

Демченко Д. Л.,  
студентка,  
Бердянський державний  
педагогічний університет

## ТАБЛОЇДИЗАЦІЯ ПРОГРАМНОГО КОНТЕНТУ НА ТЕЛЕКАНАЛІ СТБ

*Актуальність дослідження.* Таблоїдизація є однією з найбільш актуальних проблем у сучасному журналістикознавстві, провідні дослідники сучасних медіа зауважують, що таблоїдизація на сучасному етапі є соціальним та культурним мегатрендом. Проте проблематика таблоїдизації наразі є малодослідженою в українських соціальних комунікаціях. Актуалізація вивчення феномену таблоїдизації на початку XXI століття була зумовлена активізацією таблоїдизаційних процесів в українському медійному просторі. Поширення явища таблоїдизації в українських ЗМІ було спричинено насамперед фактором активної інтеграції українських медіа у європейський та світовий інформаційно-комунікативний простір. Л.Городенко досліджує процеси адаптації ЗМІ до умов інформаційного суспільства. Таблоїдизацію медіа вивчають дослідники Є. Цимбаленко, А. Бірессі, Г. Нунн та інші. Актуальні трансформаційні процеси та проблеми українського телебачення досліджують В. Гоян, Н. Симоніна. Проблемам розвитку медіа в інформаційному суспільстві приділили увагу зарубіжні дослідники: Д. Келнер, Г. Тьорнер, К. Спаркс, Дж. Тулох, К. Аттон, Г. Дойль, Г. Джекінс, Г. Мензіс, Дж. Павлік, Р. Робертсон та інші.

*Мета дослідження* – проаналізувати тенденції таблоїдизації на українському телебаченні на прикладі телеканалу СТБ.

*Об'єкт дослідження* – таблоїдизація українських медіа на прикладі телеканалу СТБ.

*Предмет дослідження* – таблоїдний формат програмного контенту телеканалу СТБ.

Розважальне телебачення є складовою життя сучасної людини. Як вважає О. Мітчук: «Сучасна телевізійна масова культура зорієнтована на потреби в дозвіллі, розважанні, емоційній компенсації й розрядці. Вона є дистанційованою від вишуканих смаків й глибоких духовних шукань, має меншу художню цінність, ніж елітарна культура» [2].

Таблоїд – це малоформатна газета з відносно невеликими фрагментами тексту, яскравими заголовками, які привертають увагу, великими ілюстраціями, інтригуючими анонсами [3]. Таблоїдизація на телебаченні проявляється через великі та яскра-

## Формування особистості засобами візуальної комунікації

.....

ві заголовки, величезну кількість шокуючих світлин, ексклюзивність, сенсаційну подачу [1]. Таким чином, більшість анонсів програм на багатьох каналах мають характеристики таблоїдів.

На сьогодні СТБ можна вважати класичним прикладом таблоїдного ЗМІ. На змістовому рівні контенту це виявляється у тому, що центр уваги СТБ – людське життя. Новини подаються крізь призму історій звичайних людей, їхніх думок та почуттів. Інформація через це втрачає безсторонність, у новинах з'являються псевдорозслідування та псевдовикриття, використовується розважальна інформація на зразок відео про тварин та дітей з «YouTube». Кожен випуск новин (після закінчення) супроводжується замовними рекламними сюжетами зі збереженням стилю новин СТБ, фірмових плашок, кольорів тощо. Це є прикладом прихованої реклами.

Сьогодні якість інформаційно-аналітичних матеріалів з точки зору професійних стандартів викликає сумніви, адже у сюжетах теленовин СТБ ми спостерігаємо таблоїдну подачу інформації (превалювання людських історій над безсторонньою інформацією), рекламування шоу СТБ через інформаційні сюжети, візуальну перенасиченість віджетами.

Елементи таблоїдизації також помітні на прикладі проекту «Детектор брехні», що позиціонується як соціальний. Формат шоу є таблоїдним, адже передбачає втручання в особисте життя учасників.

Класичними для таблоїдних медіа є програми про життя зірок, такі, як «Неймовірна правда про зірок» чи «Зіркове життя». У цих програмах журналісти часто штучно загострюють скандали та створюють тизери з ефектом оманливого очікування, вивираючи з контексту фрази відомих особистостей.

Іншою характерною рисою таблоїдного медіа є візуальне оформлення. Ефір СТБ переповнений віджетами з відліком часу до наступних шоу та спливаючою рекламою різних шоу під час ефіру новин чи показу фільмів. Із вищезазначеного можна зробити висновок, що основним методом пристосування до інформаційного суспільства телеканал СТБ обрав саме таблоїдизацію.

Отже, проаналізувавши контент телеканалу СТБ можна стверджувати, що на ньому переважає таблоїдний формат. На змістовому рівні контенту це виявляється у тому, що центр уваги СТБ – людське життя, інформація через це втрачає безсторонність, використовується розважальна відеоінформація, взята з Інтернету, можна спостерігати велику кількість рекламних анонсів шоу-програм СТБ в інформаційних сюжетах, помітна візуальна перенасиченість віджетами.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Блавацький С. Таблоїдизація якісної преси у Великобританії / С. Блавацький // Вісн. Львів. ун-ту. Сер.: Журналістика. – 2007. – Вип. 30. – С. 91–102.
2. Мітчук О. Ток-шоу в українському ефірі як конфліктогенне середовище [Електронний ресурс] / О. Мітчук // Теле- та радіожурналістика. – 2013. – Вип. 12. – С. 340–345. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir\\_2013\\_12\\_62](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2013_12_62)
3. Терентьева М. Українське телебачення у контексті сучасних світових медіатенденцій (на прикладі телеканалу СТБ) [Електронний ресурс] / М. Терентьева // Журналістика. – 2015. Вип. 14. – С. 139–149. – Режим доступу : <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/>

**Забітчук О. В.,**

студентка,  
Бердянський державний  
педагогічний університет

### **ЯВИЩЕ ІНФОТЕЙНМЕНТУ В ПРОГРАМНІЙ ПРОДУКЦІЇ ТЕЛЕКАНАЛУ «ЮГ» М. БЕРДЯНСЬКА**

З набуттям незалежності та корінних змін в сфері політики та економіки наступила епоха змін на українському телебаченні. ЗМІ перестали в новинах висвітлювати просто актуальні події, що відбулися за певний проміжок часу, вони перетворилися на товар, який вимагає як конкурентоспроможного рівня якості (новизни, оперативності, оригінальності і т. ін.), так і пошуку нових засобів і прийомів подачі матеріалів у інформаційних програмах.

*Актуальність дослідження* полягає в аналізі такого формату подачі інформації як інфотейнмент, який використовується на регіональному телеканалі «Юг» м. Бердянська. Важливість дослідження полягає у вивченні контенту телеканалу «Юг» та аналізі специфіки подачі матеріалів, особливостей прийомів зйомки, монтажу тощо.

*Мета дослідження* – проаналізувати трансформацію жанрів на регіональному телебаченні, визначити особливості подання інформації за принципами інфотейнменту. Для реалізації мети необхідно виконати наступні завдання: систематизувати і узагальнити погляди науковців стосовно поняття «інфотейнмент»; прослідкувати трансформацію інфотейнменту на регіональному телебаченні; проаналізувати змістове наповнення і формат програмного продукту на телеканалі «ЮГ» м. Бердянська.