

Ірина Пуцята

Національний університет “Львівська політехніка”

вул. Князя Романа, 3/108, Львів

Iryna.S.Putsiata@lpnu.ua

СУЧАСНІ МЕТОДИ ПОДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ В КОНТЕНТІ ВСЕУКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕКАНАЛІВ: ВІД ЛОНГРІДУ ДО ФІНІШИНГУ

© Пуцята І., 2022

У статті автором розглянуто проблеми, пов’язані з підвищенням актуальності телевізійних новинних програм в умовах гострої конкуренції між телебаченням та такими сучасними засобами масової комунікації, як: інформаційні стрічки новин, блоги, соціальні мережі, ютуб-канали, які в силу своїх технічних можливостей можуть забезпечити більш високу оперативність подачі контенту новин у порівнянні з традиційними телевізійними випусками.

У цих умовах каналам, а також авторам передач, що спеціалізуються на телебаченні в жанрі новин, доводиться шукати принципово нові підходи до їх трансляції, особливо з урахуванням можливостей сучасної людини за допомогою різних гаджетів постійно знаходиться в інформаційному просторі.

У статті акцентується увага на тому, що для сучасного телебачення безперспективними є спроби “обігнати” Інтернет як джерело інформації. У наш час зусилля повинні бути спрямовані на створення таких форматів новин, які є простими, зручними для споживача та викликають живий інтерес і емоційний відгук.

Саме такими форматами, що можуть сприяти вирішенню проблем інформаційного телебачення, є лонгрід та фінішинг. Вони орієнтуються на трансляцію новин через звернення до особи, героя телевізійної передачі, що є не лише формою підвищення конкурентоспроможності жанру, а й несе у собі значний соціальний потенціал, оскільки у центрі новин є людина, як основний творець подій та її учасник.

У статті зазначено, що в основі даних форматів на українському телебаченні – людська історія, яка триває в часі, характеризує досить тривалий цикл подій, в яких герой бере участь. Нині такі прийоми активно використовують різні телевізійні проєкти, серед яких найбільш вдалими є: “В гостях у Дмитра Гордона”, “Життя відомих людей”, “Світські новини”, на прикладі цих проєктів описано особливості форматів лонгріду та фінішінгу, визначено їхні характерні риси, а також їхню перспективність у контексті вирішення проблем вітчизняного новинного жанру на телебаченні.

Ключові слова: новини, лонгрід, фінішинг, формат, телебачення, трансляція, інформація, герой, інтерв’ю, історія, подія, сприйняття.

Постановка проблеми. На початку XXI століття телебачення стикається з гострою конкуренцією засобів масової інформації та комунікації, які дозволяють отримувати новинний контент, фактично, в режимі реального часу з урахуванням можливості постійної присутності споживача інформації в медійному просторі.

Зростаюча популярність блогів, ютуб-каналів, соціальних мереж змушує авторів телевізійних програм звертатися до інноваційних способів подання інформації, в тому числі до програм, метою яких є інформування глядачів про найважливіші події та факти суспільно-політичного, культурного, соціального та політичного життя України.

У зв'язку з тим, що конкуренція на медіаринку посилюється, дослідники телевізійної журналістики вказують на те, що сучасним телеканалам потрібен не стільки новий контент, як новий формат, оскільки сам собою телевізор перестає бути актуальним провідником інформації для багатьох соціальних груп. Тому, нині, програми освоюють технології подвійного маркетингу, традиційної журналістики, біографічної публіцистики. При цьому новинний контент активно орієнтується на людську присутність у кадрі, на створення образу героя, який транслює новини і створює інформаційні приводи, оскільки для того, щоб зробити щось гідне або навіть грандіозне, потрібна історія. Саме вміння розповісти історію – наймогутніший інструмент у руках журналіста, тому що дозволяє об'єднати, згуртувати суспільство [11].

Актуальність дослідження. Розвиток сучасних технологій масової комунікації дозволив телемовленню вийти на новий рівень подачі інформації, використовуючи ефективні засоби комунікації з глядачами. На телебаченні, зараз, вдаються до нового гнучкого викладу новин, який орієнтується на характер матеріалу, а стиль цього викладу повинен відповідати змісту і забезпечувати сприйняття матеріалу, у зв'язку з чим створюються гібридні жанри, які дозволяють поєднати новинний та розповідний формат [3].

Про це пише і К. Беркленд, вказуючи, що новинні програми поступово перемістилися у бік контенту, заснованого на думках, які апелюють до емоцій людей і значною мірою спираються на аргументи, а не на об'єктивне висвітлення новин [12].

Серед таких комунікативних засобів, що формують нові телевізійні формати, треба виділити фінішинг та лонгвід, цінність яких полягає не тільки в їхній високій потенційній значущості для привернення уваги аудиторії до інформації, що транслюється, а й у тому, що вони апелюють до людської особистості, як до джерела інформації та творця подієвих приводів, у зв'язку з чим їхню суспільну значимість складно переоцінити.

Формулювання мети статті. Отже, метою статті є дослідження форматів фінішингу та лонгвіду як актуальних інструментів подання новин на українському телебаченні.

Методологія дослідження базується на системному підході, який дає змогу всебічно вивчати нові формати, що виникають на телебаченні. Методичними засадами дослідження були **методи** аналізу та узагальнення теоретичної інформації, а також метод дослідження жанрової специфіки телевізійного контенту (контент-аналіз), який реалізується на основі візуальної репрезентації подій, що транслюються у форматі “розповіді”.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основними теоретичними працями у сфері вивчення сучасних засобів новинної журналістики є роботи: Л. Джонстон [20], Ян-Хінік Шмідт Вібке Лоузен [19], Оскар Вестлунд [23], Ендрю Даффі [14], Джим Едвардс [15].

Згадані вище автори заявляють про кризу інформаційного жанру, говорять про те, що телевізійні новини не встигають за Інтернет-ЗМІ, інформаційні випуски на телеканалах перестали збирати ту аудиторію, яка п'ять–десять років тому черпала основну інформацію з екрану. Такі висновки підтверджуються реальними фактами і вказують на те, що телеканалам потрібні негайні нововведення у поданні медіапродукту.

Що стосується розкриття проблем, пов'язаних з використанням у телевізійних форматах новин фінішингу і лонгвіду в зарубіжній літературі, то не можна сказати, що вони знаходяться на стадії активного наукового осмислення, хоча перші згадки про формати з'явилися в наукових

дослідженнях більше десяти років тому. Окремі аспекти цієї проблеми розкриті у роботах Річарда Тейта [22], Майкла Ф. Дальстрома [13], Вільяма П. Евеленда-молодшого та Кетрін Е. Купер [16].

Також в українському медіазнавстві лише поодинокі дослідження присвячені проблемам використання в засобах масової інформації фінішингу та лонгріду, у зв'язку з чим цей напрямок є маловивченим і фактично випав з поля зору українських дослідників.

Ми вважаємо, що тема статті стосується актуальної проблеми сучасного вітчизняного телебачення, а використаний у ній матеріал розширює наукові межі українського медіазнавства.

Виклад основного матеріалу. Останнім часом на телебаченні з'являються проєкти, орієнтовані на нові форми візуальної репрезентації подій, в яких перебуває людина – герой того чи іншого сюжету. Саме для цього автори передач і звертаються до формату лонгріду. У роботі Ю. Максимець та Т. Полякової зазначається, що лонгвід – це багатоформатний жанр журналістики, розрахований на перегляд за допомогою гаджетів, являючи собою аналітичний жанр, що можна порівняти зі статтею, яка створюється за допомогою наочності подачі матеріалу з використанням прикладів і репортажних вставок, які збагачують та полегшують сприйняття об'ємної інформації [7].

Точнішу характеристику лонгвіду, як телевізійного формату, в центрі якого знаходиться “розповідь”, ми знаходимо в роботі Майкла Ф. Дальстрома, який говорить про те, що більшість людей не має внутрішнього розуміння того, що означає розповідати історію [14].

Фахівці у сфері комунікації доповнюють це розмовне розуміння оповідання за рахунок формулювання певних факторів, які виділяють розповідь як формат комунікації. Оповідання наслідують певну структуру, яка описує причинно-наслідкові зв'язки між подіями, що відбуваються протягом певного періоду часу та впливають на певних персонажів. Хоча існують більш тонкі фактори, які вчені можуть використовувати для подальшого визначення наративності повідомлення, цей тріумвірат причинності, темпоральності та характеру є доволі стандартним явищем оповідної комунікації.

Таке визначення не залежить від контенту, тому оповіді можуть бути практично в будь-якій комунікаційній діяльності або медіа-платформі. Очевидними прикладами лонгвідів є міжособистісні розмови, розважальні телевізійні програми та профілі новин, але оповідання також можуть бути представлені у великих повідомленнях у вигляді свідчень, прикладів, тематичних досліджень очевидців [14].

Спочатку лонгвід з'явився в американських медіа в 2012 р. у “The New York Times”, і мав назву “Snowfall”. Він набув популярності не через велику кількість мультимедійного матеріалу, а тому, що розповідав цікаву історію про лижників, які потрапили в пастку через лавину в горах Вашингтона [8].

Надалі цю форму подачі інформації перейняло телебачення, переконавшись у тому, що трансляція історій із життя є ефективним способом привернення уваги глядачів та поширення інформації. Дослідження цього телевізійного формату демонструє цікаві тенденції: якщо історії до 2000 року містили більше посилань на час, коли відбувалися ті чи інші події, на їхні офіційні трактування, на посади та інститути, а автори використовували описову, докладну мову для розкриття деталей події, то в наш час у репортажах більше присутні історії, та приділяється більше уваги взаємодіям, особистим поглядам і емоціям учасників подій [18].

У той же час, для досліджуваного нами формату характерне заглиблення в тему, яке проявляється у великій кількості джерел інформації. Важливу роль відіграє інформативність, чітка логічна структура та глибина сенсу, коли кожен елемент тексту розкриває нове розуміння лонгвіду, представляє новий погляд на проблему. Західні дослідники як домінуючу ознаку лонгвіду визначають синтез репортажного, тобто наочно-образного та біографічного (інформаційного) початку. Якщо у матеріалі більш виражений репортажний початок, то переважає художній метод, а розгорнутість інформаційної складової передбачає домінування біографічного ракурсу [19].

Отже, лонгрід – це складний журналістський формат, який вимагає вдумливої роботи спеціаліста з використанням великої кількості методів відображення дійсності. При цьому дослідники сходяться на думці, що для нього мультимедійна складова відіграє другорядну роль. На думку науковців, для лонгріду характерні такі риси:

- 1) композиція кадру чітко вибудовується;
- 2) автор користується художнім підходом у роботі з документально-біографічними фактами;
- 3) використовуються специфічні аудіовізуальні елементи та художньо-образотворчі прийоми;
- 4) героями нарисів є сучасники, які мають видатні заслуги у сферах науки, мистецтва та ін.;
- 5) особлива увага в теленарисах звертається на дрібні деталі;
- 6) як документальний матеріал використовуються кінохроніка, особисті листи та фотографії, газетні статті;
- 7) перехід від біографічного портрета до філософського [12].

Основний зміст передає саме текст (журналістський коментар, інформація, що повідомляється іншими учасниками програми), тому від якісної роботи журналіста, від глибокої та чіткої смислової структури діалогу, який формує текстуальну основу передачі, залежить успіх лонгріду.

Як зазначає Р. Дж. Харріс, в основі лонгріду лежить біографічний метод, який передбачає вивчення історії життя та формування особистості, осмислення її внутрішнього світу, відображає систему культурних цінностей. При цьому об'єктом дослідження стає процес розвитку, формування особистості в культурному контексті [19].

Біографічний портретний нарис у форматі лонгріду є жанром телевізійного інтерв'ю, документалістики, які вимагають від творців високого рівня майстерності. К. Бергланд виділяє його суть, як окремого повноцінного жанру, так: “Телевізійний портрет у форматі лонгріду – це надання інформації з урахуванням актуалізації особистісної біографії, як синтезу індивідуального і типового, яскравого висловлювання, ставлення журналіста до предмета історії, що транслюється” [13].

На сучасному українському телебаченні чимало програм безпосередньо присвячених людям, які розкриваються через свої життєві історії: “В гостях у Дмитра Гордона”, “Відверто з Машею Єфросиніною”, “Ласкаво просимо”, “Портрети”, “Правда”, “Рандеву” при тому, що жанрова характеристика лонгріду, – особливість теми. Для лонгрідів характерні програми, що описують актуальні історії людей, які так чи інакше брали участь у подіях, що мають суспільну, культурну, політичну значимість. Особливості формату накладають додатковий відбиток на вибір теми. Одним із критеріїв є наявність в історії подвійного сюжету, проблеми, героя (ідеальним є поєднання всіх трьох складових). Це дає змогу оцінити емоційний потенціал сюжету та інформативність теми.

Особливу роль у форматі лонгріду відіграє сценарій, якому приділяється пильна авторська увага. Сценарист обмірковує кожну деталь, починаючи з авторської заявки або вступу. Ця преамбула вводить аудиторію в курс того, що відбувається, позначаючи тему та акцентуючи увагу на головному об'єкті розповіді. З самого початку проявляється і авторський підхід, позначаються можливості втілення задуманого, образотворчого засобу. Основна частина сценарію розкриває об'єкт лонгріду, характер та метод телевізійного дослідження проблеми. Текст ведучого у цьому форматі “будується на образних порівняннях, насичений пізнавальними елементами, містить індивідуальні оцінки, які ведуть до глибоких узагальнень” [19].

Як вважає О. Вестлунд, з усіх інформаційних жанрів лонгрід, дійсно, “виділяється особливою композиційною побудовою, близькою до композиції драматичних творів, і в цьому сенсі він більше, ніж будь-який інший жанр телевізійної публіцистики, драматургічний” [23]. Композиція передачі у форматі лонгріду може бути підпорядкована фабулі фактів (портретний нарис), або допускати їх вільний відбір та перегруповання (шляховий нарис), а також особливу монтажну стилістику (порівняння, зіткнення, асоціативні зближення).

Події в такій передачі в цілому відображають тривалий процес. Тому одна з основних труднощів при використанні цього формату полягає в документальному відображенні фактів, які вже відбулися, тобто зображенні минулого. У зв'язку з цим журналісти нерідко вдаються до методу відтворення подій та ситуацій. Але для того, щоб результат виявився успішним, щоб на екрані виникла не жалюгідна подоба, а справжня картина життя, потрібні справжній талант, авторська та режисерська фантазія, операторська винахідливість, дотримання міри, художнього такту.

До цього жанру на українському телебаченні тяжіє цикл програм “В гостях у Дмитра Гордона”. Сьогодні Д. Гордона називають одним із найкращих інтерв'юерів України – він працює у цьому жанрі з 1996 року та провів близько 800 бесід із найяскравішими представниками з різних сфер. Тривалість програм – до 50 хвилин, вони виходили і на “Першому національному”, і на телеканалі “Тоніс” та на ТРК “Київ”, але нині ці програми включені в авторський проєкт інтернет-телебачення на YouTube.

Телепродукт Дмитра Гордона – це комбінація біографічного, портретного та подієвого лонгвідів. При цьому події у них не просто фіксуються, а осмислюються глядачами під кутом зору автора, оцінюються, трактуються відповідно до його ідейно-художньої позиції. Його передачі – це не тільки інтерв'ю із відомою людиною, а яскрава бесіда та розповідь про історію успіхів, невдач, яскравих зустрічей та розчарувань героя.

Стилістика програми дійсно націлена на “створення історії”. Розмову журналіста та його гостя доповнюють архівні кадри і фотографії, які допомагають глядачу зануритися в минуле героя, країни та навіть в минуле самого себе, згадуючи та вишукуючи в пам'яті власні історії, що несуть в собі відтінок ностальгії, оскільки часто в цих передачах згадують тих, хто вже пішов, але залишив у житті героя яскравий слід. Деякі роботи Д. Гордона дуже відверті, межують із дозволеними межами суспільної моралі (інтерв'ю з О. Паніним), провокативні (інтерв'ю з І. Гіркиним), але тим не менш – це дійсно якісна історія, яку сам герой розповів про себе.

У програмах Д. Гордона реалізована звична для дискусивного простору, розстановка дійових осіб: “яскрава особистість” оповідає про минуле, про сьогодення, про свої майбутні плани та про втрачені в минулому можливості. У цій моделі закладено уявлення про “правильну” історію, що розповідається “зверху”, і “аматорський інтерес” до минулого “знизу”. Безперечне право говорити про минуле належить головному герою, а завдання ведучого, його співрозмовника, знайти прості та захоплюючі способи розкрити сенс історії, маючи на увазі, що глядачам має бути цікаво, зрозуміло та близько те, про що говорить герой.

Такі передачі, як “В гостях у Дмитра Гордона”, надають розповіді про минуле “академічні” риси – об'єктивність, серйозність, значущість, велику перспективу. У них зберігається інтонація суперечок початку 90-х років минулого століття, які передбачали, що багато в нашому уявленні про минуле було спотворено і приховано, а тепер, завдяки трансльованій бесіді, увазі до раніше прихованих фактів, стало доступне справжнє знання історії. Глядачеві пропонується “заново відкрити” для себе колишні події та їх сенс, чим власне і приваблюють лонгвіди Д. Гордона.

У цьому ж форматі реалізований проєкт “Життя відомих людей”, що транслюється каналом 1+1, який розповідає про життя зірок, про злети й падіння, про драми в особистому житті та скандали, які стали надбанням громадськості”.

Дуже схожою є й програма “Світське життя” на тому ж телеканалі “1+1”, яка за своїм змістом мало відрізняється від попереднього проєкту. Як зазначає К. Осадча, “Світське життя в Україні тільки формується, і його ядро – це поки що досить вузьке коло людей. Але гідних подій стає дедалі більше, і світських персонажів також”. У цій програмі є іронічне ставлення до власне українського світського життя. І те, що ми показуємо відомих політиків не в їхніх кабінетах і не в кулуарах, розплющує глядачам очі на те, які вони є насправді. У програмі “Світське життя” ви ніколи не почуєте політичну пропаганду. А в ході бесіди стає зрозуміло,

що Інна Богословська вважає за краще носити сукні від Жана-Поля Готьє, а Володимир Литвин упродовж сорока хвилин робить укладку [6].

Варто звернути увагу, що і К. Осадча, і Д. Гордон сприймають особистість гостя, не даючи йому своїх оцінок. Ця якість є якимось розумним правилом для телевізійних проєктів, що реалізуються у формі лонгріду.

При цьому ведучі вдаються до різних комунікативних прийомів з метою урізноманітнити розмову. Наприклад, питання-здивування, характерне для стилістики лонгріду К. Осадчі не стільки несе в собі інформаційне навантаження, скільки, навпаки, має досить експресивне забарвлення. У свою чергу для Д. Гордона характерний інший комунікативний хід – ствердження, що дозволяє ведучому ввести у розмову нову підтему. Цей підхід несе у собі спонукальний мотив, побічно змушує запрошеного героя розпочати розмову, спростувавши чи підтвердивши висловлене судження. На основі затвердження Д. Гордон може також використовувати оцінку, комунікативну стратегію, що містить набір маркерів з метою дати позитивну чи негативну оцінку тієї чи іншої події. Також у роботах ведучого ми бачимо і прийом “припущення” – цей комунікативний хід передбачає затвердження з відтінком невпевненості, коли інтерв’юер сумнівається у словах героя і відверто про це говорить. Іншим ходом є заперечення, яке є категоричною незгодою зі співрозмовником, проте цей прийом Д. Гордоном використовується рідко, лише у випадках виникнення конфлікту, як це було у програмі, в якій брав участь С. Маковецький [9].

Не настільки вдалим проєктом є програма “Говорить Україна” (телеканал “Україна”), яка також орієнтується на формат “життєвої історії”. Ці історії, як правило, є шокуючими для телеглядача, внаслідок чого мають чимало критики в пресі [6].

Стилістика передач свідомо конфліктна, учасники програми виступають саме сторонами непорозуміння, водночас ведучі нерідко прагнуть посилити конфлікт, надати “історії” скандального характеру. Заради об’єктивності варто сказати, що у творців проєкту мають місце й інші підходи до створення “історії”, наприклад, одна людина шукає іншу і зустріч організується в студії через 20 років [8].

В окремих випадках історія героя обривається на якомусь епізоді його життя і подальший її розвиток є “відкладеним”, маючи на увазі її закінчення або розв’язання. У таких випадках формат або жанр “лонгріду” трансформується в інший телевізійний формат – “фінішинг”, в принципі відносно новий, але перспективний напрямок у телевізійній журналістиці. Витоками фінішингу, але з великою натяжкою, можна назвати рубрику радянського друку “Повертаючись до надрукованого”, в ній, як правило, повідомлялося про заходи, вжиті за тим чи іншим виступом газети вищими організаціями (покарані, зняті, відновлені тощо).

У цілому фінішинг – це журналістський хід, прийом, що дозволяє обіграти резонанс на телевізійну передачу, знову відтворити один чи кілька аспектів розповіді, але вже у новому ракурсі. Несподіваність повороту диктує, логічно перетікає у несподівані висновки, коментарі. При цьому головне, щоб піднята проблема була доведена до кінця, тим чи іншим чином була вирішена.

Прикладом використання фінішигу є повернення Д. Гордона до розповіді про життя О. Паніна [2] у 2020 році, після першої бесіди, яка відбулася в 2010 році [1].

Друга частина показує глядачеві зовсім іншого Паніна, не ту “зірку”, що була затребувана російською масовою культурою і знаходилася на вершині акторської популярності, а людину, яка розчарована тим, що брала участь у створенні “героїчного образу росіянина”, яка знаходиться у відкритій опозиції до російської влади. Таким чином у глядача, що стежив за роботами Д. Гордона і творчістю О. Паніна, є чудова нагода побачити еволюцію особистості актора, зрозуміти її витoki та наслідки на творчий шлях та його особисте життя.

У цій роботі Д. Гордона історія представлена скоріше як об’єктивна даність, ніж як плід інтерпретації самого героя – О. Паніна. А образ минулого визначається вибором подій, що

висвітлюються. Традиційний, звичайний метод спілкування руйнує дистанцію, що відокремлює людину біля екрана від героїв розмови, але ця рівність ілюзорна. Хоча у програмі йдеться про події минулого і немає прямих аналогій із сучасністю, смислові акценти розставлені ясно – сучасна російська масова культура та політико-ідеологічна обстановка в Росії не створюють умов для повноцінної самореалізації творчої особистості.

Підсумком використання форматів фінішингу та лонгріду стає формування нової реальності, в якій інформація подається як ланцюг яскравих та знакових подій у житті героя, країни, певної соціокультурної спільності, внаслідок чого формується біографо-подієва форма трансляції, яку ми можемо визначити як специфічну внутрішню організацію інформаційного контенту, відмінною рисою якого є інтерактивність та використання елементів життєпису, спрямованого на перетворення телеглядачів з пасивних споживачів медіапродукту на активних учасників проєкту, які самостійно досліджують та інтерпретують отриману інформацію та викладені у програмі факти.

Загалом на телебаченні формати фінішингу та лонгріду мають великий потенціал. Основне їхнє завдання – у найбільш повному інформуванні глядача про суспільно значущі процеси та події через відображення різних сторін людської особистості: інтелектуальної, творчої, емоційної, моральної. Повний і точний опис героя, його характеру та долі досягається завдяки злиттю документальних та художніх засад, у результаті чого у телеглядача значною мірою полегшується процес сприйняття інформації.

Висновки та перспективи подальших досліджень. У сучасній медіакulturі телебачення – це впливове джерело, яке постачає величезній аудиторії образи минулого і формує уявлення про образ тієї чи іншої історичної епохи, її найважливіші події та їх смисли. Вивчаючи телевізійні версії, можна спробувати зрозуміти, яким правилам підпорядковуються історії людей, перекладені мовою телебачення, і які проблеми сучасності артикулюють ті сюжети.

За минулим людського життя в “телевізійному дзеркалі” закріплені високі смисли суспільного буття, оскільки кожна історія, “наставниця життя”, пов’язує минуле і сьогодення, об’єднуючи людську спільність, народ, що творить свою та історію країни.

Минуле пов’язане з проблемами пам’яті та ідентичності, для розмови про нього потрібні професійні знання, які здобуваються у процесі спеціальної підготовки журналіста, який звертається у своїй творчості до форматів фінішингу та лонгріду.

Їхнє використання сприяє тому, що подача інформації здійснюється через цікавий матеріал і сенсаційні, раніше невідомі факти, які озвучуються героєм (гостем) передачі. В результаті кожен телеглядач, дізнається про минуле, просто подивившись телепередачу, отримує той обсяг інформації, який дозволяє самостійно робити висновки, включаючи особистісні навички інформаційного аналізу та синтезу.

Водночас проблема активізації наукових пошуків у напрямі підвищення якості та можливостей сприйняття контенту новин не вичерпується форматами, дослідженими в даній статті. Тому у подальших наукових розвідках є актуальним вивчення не менш перспективного формату подачі новин як сторітелінг.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алексей Панин: “В гостях у Дмитрия Гордона”. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6o-y9KhEdXs> (дата звернення: 20.12.2021).
2. Алексей Панин. Покаяние перед украинцами, Путин, Крым, нога, собаки. “В гостях у Гордона”. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=7TmVtQkvfE> (дата звернення: 20.12.2021).
3. Вайшенберг З., Ракерс Ю. Новинна журналістика: навч. посіб. : стандарти якості журналіст. практики. К.: Академія Української Преси, 2011. 261 с.

4. Дмитровский А. Л. Жанры журналистики // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2014. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eyberleninka.ru/article/n/zhanry-zhurnalistiki>.
5. Життя відомих людей. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://1plus1.ua/zitta-vidomih-ludej>. (дата звернення: 25.12.2021).
6. “Канал, вы что творите?»: Зрители шокированы выпуском “Говорит Украина” о черниговских подростках. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://detector.media/kritika/article/125109/2017-04-13-kanal-vy-cto-tvoryte-zrytely-shokyrovany-vypuskom-govoryt-ukrayna-o-chernygovskykh-podrostkakh/> (дата звернення: 25.12.2021).
7. Катя Осадчая: “Я выношу на поверхность то, о чем говорят в узких кругах”. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://from-ua.com/onlain-konferencii/109237-katya-osadchaya-ya-vinoshu-na-pooverhnost-to-o-chem-govoryat-v-uzkih-krugah.html> (дата звернення: 25.12.2021).
8. Лонгрід як одна з форм сучасної мультимедійної журналістики / Ю. Максимець, Т. Полякова // Система національних змк у сучасній Україні: нова візія матеріали XVII Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених та студентів. (14 квітня 2021 р.). Дніпро, 2021. С. 24–27.
9. Секреты социальных ток-шоу: как герои попадают в проект и что получают за откровения. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kp.ua/culture/635581-sekret-y-sotsyalnykh-tok-shou-kak-heroy-popadauit-v-proekt-y-cto-poluchauit-za-otkroveniya> (дата звернення: 25.12.2021).
10. Сергей Маковецкий. “В гостях у Дмитрия Гордона”. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=iFnc5HbANzE>.
11. Скотт К. Сторителлинг – по-прежнему наше все. Почему журналисту не следует забывать о значимости истории как таковой. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://talk-on.ru/materials/uchis-kak-nado/Storitelling_poprezhnemu_nashe_vsye_Pochemu_zhurnalistu_ne_sleduet_zabyvat_o_znachimosti_istorii_k/ (дата звернення: 24.12.2021).
12. Тертычный, А. А. Аналитическая журналистика : учеб. пособ. / А. А. Тертычный. – 2-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2013. 352 с.
13. Bergland C. How Has News Changed Over the Past 30 Years? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-athletes-way/201905/how-has-news-changed-over-the-past-30-years>.
14. Dahlstrom Michael F. Using narratives and storytelling to communicate science with nonexpert audiences. PNAS. 2014. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.pnas.org/content/111/Supplement_4/13614 (дата звернення: 24.12.2021).
15. Duffy A. News: Mobiles, Mobilities and Their Meeting Points Digital Journalism Vol. 8, 2020 – Is. 1. Pp. 1–14
16. Edwards J. TV is dying, and here are the stats that prove It. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.businessinsider.com/cord-cutters-and-the-death-of-tv-2013-11> (дата звернення: 25.12.2021).
17. Eveland W. P., Cooper K. E. An integrated model of communication influence on beliefs. PNAS, 2013. vol. 110. suppl. 3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.pnas.org/content/110/Supplement_3/14088 (дата звернення: 26.12.2021).
18. Facts Versus Opinions. How the style and language of news presentation is changing in the digital age. rand https://www.rand.org/pubs/research_briefs/rb10059.html (дата звернення: 25.12.2021).
19. Harris, R. J. (2004) A cognitive psychology of mass communication. 4th Ed. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
20. Hinrik J.-Schmidt & Wiebke Loosen. Both Sides of the Story: Assessing audience participation in journalism through the concept of inclusion distance. Digital Journalism, Vol. 3, 2015, Is. 2. Pp. 259–278.
21. Johnston L. Social News = Journalism Evolution: How the integration of UGC into newswork helps and hinders the role of the journalist. Digital Journalism, Vol. 4. 2016. Is. 7. Pp. 899–909.
22. Kristin M. Barton, 2009. “Reality television programming and diverging gratifications: The influence of content on gratifications obtained. Journal of Broadcasting & Electronic Media, vol. 53, No. 3. Pp. 460–476.
23. Tait R. The Future of International News on Television. Vol. 20, 2000. Is. 1. Pp. 51–53.
24. Westlund O. Mobile news. A review and model of journalism in an age of mobile media. Digital Journalism Vol. 1, 2013 – Is. 1. Pp. 6–26.
25. Who is Mr Gordon. Рантье, журналист или политик? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://project.liga.net/projects/gordon/> (дата звернення: 25.12.2021).

REFERENCES

1. Aleksey Panin: "V gostyah u Dmitriya Gordona". URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6o-y9KhEdXs> (data zvernennya: 20.12.2021).
2. Aleksey Panin. Pokayanie pered ukrainsami, Putin, Kryim, noga, sobaki. "V gostyah u Gordona" . URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7TrnVtQkvfE> (data zvernennya: 20.12.2021).
3. Vayshenberg Z., Rakers Yu. Novinna zhurnalistika: navch. posibnik : standarty yakosti zhurnalist. praktiki. K.: AkademIya UkraYinskoYi Presi, 2011. 261 s.
4. Dmitrovskiy A. L. Zhanry zhurnalistiki // Uchenye zapiski Orlovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye i sotsialnye nauki. 2014. . URL: <https://eyberleninka.ru/article/n/zhanry-zhurnalistiki>.
5. Zhittya v idomih lyudey. URL: <https://1plus1.ua/zitta-vidomih-ludej>. (data zvernennya: 25.12.2021).
6. "Kanal, vii chto tvorite?": Zriteli shokirovani vyipuskom "Govorit Ukraina" o chernigovskikh podrostkakh. URL: <https://detector.media/kritika/article/125109/2017-04-13-kanal-vy-chto-tvoryte-zrytely-shokirovani-vyipuskom-govoryt-ukrayna-o-chernigovskikh-podrostkakh/> (data zvernennya: 25.12.2021).
7. Katya Osadchaya: "Ya vyinoshu na poverhnost to, o chem govoryat v uzkih krugah". URL: <https://from-ua.com/onlain-konferencii/109237-katya-osadchaya-ya-vinoshu-na-poverhnost-to-o-chem-govoryat-v-uzkih-krugah.html> (data zvernennya: 25.12.2021).
8. Longrid yak odna z form suchasnoYi multimedIynoYi zhurnalistiki / Yu. Maksimets, T. Polyakova // Sistema natsionalnih zmk u suchasny ukrayinI: nova vIzIya materIali HVII VseukraYinskoYi naukovopraktichnoYi konferentsIyi molodih vchenih ta studenIv. (14 kvItnya 2021 r.). DnIpro, 2021. S. 24–27.
9. Sekretyi sotsialnyih tok-shou: kak geroi popadayut v proekt i chto poluchayut za otkroveniya. URL: <https://kp.ua/culture/635581-sekretyi-sotsyalnykh-tok-shou-kak-heroy-popadauit-v-proekt-y-chto-poluchauit-za-otkroveniya> (data zvernennya: 25.12.2021).
10. Sergey Makovetskiy. "V gostyah u Dmitriya Gordona". URL: <https://www.youtube.com/watch?v=iFnc5HbANzE>.
11. Skott K. Storitelling – po-prezhnemu nashe vse. Pochemu zhurnalistu ne sleduet zabyivat o znachimosti istorii kak takovoy. URL: https://talk-on.ru/materials/uchis-kak-nado/Storitelling__poprezhnemu_nashe_vsy_e_Pochemu_zhurnalistu_ne_sleduet_zabyvat_o_znachimosti_istorii_k/ (data zvernennya: 24.12.2021).
12. Tertyichnyi, A. A. Analiticheskaya zhurnalistika: uchebnoe posobie / A. A. Tertyichnyi. – 2-e izd., ispr. i dop. M.: Aspekt Press, 2013. 352 s.
13. Bergland C. How Has News Changed Over the Past 30 Years? – Режим доступа: <https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-athletes-way/201905/how-has-news-changed-over-the-past-30-years>.
14. Dahlstrom Michael F. Using narratives and storytelling to communicate science with nonexpert audiences. PNAS. 2014. – URL: https://www.pnas.org/content/111/Supplement_4/13614.
15. Duffy A. News: Mobiles, Mobilities and Their Meeting Points Digital Journalism Vol. 8, 2020 – Is. 1. Pp. 1–14.
16. Edwards J. TV is dying, and here are the stats that prove it. <https://www.businessinsider.com/cord-cutters-and-the-death-of-tv-2013-11>.
17. Eveland W. P., Cooper K. E. An integrated model of communication influence on beliefs. PNAS, 2013. vol. 110. suppl. 3. – URL: https://www.pnas.org/content/110/Supplement_3/14088.
18. Facts Versus Opinions. How the style and language of news presentation is changing in the digital age. https://www.rand.org/pubs/research_briefs/rb10059.html.
19. Harris, R. J. (2004) A cognitive psychology of mass communication. 4th Ed. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
20. Hinrik J.-Schmidt & Wiebke Loosen. Both Sides of the Story: Assessing audience participation in journalism through the concept of inclusion distance. Digital Journalism, Vol. 3, 2015, Is. 2. Pp. 259–278.
21. Johnston L. Social News = Journalism Evolution?: How the integration of UGC into newswork helps and hinders the role of the journalist. Digital Journalism, Vol. 4, 2016. Is. 7. Pp. 899–909.
22. Kristin M. Barton, 2009. "Reality television programming and diverging gratifications: The influence of content on gratifications obtained. Journal of Broadcasting & Electronic Media, vol. 53, No. 3. Pp. 460–476.
23. Tait R. The Future of International News on Television. Vol. 20, 2000. Is. 1. Pp. 51–53.

24. Westlund O. Mobile news. A review and model of journalism in an age of mobile media. Digital Journalism Vol. 1, 2013 – Is. 1. Pp. 6–26.

25. Who is Mr Gordon. Рантьє, журналіст или політик? – Режим доступа: <https://project.liga.net/projects/gordon/>.

Iryna Putsyata

MODERN METHODS OF SUBMITTING INFORMATION IN THE CONTENT OF ALL-UKRAINIAN TV CHANNELS: FROM LONGRIDE TO FINISHING

In the article, the author examines the problems associated with increasing the relevance of television news programs in the context of intense competition between television and such modern media as news feeds, blogs, social networks, YouTube channels, which, due to their technical capabilities, can provide higher operational efficiency. presentation of news content compared to traditional television news releases.

In these conditions, television channels, as well as authors of television programs specializing in the genre of news television, have to look for fundamentally new approaches to broadcasting news, especially taking into account the capabilities of a modern person through various gadgets, they are constantly in the information news space.

The article points out that attempts to "beat" the Internet as a source of information are futile for modern television; response.

It is such formats that can contribute to solving the problems of news television are longread and financing, which are focused on broadcasting news through an appeal to the personality of the Hero of a television program, which is not only a form of increasing the competitiveness of the television news genre, but also carries a significant social potential. because in the center of the news is a person, as the main creator of events and its participant.

The article points out that these formats on Ukrainian television are based on a human story that lasts in time, characterizes a fairly long cycle of events in which the hero takes part. Currently, this format is actively used by various television projects, among which the most successful are "Visiting Dmitry Gordon", "Life of Vidomeh People", "Secular News". In the article, using the example of these projects, the features of longread and financial formats are described, their characteristic features are determined, as well as their prospects in the context of solving the problems of the domestic news genre on television.

Key words: news, longread, financing, format, television, broadcast, information, hero, interview, history, event, perception.