

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
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.

Об'єкт дослідження – інфотейнмент на регіональному телебаченні. Предмет дослідження – явище інфотейнменту в програмах телеканалу «Юг» м. Бердянська. Під час дослідження було переглянуто 265 випусків програм в період з 2013 по 2017 рік, що знаходяться в публічному доступі на сайті <http://pro.berdyansk.biz/>.

Новини – це інформація, необхідна людям для прийняття рішень, і повідомлення про відхилення від природного ходу подій. Залежно від інформаційного приводу розрізняють новину-факт (повідомлення про ситуацію), новину-подію (повідомлення про дії) і новину-цитату (повідомлення про виступ). Види актуальності новин: безпосередня, латентна, календарна, власна і удавана. Новина починається з детальної розповіді про одну подію, а потім додаються інші відомості [1, 23].

Аудиторія бажає спостерігати за видовищем на екрані та отримувати задоволення від телевізійного продукту, а не просто сприймати суху інформацію. Тому фахівці медіа-сфери починають шукати нові засоби і прийоми заохочення до перегляду споживачів мас-медійної інформації. З появою такого явища як «інфотейнмент» ЗМІ акцентують свою увагу не на самій інформації, а саме на способах її подачі. Інфотейнмент з англійської перекладається як інформація та розваги, тобто, «інформувати, розважаючи». Термін виник в журналістиці США та позначав метод подачі новин, у якому поєднані інформаційні та розважальні компоненти. Завдяки цьому методу новини отримують найвищі рейтинги. Разом з тим, дослідники журналістики оцінюють інфотейнмент як суперечливу тенденцію, висловлюють обґрунтовану стурбованість від розмивання традиційних засад подачі новин, перетворення їх на серіал, навмисний, свідомий пошук унікальних героїв і сюжетних поворотів [2, 387].

Хвилюючі людей питання стали подавати через цікаву та розважальну форму. Аналізуючи контент на бердянському телеканалі «Юг» також можна помітити активне використання подачі інформації саме у такий спосіб. В арсеналі телеканалу «Юг» є такі програми, як: «Вести акценты», «День депутата», «Детская академия», «Довкола себе», «Есть только миг», «Женские судьбы», «Задаваки», «Курьезы на Юг», «Место в истории», «Наедине со всеми», «Наше будущее», «Вести» «Новые улицы Бердянска», «Свет православия». Усі телепередачі працюють за принципом наближення до аудиторії.

У зв'язку з тим, що сучасна аудиторія прагне видовищ, журналісти перетворили новини на шоу. Тому ефірний час, зазвичай, заповнюють невибагливі сюжети. Наприклад, це може бути ро-

лик про якесь поповнення у зоопарку. Ролики розраховані передусім на емоційне сприйняття.

Про відповідність до виду передач «інфотейнмент» свідчить використання авторських метафор у мові, у програмах акцентується увага на «історії головного героя» (розповідається про його життя, біографію), як в передачах «Наедине со всеми», «Женские судьбы», «День депутата», «Наше будущее», «Вести акценты». У всіх перерелічених програмах використовуються при зйомці переважно крупні плани, динамічна, «кліпова» зйомка. У більшості програм озвучка закадрова. У роликах є традиційні ракурси при зйомці, переважають великі плани, виклад тексту відповідає вимогам інформаційного жанру (Що? Де? Коли?), тематика та зміст відеосюжетів нагадують про розважальний характер програм. У текстах використовують авторські метафори та порівняння, виклад легкий та доступний. Монтаж – переважно кліповий. Широке використання репераунду. У програмах «Довкола себе», «Детская академия», «Место в истории», «День депутата», «Новые улицы Бердянска» и «Курьёзы на Юг» вставляють музичний супровід. Для інфотейнменту характерне використання музичних заставок і композицій. Сама по собі музика не несе смислового навантаження, але сприяє комплексному сприйняттю інформації. Також, у програмі «Курьёзы на Юг» активно користуються вставки з різних розважальних відеороликів. У програмах «Место в истории» та «Новые улицы Бердянска» використовують елементи інфографіки, сприяючи легкому засвоєнню матеріалу.

Поняття «інфотейнмент» виникло відносно нещодавно, але досить активно використовується на телебаченні як допоміжний засіб для підвищення рейтингів. Перед телевізійним журналістом постає проблема залучення уваги аудиторії до свого продукту, що потребує використання нових методів і прийомів подачі інформації. На регіональному телебаченні «Юг» інфотейнмент також займає певне місце. Чимало програм, зокрема й інформаційних, використовують елементи інфотейнменту. Це явище притаманне таким програмам як «Вести акценти», «День депутата», «Детская академия», «Довкола себе», «Есть только миг», «Женские судьбы», «Задаваки», «Калейдоскоп», «Курьёзы на Юг», «Место в истории», «Наедине со всеми», «Наше будущее», «Новые улицы Бердянска», «Свет православия». Прослідкувавши трансформацію інфотейнменту на регіональному телебаченні можна зробити висновок, що цей спосіб подачі інформації активно використовується. З'являються нові технології та методи, за допомогою яких інформувати населення про актуальні події стає легше й повідомлення можуть краще засвоюватись.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Колесниченко А. В. Практическая журналистика : учебное пособие / Александр Васильевич Колесниченко. – Москва : Издательство Московского университета, 2008. – 177 с.
2. Михайлин І. Л. Основи журналістики / Ігор Леонідович Михайлин. – Київ : «Центр учбової літератури», 2010. – 482 с.

Кияшко Ю. П.,
канд. наук із соц. ком., доцент,
Інституту гуманітарних наук
Університету державної
фіскальної служби України (м. Ірпінь)

ПОШУКИ ФОРМ ВІЗУАЛЬНОГО ВІДОБРАЖЕННЯ РЕАЛЬНОСТІ В ІСТОРИЧНОМУ КОНТЕКСТІ: ВІДКРИТТЯ ДЕВІДА ЛЬЮЕЛІН ВОРК ГРІФФІТА

Телебачення – засіб масової комунікації, який органічно поєднує вербальну й візуальну структури повідомлення. Здійснюючи вплив одночасно на слух і зір людини, аудіовізуальні ЗМІ здатні до максимальної активізації людського сприйняття. Проблема створення візуального образу на телебаченні завжди була однією з ключових у галузі виробництва телевізійного продукту. Починаючи з витоків телебачення і його перших творців (братів Льюм'єр, братів Шарля та Еміля Пате та ін.), питання магнетизму екрану, привернення уваги різними засобами було і залишається одним із найголовніших в кіно-, а згодом і телевиробництві.

Розуміння сучасних мас медійних процесів вбачається можливим лише за умови глибинного вивчення передумов виникнення відображення реальності на екрані. Так, історичний екскурс в минуле дозволяє констатувати, що на етапі усвідомлення природи телебачення не лише як засобу, що задовольняє інформаційні потреби, але й передбачає естетичне відображення реальності, творчу інтерпретацію відзнятого, митці працювали над оптимальними системами зображально-виражальних засобів, створювали «азбуку екрану».

Основні вектори екранної природи, що виявились на зламі ХІХ та ХХ століть і досі вважаються класичними. А деякі прийоми, що загубились на цілі десятиліття, як ті, що вже втратили актуальність, повертаються сьогодні з новітніми медіа. Відеовиробництво сьогодні з одного боку спрощується: темп самого процесу обробки візуальної інформації пришвидшується з кожним днем, відсікаючи другорядне; з іншого боку – тех-