри кіно,- телемистецтва Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Крім того, апробація наукових результатів дослідження проходила на чотирьох наукових колоквіумах і дев'яти всеукраїнських та міжнародних конференціях, а саме: науковий колоквіум «Історія українського телебачення: перший ефір» (Київ, 2010 р.); науковий колоквіум «Новітні технології телерадіомовлення: світовий досвід» (Київ, 16 листопада 2011 р.); Всеукраїнська науково-практична студентська конференція «Журналістська освіта в Україні: школи, постаті, перспективи розвитку» (Львів, 12-13 травня 2011 р.); Міжнародна наукова конференція «Європа ХХІ століття. Польща, Європа і світ: 10 років після розширення Європейського Союзу в 2004 році. Діагнози, розв'язання і сценарії на майбутнє» (Службце, 6-7 лютого 2014 р.); Міжнародна науково-практична конференція «Журналістика в 2013 году. Регионы в российском медиапространстве» (Москва, 7-9 лютого 2014 р.); Всеукраїнська науково-практична конференція «Критерії діагностики та методики розрахунку впливу медіа» (Київ, 10 квітня 2014 р.); ХХ (ювілейна) міжнародна науково-практична конференція «Мова. Суспільство. Журналістика» (Київ, 11 квітня 2014 р.); Міжнародна наукова конференція «Українські медіа в європейському інформаційно-комунікаційному просторі: історія, стан, перспективи» (Ужгород, 16-17 жовтня 2014 р.); Міжнародна науково-практична конференція «Прикладні соціально-комунікаційні технології» (Київ, 31 жовтня 2014 р.); Міжнародна науково-практична конференція у дистанційному форматі «Проблеми гуманітарних та

громадсько-економічних наук – 2014» (Будапешт, 7 грудня 2014 р.); Всеукраїнська науково-практична конференція молодих учених «Сучасні виклики для соціально значущої медіадіяльності» (Київ, 26-27 березня 2015 р.).

Публікації. Основні результати дослідження викладено у 16 наукових публікаціях, з них 6 надруковано у фахових українських виданнях і 1 – у фаховому зарубіжному (Будапешт), 9 – у збірниках наукових праць, матеріалах українських і міжнародних конференцій.

Структура та обсяг роботи. Кандидатська дисертація складається зі вступу, трьох розділів, кожен з яких має підрозділи і супроводжується висновками, загальних висновків, списку використаних джерел (268 позицій) і додатків. Загальний обсяг дисертації – 302 сторінки, з них основного тексту – 186 сторінок, список використаних джерел – 28 сторінок, додатки – 88 сторінок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **«Вступі»** обґрунтовано актуальність теми, визначено зв'язок роботи з науковими програмами, планами і темами Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, стисло описано джерельну, теоретико-методологічну бази, вказано хронологічні межі дослідження. Також зазначено мету і завдання, об'єкт, предмет і методи дослідження, наведено наукову новизну, вказано практичне значення роботи, особистий внесок здобувача, апробацію результатів дослідження. Наведено кількість публікацій, визначено структуру і обсяг роботи.

У першому розділі **«Становлення інформаційного телебачення в Україні: історико-теоретичний погляд»** окреслено основні концептуальні підходи до поняття інформаційної телепрограми в Україні, досліджено етапи її розвитку від зародження до сьогодення.

Підрозділ 1.1 «Від першої телевізійної трансляції до мультимедійних технологій та конвергентної журналістики». З'ясовано теоретичні засади традицій і тенденцій телевізійних українських новин, досліджено етапи становлення інформаційного телемовлення в Україні. Також у підрозділі проаналізовано етапи становлення українських телевізійних новин і розглянуто концепти історії творчо-технологічного становлення українського телебачення.

У підрозділі 1.2. *«Джерела, принципи, форми подачі теленовин: категорії та поняття»* розкрито дефініції поняття «новини», а також досліджено нові характеристики, яких воно набуває в умовах соціокультурних високотехнологічних трансформацій.

Вагомий вклад у наукове пізнання сучасної телевізійної журналістики, новітні концепції різноманітних аспектів телевізійної сфери належать Л.М. Городенко, Г.Г. Почепцову, Б.В. Потятинику, Л.П. Федорчук, які дослідили феномен мережевої журналістики, нових медіа, явище конвергенції, мультимедійні платформи.

Розвитку інфотейнменту приділили наукову увагу Н.В. Симоніна, О.М. Косюк. Ед'ютейнмент як освіти через телебачення розглянули В.В. Бабенко, В.Є. Загороднюк. Теленовини у політичній площині досліджували В.М. Нахапетов, Т.В. Федорів, О.В. Головчук. Питанню іміджу присвячені наукові розвідки М.Ю. Андрющенко, Т.А. Рогової, а також В.В. Гоян, яка вперше в журналістикознавстві розробила концепцію журналістської творчості на телебаченні.

Інструментарій, який застосовують ЗМІ у процесі формування іміджу суб'єктів політичного процесу, розробив О.М. Холод. Контент-аналіз телебачення з точки зору промоції було досліджено І.В. Черемних. О.В. Чекмишев розробив класифікацію моніторингових досліджень. Українську журналістику в контексті міжнародної досліджували О.К. Мелешенко, О.В. Гресько, О.В. Ваганова, Т.І. Петрів, М.В. Малий. Відповідності відеоряду начитці приділила увагу Ю.П. Кияшко. Інтерактивність вивчали А.Ю. Полісученко, О.М. Ятчук, чистоту мови серед ведучих та журналістів досліджували Н.П. Шумарова, О.Д. Пономарів, Ю.П. Єлісєвенко. Дискусійні контактні програми аналізували Т.М. Шальман, М. В. Бурмака, А.Ю. Шоріна. Наукову інвестицію у вивчення і розвиток теорії соціальних комунікацій у контексті науково-інформаційного дискурсу й уточнення соціокомунікаційних термінів здійснено О.В. Тріщук. Рейтингоформуючі чинники простежила С.М. Біланчук. Дитячі програми досліджували К.О. Кошак, О.М. Білоус, І.Л. Пенчук. Експериментальне дослідження впливу новин на глядачів здійснив Ю.Д. Гаврилець. Розвитку соціальної комунікації, масової комунікації, мультимедійної комунікації, телебачення в глобальних масштабах присвячені праці П. Лазарфельда, С. Московічі, Д. МакКвейла, Д. Белла, Е. Тоффлера. З огляду на об'єкт дослідження, розглянуто й праці Т.Я. Тараненка, І.Ю. Слісаренка, А.В. Матюшиної, Р.І. Сегола, О.М. Косюк, С.М. Вернигори, О.А. Демченко, В.А. Карпиленко, А.Г. Смуся, Н.В. Островської, Ю.М. Нестеряк.

У другому розділі **«Традиційні аспекти розвитку інформаційної телепрограми в Україні»** опрацьовано контент інформаційних програм мережевих і локальних телеканалів («УА: Перший», «Новий канал», «Центральний канал», додатково «1+1» та «СТБ»), на базі чого виявлено традиції новинного телемовлення, а також їхню модифікацію в системі інформаційного телебачення України. У науковий обіг уведено значну кількість унікального емпіричного матеріалу з практики діяльності інформаційної телепрограми в Україні. Уперше проаналізовано традиції новинного мовлення мережевих і локальних телеканалів на базі дев'яти особистих інтерв'ю з керівниками, редакторами, ведучими, журналістами досліджуваних телеканалів.

У підрозділі 2.1. *«Специфіка новинного мовлення на мережевих і локальних каналах»* подано загальну характеристику досліджуваних телеканалів. На основі аналізу контенту новинних телепрограм проілюстровано появу ознак розважальності в інформаційних випусках. Проаналізовано трансформаційні особливості інфотейнменту в новинах.

Усвідомлюючи позитивний вплив на рейтинги розважальної складової, редактори випусків новин створюють «міні-шоу» у межах інформаційного матеріалу (з аудіосупроводом і спецефектами, як-от: слоу моушн, рапід, «м'які» переходи, корекція кольорів та ін.), а це спонукає до висновку, що інфотейнмент, про який ще кілька років тому говорили як про тенденцію, міцно утвердився в інформаційних матеріалах комерційних українських телеканалів. Що ж до державних телеканалів, у «Новинах на Першому» («UA: Перший») теж виявлено ознаки інфотейнменту, і тут це явище знайшло відображення у праві журналістів використовувати експресивно-емоційну лексику, але тільки в «легких» новинах. На КДРТРК «Центральний канал» переважає сегмент інтелектуальних новин. У програмі «За київським часом» частка культури складає одну третю верстки. Решта новин присвячені інформації про політичні і соціальні події. Тенденцію до розважальності на телеканалі не виявлено.

У підрозділі 2.2. «*Структура та жанрова характеристика інформаційної програми*» проаналізовано верстку інформаційних телепрограм за період 1991-2015 рр. Проведено порівняння організаційної структури редакцій телевізійних новин (на прикладі обраних для дослідження телепрограм), систематизовано у вигляді порівняльної таблиці наявність або відсутність штатних одиниць у редакціях українських телеканалів.

На прикладі двох споріднених телепрограм «Нового каналу», які виходили в ефір у різні роки, здійснено порівняння аудіовізуальних аспектів творчості інформаційного тележурналіста. Аргументовано, що професія зазнає змін: новини доповнено музикою, додано кліпового монтажу, експериментів і реквізиту у стенд-апі, що розвинуло візуально-вербальну складову творчості екранного мовця. Проаналізовано новітні підходи до знімального процесу, зокрема вперше описано принцип зйомки «жива камера».

У підрозділі 2.3 «*Журналіст в інформаційній телепрограмі: у кадрі та за кадром*» зміст терміна «екранний персонаж» доповнено новими характеристиками (журналіст-провідник, журналіст-аватар глядача, журналіст-віртуальний образ представника аудиторії, його «альтер-его», яке має все перевірити на собі й розповісти результати дослідження глядачеві).

На основі аналізу емпіричної бази продемонстровано, як змінювався стиль подачі інформації у випусках новин у межах досліджуваного періоду.

У третьому розділі «**Трансформаційні процеси та інтерпретація інформаційного телевізійного мовлення в Україні**» на базі емпіричного матеріалу проілюстровано розвиток конвергентності, інтерактивності, персоніфікації, а також технології виробництва новин. Описано обладнання, з якого щодня транслуються в ефір новинні випуски, досліджено функціональність комп'ютерних програм, завдяки яким журналісти створюють тексти і здійснюють «чорновий» монтаж, відзначено появу віртуальних студій, які дають можливість екранному мовцеві подавати контент у новітній формі.

У підрозділі 3.1. «*Новітні медіатехнології, їх вплив на виробництво інформаційного телепродукту*» на основі праць американських науковців

запропоновано визначити синонімічний ряд на позначення конвергентної журналістики для українського телезнавства і вважати такі поняття, як «*multimedia*», «*cross-platform journalism*», «*convergence*», «*multiplatform journalism*» (мультимедіа, крос-платформова журналістика, конвергенція, мультиплатформова журналістика) взаємозамінними.

Розроблено схему побудови сюжету сучасної інформаційно-розважальної програми. Відзначено феномен зниження порогу якості зображення в ефірі через показ відео, відзнятого на мобільний телефон. Описано процес переходу телеканалів України на цифрове мовлення як інноваційну технологію передачі сигналу, що дає змогу покращити якість зображення та звуку, транслювати сигнал високої чіткості.

У підрозділі 3.2. «*Соціальні мережі та інформаційна телепрограма: симбіоз чи конкуренція*» показано, що «Фейсбук» став незамінним для інформаційного телемовлення. Маркетологи й редактори стверджують, що кожен журналіст невдовзі буде змушений навчитися поєднувати різні способи подачі інформації, працювати у різних джерелах, а саме: не лише видавати телерепортажі, а й писати паралельно у «живих журналах» і на своєму акаунті в соцмережах. Враховуючи, що станом на жовтень 2011 р. у «Фейсбуці» зареєстровано 1 мільйон 720 тисяч українців, наявність телеканалу в мережі може сприяти залученню аудиторії. Цим пояснено активне входження всіх досліджуваних українських інформаційних служб у соціальні мережі.

Для телеканалів мережеві спільноти стали важливим джерелом інформаційних приводів. Якщо одного дня спочатку зайти до соціальної мережі «Фейсбук», а потім подивитися телевізійні новини, стає помітною наявність контенту із соцмереж у випуску теленовин. Крім того, інтернет-користувачі цілеспрямовано викладають пости чи пишуть особисті повідомлення репортерам про якісь події чи проблеми з проханням зняти сюжет, а журналісти описують на сторінці процес і деталі своїх зйомок, розповідають про те, що не встигли повідомити в сюжетах, а також описують деякі неформальні моменти, які не можна випустити в ефір, але які цікавлять глядачів. Проте виникає необхідність перевіряти повідомлення із соціальних мереж на об'єктивність і правдивість. У дисертаційному дослідженні описано алгоритм перевірки графічної, текстової, аудіо- та відеоінформації на правдивість за допомогою онлайн-інструментів («Google Search by Image», «Findifix.com», «Foto Forensics», «TinEye» та ін.).

У підрозділі 3.3. «*Журналіст і телеглядач: особливості сучасного екранного діалогу*» проаналізовано новий рівень персоніфікації у новинах, що виходить за межі правила «журналіст – це лише комунікатор»: тепер не лише новини, а й окремі сюжети мають «обличчя». Журналіст не лише з'являється в кадрі під час стенд-апу, а й перебуває у ньому під час інтерв'ю і закадрового тексту. Запропоновано ввести до наукового обігу принцип «полістендапності» в інформаційному телетворі, що передбачає наявність двох і більше стенд-апів в одному новинному сюжеті. За рік після застосування такого принципу в програмі «Абзац!» його взяли до уваги телеканали «1+1» («ТСН») та «СТБ» («Вікна-Новини»). Хоч є і відмінності: на цих телеканалах стилісти не

вдягають журналістів, митці з макіяжу («make-up artists») не накладають грим. Натомість в “Абзаці!” ці правила є обов’язковими, адже за сучасними стандартами аудіовізуальний ряд після так званого апгрейду інформаційно-розважальної програми має бути досконалим.

З урахуванням таких трансформаційних особливостей у телевізійній інформаційній програмі у роботі уточнено зовнішні параметри «іміджевої характеристики телевізійного персонажа» через схему побудови сталого образу журналіста на основі характерних ознак відомих особистостей («Мерлін Монро», «Одрі Хепберн» та ін.).

ВИСНОВКИ

У дисертації систематизовано традиційні та сучасні тренди української інформаційної телепрограми мережевих і локальних телеканалів.

1. У ході дослідження етапів становлення інформаційного телемовлення узагальнено існуючі концепції періодизації. Також виявлено потребу в дослідженні інформаційної екранної журналістики в аспекті трансформацій. Якщо раніше більше уваги приділялося фундаментальним питанням: класичним жанрам телебачення, історіографії, верстці, репортерству, - то, починаючи з 2000-х рр., науковці більше стали досліджувати мережеву журналістику, цифрове мовлення і такі аспекти, як інфотейнмент, ед’ютейнмент, конвергентність, екранний образ телевізійного журналіста.

2. Опрацювавши контент інформаційних програм мережевих та локальних телеканалів («УЛ:Перший», «Новий канал, «Центральний канал»), автором дисертаційного дослідження з’ясовано, що за останні чверть століття вигляд української інформаційної телепрограми зазнав апгрейду: стало більше присутності журналіста у кадрі, практичних експериментів і реквізиту в стенд-апах. Обладнання, з якого щодня транслюють програми, стало якіснішим, з’явилися віртуальні студії. Дещо змінилася тематика (культурні блоки практично не потрапляють до верстки новин), стиль подачі інформації замість офіційно-ділового став розмовним. Поряд з класичним інформаційним і інформаційно-аналітичним мовленням сьогодні розважально-інформаційне телебачення є найпоширенішим типом інформаційної програми в Україні. Але інфотейнмент вже є не трендом, а традицією.

3. Уточнено структуру інформаційних телепрограм за досліджуваний період, вимоги до професії журналіста. Виокремлено нові функції професійного тележурналіста в інформаційному телевізійному мовленні відповідно до редакційних настанов.

Зокрема у сюжетах деяких загальнонаціональних комерційних телеканалів кореспондент має право продемонструвати власне ставлення до проблеми, а наприкінці – порадити власне бачення виходу із ситуації, що склалася. А отже, можна говорити про часткове запозичення журналістом функцій ведучого (робота в кадрі) і повноважень глядача (робити висновки). Така концепція відрізняється від правил класичної журналістики. Зміни в інформаційно-розважальному типі мовлення демонструють незавуальований

показ особистісного ставлення телевізійного персонажа до екранного співрозмовника, події, явища, факту. Крім того, у телевізійному тексті частіше використовується розмовна лексика.

Крім творчої складової, змінено й технічний аспект праці репортера. Журналісту треба бути мобільним і технічно освіченим, готувати новини до ефіру, застосовуючи найновіше обладнання.

Репортер – це конвергентний журналіст. Він знімає, фотографує на новітні пристрої і використовує мультимедійний матеріал у сюжеті. Відеокамери пишуть на цифрові носії; касети SX витіснено дисками XD Cam і картками mini SD, у перелік знімальної апаратури введено GoPro, професійні фотоапарати.

4. З'ясовано роль соціальних мереж як одного з нових методів пошуку інформаційних приводів. Соціальні мережі на рівні з інформаційними агентствами фактично є новим джерелом новин та каталізатором комунікації. Йдеться зокрема про використання телеканалами ресурсу «Фейсбук». Тексти для новин часто написано за аудіовізуальним рядом чи коментарями з мережевих спільнот і відеоплатформ. Таке практикують на телеканалах «Новий канал», «УА:Перший», «1+1», «СТБ», рідше на «Центральному каналі».

Соціальна мережа як глобальна медіаплатформа полегшує життя журналістам за рахунок доступу до потужних масивів інформації. Це корисний інструмент, що відкриває для телевізійників, пресових та інтернет-кореспондентів можливість дізнаватися від очевидців про резонансні події, шукати інформаційні приводи для власних матеріалів. Крім того, створено ряд певного роду «медіа», які функціонують лише всередині соціальних платформ (як, наприклад, сторінка Євромайдану), що свідчить про розвиток «журналістики соціальних медіа». Однак соцмережі можуть містити недостовірну чи патогенну інформацію, а зростання потоків даних може призвести до мутацій ЗМІ. Умисні приховані маніпуляції деструктивно впливають на інформаційне поле країни, а тому і журналіст, і споживач інформації мають бути «медіаграмотними», «медіаосвіченими» і вміти протистояти неправдивій інформації.

Для перевірки аудіовізуального ряду в інтернеті існує ряд безкоштовних програм. Важливу роль у здобутті людьми навичок розпізнавання фейків відіграє створений у березні 2014 р. проект «Стоп Фейк». У ході експертного опитування відомого українського журналіста С. Андрушко і викладача курсів для репортерів Г. Дегена визначено підходи до роботи з інформацією у соцмережах.

5. З огляду на досліджені тенденції в інформаційних телепрограмах України спрогнозовано перспективи розвитку інформаційного мовлення на вітчизняному телебаченні. Інформацію, отриману в особистих інтерв'ю з редакторами, журналістами досліджуваних телеканалів і медіаекспертами, уніфіковано в систему, де простежено, на яких каналах дотримуються традиційних ознак новинної журналістики, а на яких активно експериментують і впроваджують трансформації в інформаційне

телемовлення. Можна прогнозувати, що всі репортери користуватимуться соцмережами для роботи й перевірятимуть автентичність їхнього вмісту за допомогою програм в інтернеті.

Журналіст врешті стане не посередником, а провідником глядача. Набуватимуть розвитку нові функції професійного тележурналіста в інформаційному телевізійному мовленні відповідно до редакційних настанов (дотримання принципів журналіста-провідника, полістендапності, створення журналістові певного іміджу), репортеріві буде додано функціональних обов'язків (необхідність наявності акторських здібностей, уміння професійно поводитися в кадрі, продукувати творчі емоційні стенд-апи, миттєво реагувати перед камерою на інформацію інтерв'ююваного, виражаючи ставлення до почутого через міміку, жести і вербальну комунікацію). Вимоги до професії журналіста передбачатимуть наявність неабиякої працездатності, витривалості і самовідданості репортера, розвитку його творчих здібностей. Така техніка, як професійні великі камери, поступово буде замінена професійними фотоапаратами й допоміжною технікою GoPro.

Список опублікованих праць за темою дисертації

Статті в наукових фахових виданнях:

1. Мордюк А.О. Тенденції в інформаційному мовленні на загальнонаціональних телеканалах в Україні // Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник / за ред. В. В. Різуна; КНУ імені Тараса Шевченка. – Київ, 2013. – Т. 50. – Січ.–берез. – С. 64-68.
2. Мордюк А.О. Як працювати з інтернет-контентом, щоб не стати жертвою маніпуляції: поради журналістам від вітчизняних та європейських експертів/ А.О. Мордюк // Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник / за ред. В. В. Різуна; КНУ імені Тараса Шевченка. – Київ, 2014. – Т. 56. – Лип.-верес. – С. 240-246.
3. Мордюк А.О. Проблема дотримання орфоепічних норм у новинних програмах на українському телебаченні // Стиль і текст. – Київ, 2014. – Вип. 15. – С. 211-221.
4. Мордюк А.О. Вплив соціальних мереж на контент телевізійних випусків новин // Наукові записки Інституту журналістики / за ред. В.В. Різуна; КНУ імені Тараса Шевченка. – Київ, 2014. – Жовт.-груд. – Т. 57. – С. 152 – 156.
5. Мордюк А. «Інфотейнментизація» українських новин (на прикладі інформаційного мовлення телеканалу «Новий канал») // Теле- та радіожурналістика: збірник наукових праць. – Львів, 2015 р. – Вип. 14. – С. 203-207.
6. Гоян В.В., Мисечко А.О. Аудіовізуальні аспекти творчості журналіста інформаційно-розважальної телепрограми // Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації. / Класичний Приватний Університет – Запоріжжя, 2016. – №1. – С. 68–74.

Статті в іноземних наукових фахових виданнях:

7. Мордюк А.О. Апгрейд теленовин, або Нова подача інформаційної програми в Україні // *Science and education a new dimension (Humanities and social sciences)*, II (6), Issue: 36, 2014. – P. 72-75.

Статті в інших наукових виданнях:

8. Кудлай-Швець Н., Мордюк А. Перша українська телетрансляція // *Історія українського телебачення: перший ефір: матеріали наукового колоквиуму*, Київ, 17 листопада 2010 р. / за заг. ред. В.В. Різуна, Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики; Телерадіоклуб / *Передмова та упорядкування В.В. Гоян.* – Київ: Вид-во Європейського університету, 2011. – С. 92-94.
9. Кудлай-Швець Н., Мордюк А. Основні вимоги і тенденції новинної журналістики (на прикладі українських теленовин) // *Новітні технології телерадіомовлення: світовий досвід (матеріали наукового колоквиуму)*, Київ, 16 листопада 2011 р. / за заг. ред. В.В. Різуна, Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики; Телерадіоклуб / *Передмова та упорядкування В.В. Гоян.* – Київ, 2012. – С. 72-73.
10. Мордюк А., Мороз І. «РадіоКПШ»: від першої університетської радіостанції в Україні до сучасного студентського конвергентного медіа // *Студентське телерадіомовлення у світі: збірник матеріалів наукового колоквиуму від 16.11.2012 р.* – Київ, 2013. – С. 24-27.
11. Мордюк А. Використання новітніх технологій у роботі конвергентного журналіста // *Комунікаційні технології: наук. журн.* [наук. ред. О.М. Холод]. – Т.6. – Київ: КНУКіМ, 2014. – С. 111-116.

Тези наукових доповідей:

12. Alina Mordiuik. Development of convergent journalism in Ukraine: the view through the events of Euromaidan 2013 // *XIV Miedzynarodowa Konferencja Naukowa "Europa XXI wieku"* / – Slubice, 2014. – 6-7 lutego.
13. Мордюк А.А. Интеграция социальных сетей в телевизионные новости: опыт Украины / А.А. Мордюк // *Журналистика в 2013 году: регионы в российском медиапространстве. Сборник материалов международной научно-практической конференции.* – М.: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2014. – 7-9 февраля. – С.44-45.
14. Мордюк А.О. Вплив соціальних мереж на контент телевізійних випусків новин / Мордюк А.О. // *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Критерії діагностики та методики розрахунку впливу медіа»* [наук.ред. В. Різун; упоряд. Т. Скотникова]. – Київ: Інститут журналістики, 2014. — С. 132-133.
15. Мордюк А. Проблема дотримання орфоепічних норм у новинних програмах на українському телебаченні / А. Мордюк // *Мова. Суспільство.*

Журналістика: Збірник матеріалів і тез XX (ювілейної) міжнародної науково-практичної конференції з питань мовної політики в Україні, функціонування і розвитку української мови (присвячується 180-річчю Університету). – Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2014. – С. 75-79.

16. Мордюк А.О. Соціально значущі сюжети в інформаційно-розважальних програмах (на прикладі програми «Абзац!» на «Новому каналі») / А.О.Мордюк // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених «Сучасні виклики для соціально значущої медіа діяльності» [наук. ред. В. Корнєєв; упоряд. Н.Ващенко]. – Київ: Інститут журналістики, 2015. – С. 32-34.

АНОТАЦІЯ

Мисечко А.О. Інформаційна телепрограма в Україні. Традиції і трансформації. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. – Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Міністерство освіти і науки України. – Київ, 2016.

Дослідження містить систематизовану інформацію про традиції і трансформації в українській інформаційній телепрограмі, виокремлену на основі аналізу змістового наповнення інформаційних програм мережевих (комерційне телебачення «Новий канал», національний мовник «УЛ: Перший») і локального телеканалів («Центральний канал»), принципів роботи їхніх редакцій.

Проаналізовано зміни в організації роботи журналіста й оператора, продемонстровано принцип роботи з новим інформаційним джерелом – соціальними мережами. Наведено онлайн-інструменти, за допомогою яких можна перевірити інформацію з мережі на правдивість. Досліджено нові аспекти інфотейнменту, ед'ютейнменту, монтажу, інтерактивності, конвергентності в інформаційному телемовленні. Уточнено поняття «екранного персонажа», «дайджесту», запропоновано ввести в науковий обіг принцип «живої камери» і додати до синонімічного ряду поняття «конвергентність» такі терміни: «мультимедійна платформа», «крос-платформова журналістика».

Ключові слова: інформаційна телепрограма, традиції, трансформації, конвергентність, соціальна мережа, екранний персонаж.

АННОТАЦИЯ

Мысечко А.А. Информационная телепрограмма в Украине. Традиции и трансформации. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата наук по социальным коммуникациям по специальности 27.00.01 – теория и история социальных коммуникаций. – Институт журналистики Киевского

национального университета имени Тараса Шевченко, Министерство образования и науки Украины. – Киев, 2016.

В ходе исследования научно-теоретической базы в сфере информационной тележурналистики была выявлена потребность в исследовании изменений в информационной экранной журналистике. Диссертация содержит систематизированную информацию о традициях и изменениях в украинской информационной телепрограмме, выделенных на основании анализа контента информационных программ сетевых (коммерческого телеканала «Новый канал», национального вещателя «УЛ: Первый») и локальных телеканалов («Центральный канал»), принципов работы их редакций.

Проанализированы изменения в организации работы журналиста и оператора, продемонстрированы на примерах принцип работы с новым информационным источником – социальной сетью. Указаны новые интернет-программы, с помощью которых можно определить объективность и достоверность информации из соцсети. Исследованы новые аспекты инфотейнмента, едьютейнмента, монтажа, интерактивности и конвергентности в информационном вещании.

Исследовав контент информационных программ сетевых и локальных телеканалов, автор сделал выводы, что за последние четверть века украинская информационная телепрограмма приобрела новые характеристики: стало больше присутствия журналиста в кадре, эмоциональной лексики в текстах, практических экспериментов и реквизита в стенд-апах. Оборудование, с помощью которого транслируют программы, стало более качественным, появились виртуальные студии. Изменилась тематика (культурные блоки практически не попадают в верстку), подача информации от официально-деловой переакцентирована на разговорную. Наряду с классическим информационным и информационно-аналитическим телевидением, информационно-развлекательный формат сегодня является самым распространенным типом информационной программы в Украине.

В сюжетах некоторых общенациональных коммерческих телеканалов корреспондент имеет право продемонстрировать свое отношение к проблеме и посоветовать выход из сложившейся ситуации. А значит, можно говорить о частичном заимствовании журналистом функций ведущего (работа в кадре) и полномочий зрителя (делать выводы). Такая концепция отличается от правил классической журналистики.

Обозначена роль социальных сетей как одного из новых методов поиска информационных поводов. Социальные сети наравне с информационными агентствами фактически являются новым источником новостей и катализатором коммуникации. Тексты в новостях часто написаны по аудиовизуальному ряду или комментариям из сетевых сообществ. Так готовят материалы на телеканалах «Новый канал», «УЛ: Первый», «1+1», «СТБ», реже – на «Центральном канале».

С одной стороны, социальная сеть как глобальная медиаплатформа облегчает жизнь журналистов за счет доступа к мощным массивам

информации. Это – полезный инструмент, открывающий для телевизионщиков, прессовых и интернет-корреспондентов возможность узнавать от очевидцев о резонансных новостях, искать информационные поводы для своих материалов. Кроме того, активистами создан ряд «медиа», которые функционируют только внутри социальных платформ (как, например, страница Евромайдана), что свидетельствует о развитии «журналистики социальных медиа». С другой стороны, соцсети могут содержать неправдивую или патогенную информацию. Для проверки сетевой информации в интернете существует целый ряд бесплатных программ («Google Search by Image», «Findefix.com», «Foto Forensics», «TinEye» и др.).

Учитывая исследованные тенденции в информационных телепрограммах Украины, спрогнозировано перспективы развития информационного вещания на отечественном телевидении. Информация, полученная в интервью с редакторами, журналистами и медиаэкспертами, была унифицирована в систему, где определено, на каких телеканалах придерживаются традиционных подходов к новостной журналистике, а на каких активно экспериментируют с изменениями в информационном телевещании. В будущем все репортеры будут пользоваться соцсетями для работы. Журналист станет не посредником, а проводником зрителя. Такая техника, как профессиональные большие камеры, постепенно будет заменена профессиональными фотоаппаратами и такой вспомогательной техникой, как GoPro.

Ключевые слова: информационная телепрограмма, традиции, трансформации, конвергентность, социальная сеть, экранный персонаж.

SUMMARY

Mysechko A. News TV program in Ukraine. Traditions and Transformations. – Manuscript.

Thesis for a Candidate degree in Social communications: Specialty 27.00.01 - Theory and history of social communications. – Institute of Journalism of Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ministry of Education and Science of Ukraine. - Kyiv, 2016.

The study includes systematized information on changes in the Ukrainian TV program information, singled out by analyzing the semantic content of news programs of commercial television channel "New Channel", the national broadcaster «UA: Pershyj," regional TV station "Centralnyj kanal" and by analyzing the principles of their editors.

Changes in the organization of journalist and cameraman are analyzed, the principle of work with a new source of information - network "Facebook" – is demonstrated. The new Internet programs, which show whether the information is true or not in social networks are described. Nuances of infotainment, edutainment, video cutting, interactivity and audience scope reduction in information broadcasting are discussed.

Key words: informational program, traditions, transformations, convergence, social network, TV character.