

УДК 070.449.7: 621.397

Морозько А. В., ст. магістратури, Пучка А. А. ст. IV курсу факультету журналістики; наукові керівники – д.соц.ком., професор Мітчук О. А., к.соц.ком. Смуць А. Г. (Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янука, м. Рівне)

СПЕЦИФІКА ТА ТЕХНОЛОГІЯ ВИКЛАДУ ІНФОРМАЦІЇ У ВИПУСКАХ ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ СЛУЖБИ НОВИН НА ТЕЛЕКАНАЛІ 1+1

***Анотація.** У статті досліджено сучасну специфіку викладу новинної інформації на прикладі однієї із найрейтинговіших телевізійних редакцій України, а саме, редакції Телевізійної служби новин на телеканалі 1+1. Проведено аналіз випусків новин за певними ознаками, а саме: формою подачі та тривалістю викладу інформації, наповненням верстки та періодичністю «зв'язку» з медіа-аудиторією. Визначено та розкрито ретроспективний шлях розвитку редакції для кращого розуміння як редактори новинної служби та продюсери телеканалу дійшли саме до такого формату подачі інформації, який є нині.*

***Ключові слова:** інформація, технологія, новини, ефір, телебачення.*

***Abstract.** The article explores the contemporary specifics of news information presentation on the example of one of the most ranked television editions of Ukraine, namely, the editorial office of the TV News Service on 1+1 TV channel. The analysis of news releases was conducted on certain grounds, namely: form of submission and duration of presentation of information, filling of layout and frequency of «communication» with the media audience. The retrospective path of editorial development for better understanding as news service editors and TV channel producers has been identified and revealed in exactly the format of present information present.*

***Key words:** information, technology, news, air, television.*

Інформаційна політика телеканалів нині відіграє дуже важливу роль у формуванні національної свідомості громадян. Кожен із них, незалежно від форми власності, при створенні свого інформаційного контенту, через вплив багатьох факторів, намагається передати певну ідеологію і, тим самим – вплинути на свою аудиторію. Така закономірність присутня та притаманна більшості українських медіа. Для того, аби більш детально дослідити природу походження такого явища, його існування та перспективи розвитку, предметом нашого дослідження став один із телеканалів медіа-холдингу «1+1 media», а саме, телеканал 1+1.

Над проблемами, які виникали при створенні різних технологій, форм подачі інформації на телебаченні працювали такі відомі науковці та журналісти, як: Л. Д. Поліщук [1], А. Міцкевич, Ж. Солдатова [2], Т. Лазарчук [3], Т. Макуха, А. Котик [4], Ю. Матусова, О. Дячук [5]. Однак, необхідність розширення національного інформаційного простору, вимагає від нового покоління вітчизняних науковців дослідження українського і зарубіжного досвіду та впровадження інноваційних технологій подачі інформації.

Метою нашої статті є дослідження та виокремлення закономірних проблем, які виникають у новинних редакцій на телебаченні під час визначення специфіки подачі інформації (новини) на телеканалі.

Завданням статті є визначення шляху розвитку телевізійних програм; проведення аналізу і синтезу щоденних випусків новин; визначення формату створення контенту, потенційної аудиторії і технічного покриття телеканалу.

Засновник телеканалу 1+1 у 1996–2008 роках О. Роднянський, який запропонував О. Ткаченку створити нову новинну службу, яка повинна була об'єктивно та ексклюзивно першою повідомляти про останні події в Україні та світі зазначав: – «Я не дуже собі уявляв телебачення без якісних новин. Оскільки із повітря телебачення новинне, інформаційне створити було не можливо і для інформаційного телебачення потрібні були лідери, звичайно подивившись по-сторонах ми виявили, що головною, незалежною, інформаційною програмою в країні була «Післямова», яка то з'являлася то зникала з інформаційного поля» [6].

На старті становлення телевізійної служби новин (ТСН) О. Ткаченко поставив головну умову – не втручатися у роботу новинної редакції, але це правило довго не протрималося. Уже після чотирьох місяців діяльності новинної служби, вона зазнала перших утисків свободи слова.

За словами О. Роднянського, все почалося з того, коли у лютому місяці вийшов в ефір сюжет про автозаправні станції до яких був причетний тодішній прем'єр-міністр Криму – А. Франчук. З того часу тиск влади на новини настільки посилювався, що з ефіру пішла рейтингова, популярна, впливова, аналітична програма «Післямова». На її місце тодішня влада завела повністю іншу, нову, сформовану інформаційну команду зі своїми журналістами, репортерами, ведучими, режисерами, технічними працівниками, у яких були зовсім протилежні погляди на виклад інформації в ефір, які нікому і нічому не планували опиратися.

Кадрова криза в ТСН тривала більше року. У ролі керівників новин себе спробували М. Вересень та Д. Яневський, проте тиск зі сторони влади лише посилювався. Доленосним стало рішення про призначення на посаду шеф-редактора ТСН – В. Піховшека, він замкнув на собі левову частку перемовин з владою. Підчас, керівництва В. Піховшека, редакція ТСН працювала за так званою схемою «темників». Схема «темників» – це такий своєрідний лист-повідомлення від адміністрації президента, для керівників

всіх національних та регіональних засобів масової інформації (ЗМІ), у якому зазначалося, які теми можуть бути подані в ефір, а які категорично заборонено подавати, оскільки вони будуть негативно впливати на імідж тодішньої влади [7].

Журналісти ТСН від самого початку не хотіли і намагалися не працювати за такою схемою, але опиратися цьому було дедалі і дедалі важче – потрібно було приймати якесь рішення. В середині жовтня 2004 року весь склад редакції ТСН, без керівництва, вирішив зібратися у Дорогожицькому парку м. Києва. Зустріч тривала кілька годин. Висновками якої став лист до керівництва ТСН В. Оселедчика та шеф-редактора В. Піховшека про те, що команда ТСН надалі відмовляється виконувати «темники» і брати участь у створенні такого інформаційного контенту. Цей лист підписала більшість журналістів та ведучих ТСН. Коли повернувшись на роботу в телецентр, журналісти зрозуміли, що ні до якого результату цей ультиматум їх не приведе – вони почали писати заяви на звільнення [7].

Хоча журналістська команда ТСН і полишила свою роботу, але примусово певний час вона пропрацювала за так званою схемою «темників», це не могло не відбитися на репутації ТСН серед суспільства. Вона практично упала до нуля. Але попри велике і різке падіння довіри до ТСН серед населення країни, залишалися й такі люди, які розуміли та відчували той тиск, який чинився зі сторони влади на журналістську команду ТСН [8].

Журналіст ТСН у 2000–2007 роках К. Грубич, який тоді не написав заяву про своє звільнення та залишився працювати в редакції, згадує одну із своїх зйомок, коли 22-го листопада 2004 року він та оператор Р. Сукач приїхали на Майдан Незалежності для того, аби відзняти людей, які зійшлися на Помаранчеву революцію і, там склалася така ситуація, що потрібно було оператору з гори зняти великий натовп людей. І. Грубич вирішив, що потрібно запитати дозволу в охорони чи можна поставити свого оператора на імпровізованій сцені, з якої тоді виступали учасники революції. Охорона до кінця не зрозумівши це прохання, передала його К. Томенку, який тоді керував всіма виступи на сцені, повідомивши, що К. Грубич, хоче виголосити заяву від ТСН [9].

Насправді, це було не так, але тільки-но підійшовши до мікрофона, К. Грубич неочікувано для себе, цю промову виголосив. «Слава Україні! Слава всім вам! Я хочу сказати, що на цей вчинок мене ніхто не уповноважував це стихійний. Я хочу сказати, що ті журналісти, прості люди такі, як я – вони всі з вами душею, серцем, вони всі зараз працюють, хоча ми не знаємо чи вийде це в ефір, а якщо вийде то в якому вигляді і, я не знаю чим закінчиться цей мій виступ для мене ввечері або зараз по-мобільному телефону, я хочу сказати, що дякую всім вам, що ви даєте нам шанс на

професію, канал залишиться, і мені хочеться вірити, що це буде трохи інший 1+1. Вибачте! І тримайтесь!».

Повернення на роботу К. Грубич згадує таким чином: – «приїжджаю на роботу, відтягую момент, іду на зустріч... іде прибиральниця, прибиральниця... я зараз заплачу... вона кинулась мені отак (на шию) почала обнімати, хто я їй такий?.. хто мені вона?.. вона каже: – «Спасибо тебе! Ти спас нашу честь!», чуєш, всі, всі 1+1 були, як ізгоєм в очах людей: «Ти спас нашу честь». Як не дивно, ті слова К. Грубича: «...канал залишиться, і мені хочеться вірити, що це буде трохи інший 1+1», – стали реальністю і, за не дуже довгий період часу, телеканал 1+1 у своєму ефірі оприлюднює заяву: «Канал 1+1 відновлює повноцінно-інформаційне та суспільно-політичне мовлення. Від сьогодні, за зміст телевізійного продукту відповідає лише колектив і менеджмент 1+1. Ми гарантуємо, що будь-яка інформація поширена нашим каналом буде повною й не упередженою відповідно до професійних стандартів журналістики. Ці принципи будуть дотримані доки канал існуватиме у телеєфірі» [9].

Перший ефір ТСН вийшов у записі на телеканалі 1+1, 1 січні 1997 року з ведучою А. Мазур. Від самого початку діяльності ТСН було закладено основний принцип її роботи, який існує і на сьогоднішній день – розказувати і показувати те, що буде цікаво дивитися глядачам усю країну, абсолютно не офіційною, абсолютно доступною мовою [1]. Щоденно в ефірі телеканалу 1+1 виходить 9 випусків ТСН. Їх можна умовно поділити на: ранкові, денні, вечірні та нічний випуски.

Ранкові випуски новин виходять у такій часовій періодичності та з такою тривалістю: 07:00 – 10 хвилин, 07:30 – 4 хвилини, 08:00 – 7 хвилин, 08:30 – 4 хвилини і 09:00 – 10 хвилин. Насправді, всі ці ранкові новини, готуються ще з минулого вечора. За таку роботу відповідає окремий редактор, який відбирає новини, які вчора були найважливішими, але і ще сьогодні, будуть актуальними для глядачів та складає їх у так звану «ковбасу», в якій містяться сюжети, «начитки», синхрони, які зрештою і подаються у ранковій ефірі новин. Серед усіх цих ранкових випусків ТСН, найрейтинговішим є випуск новин о сьомій годині ранку. Це супроводжується тим, що зазвичай о такій порі більшість людей просинається та збираючись, наприклад, на роботу, вмикають телевізор, аби почути якісь ранкові новини цього дня [10].

Другий новинний блок – це денний. До нього входить 2-ва випуски ТСН, перший – о 12:00 та другий – о 16:45. Перший, зазвичай триває 20–25 хвилин. Особливістю та окрасою цього випуску новин є те, що він насичений здебільшого прямими включеннями з місця події, наприклад, пожежа на автомобільній заправній станції. Проте, він програє за рейтингом переглядів усім ранковим випускам ТСН, оскільки до медіа-аудиторії, яка дивиться такий випуск, можна віднести категорію людей, яка переважно не працює

у цей час. Другий випуск новин це – о 16:45. За наповненням, його можна назвати – випуск-анонс, тому що, у його верстці, дуже мало сюжетів і дуже багато «начиток». Все це супроводжується тим, що з одного боку, підсумки доби ще зарано проводити, а з іншого, журналістська телевізійна група: журналіст, оператор, водій, яка виїжджає на місце події, досить часто, не встигає повернутися із зйомок та на основі відзнятого матеріалу, зробити повноцінний телевізійний сюжет [11].

Наступний, третій новинний блок – це вечірній. У ньому тільки один випуск о 19:30, який, зрештою і, є – основним та головним випуском ТСН. Цей випуск відрізняється від усіх попередніх тим, що він триває 45–60 хвилин. Його верстка в більшості наповнена повноцінними телевізійними сюжетами тривалістю до трьох хвилин, в яких можна прослідкувати певну, легку аналітику. Загалом, цей випуск дає змогу побачити майже повну інформаційну картину дня, що минає.

Четвертий блок новин – нічний. В ньому так само, як і у вечірньому, один випуск ТСН. Цей випуск за своєю тривалістю не перевищує 5-ти хвилин. Його змістом є підсумки доби, подані у дуже короткій та стислій формі, з можливим анонсом подій, які можуть відбутися завтра. Точний час його виходу в ефір не є фіксованим і сталим, що є хоча і не значним, але все ж таки – мінусом у діяльності новинної служби [2].

Якщо провести загальний та повний аналіз всіх випусків ТСН за їхньою тривалістю, форматом викладу та формою подачі інформації то можна зрозуміти, що новинна служба функціонує за принципом цілодобового, безперервного інформування своєї медіа-аудиторії та підлаштовується на неї. Мається на увазі, що наприклад, ранкові випуски ТСН виходять паралельно із інформаційно-розважальним ранковим шоу «Сніданок з 1+1» та побудовані у динамічній, стислій, але досить таки насиченій інформацією формі. З точки зору психології, це дає змогу глядачу, зранку отримати необхідну йому на той час частину інформації та налаштуватися на позитивний лад всього дня. Якщо ж проаналізувати всі наступні випуски новин, то вони дають змогу глядачу упродовж цілого дня, «тримати руку на пульсі» всіх останніх подій України та світу, а ввечері, побачити уже завершену «інформаційну картину» доби.

Окремої уваги і аналізу заслуговує щонедільний дев'яностохвилинний інформаційно-аналітичний випуск о 19:30 «ТСН. Тиждень». В цьому випуску, ведуча А. Мазур з досить глибокою аналітикою аналізує всі найголовніші події останніх семи днів. За змістом цей випуск складається із повноцінних телевізійних сюжетів (спеціальних репортажів) тривалістю від 3-х до 9-ти хвилин на політичну, економічну, соціальну, культурну тематики. В ньому також присутні журналістські розслідування, ексклюзивні інтерв'ю, різні експерименти та спец-проекти, наприклад, спецпроект «Польова кухня з Костянтином Грубичом», який відправляється в ту-чи-іншу місцину нашої

України, готує різні кулінарні страви і одночасно намагається дізнатися про проблеми людей та за допомогою висвітлення їх на телебаченні – вирішити. Нині, 1+1 media – один з найбільших медіа-холдингів України. До його складу входить сім телеканалів – «1+1», «2+2», «ТЕТ», «ПЛЮСПЛЮС», «1+1 International», «УНІАН ТБ» та «Бігуді» [3; 13].

1+1 – перший україномовний національний канал, який почав мовлення у вересні 1995 р., фактично започаткувавши сучасне українське телебачення. Сьогодні канал продовжує розвиватись, диктуючи високі стандарти всій індустрії. Технічне покриття каналу складає – 95 %, цільова аудиторія – 18–54 роки [3; 4].

«2+2» – загальнонаціональний український телеканал, що пропонує глядачам якісну добірку інформаційних та суспільно-політичних проєктів власного виробництва, розважальних програм, фільмів, серіалів, топових футбольних трансляцій, орієнтованих переважно на чоловічу аудиторію. Цільова аудиторія телеканалу «2+2» – чоловіки віком 18–54 років [5].

«ТЕТ» – національний розважальний канал. Він здійснює мовлення більше, ніж у 100 містах України. Його технічне покриття складає 92,4 %, а цільова аудиторія – 14–30 років [3; 13].

Телеканал «Бігуді» – орієнтований на жіночу аудиторію. Його основні продукти: вітчизняні та зарубіжні серіали і програми виробництва каналу 1+1 для жіночої аудиторії [3].

ПЛЮСПЛЮС – анімаційний, розважально-пізнавальний телеканал для сімей з дітьми дошкільного та шкільного віку. ПЛЮСПЛЮС – це продукти власного виробництва, найкраще зі світової анімації, улюблені Disney, Nickelodeon, а також розвиваючі та пізнавальні програми. Технічне покриття цього каналу складає 55 %, цільова аудиторія – сім'ї з дітьми [3; 6].

Телеканал «УНІАН ТБ» – орієнтований на переважно чоловічу аудиторію. В основі його програмного наповнення – новини, аналітичні та публіцистичні програми, документальні фільми, спорт і кіно [3].

1+1 International – україномовний канал, орієнтований на представників українських діаспор, а також наших співвітчизників, які перебувають за кордоном. 1+1 International є міжнародною версією популярного українського телеканалу 1+1 [7].

Отже, з проведеного аналізу можна зробити висновки, що з метою створення служби загальнонаціональної інформації, на телеканалі 1+1 було закладено та дотримано фундаментальні журналістські принципи-стандарти, такі як: об'єктивність та оперативність. У своїй роботі журналісти ТСН, керуються таким поняттям, як «ексклюзив». Абсолютно всі випуски ТСН розташовані у такій часовій послідовності аби цілодобово та періодично інформувати глядача про останні події України та світу. Окрім того, головною відмінністю роботи ТСН від інших редакцій є те, що вся інформація подається абсолютно доступною і простою мовою та відповідає потребам сучасної медіа-аудиторії.

1. Документальний фільм «ТСН. 20 років». URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uhenVRC7488> (дата звернення: 10.10.2019). **2.** Чим саме відрізняються різні сфери новин, крім узору з хвилин «10 – 4 – 7 – 4 – 10 РАНОК». URL: <https://www.youtube.com/watch?v=00dsLnUNCVo> (дата звернення: 06.10.2019). **3.** 1+1 Media URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/1%2B1_Media (дата звернення 06.10.2019). **4.** Телеканал 1+1. URL: <https://media.1plus1.ua/ua/media/channels/1plus1> (дата звернення 04.10.2019). **5.** Телеканал 2+2 URL: <https://media.1plus1.ua/ua/media/channels/2plus2> (дата звернення 01.10.2019). **6.** Телеканал ПЛЮСПЛЮС URL: <https://media.1plus1.ua/ua/media/channels/plusplus> (дата звернення 01.10.2019). **7.** Телеканал 1+1 International. URL: <https://media.1plus1.ua/ua/media/channels/1plus1international> (дата звернення 01.10.2019). **8.** Компоненти структури телевізійної інформаційної програми як комунікативної єдності. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1384> (дата звернення 13.10.2019). **9.** Використання нових технологій у створенні телевізійних новин. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/Books/Novitnitech.pdf> (дата звернення 12.10.2019). **10.** Прямі включення (на прикладі програми «ТСН» телеканалу «1+1»). URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/Books/Novitnitech.pdf> (дата звернення 13.10.2019). **11.** Прямі включення: технологічні та творчі особливості (на прикладі інформаційної служби «ТСН»). URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/Books/Novitnitech.pdf> (дата звернення 13.10.2019). **12.** Тенденції примітивізації, хаотизації і фабрикації телевізійного фактажу (на прикладі сюжетів каналів «СТБ», «1+1» та «Нового каналу»). URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/Books/Novitnitech.pdf> (дата звернення 13.10.2019). **13.** Звіт з корпоративної соціальної відповідальності. URL: <https://media.1plus1.ua/storage/CSR-report-2016-1516269221384.pdf> (дата звернення 14.10.2019).