

Ефективність використання прямого ефіру в аналітичному телемовленні

Проаналізовано можливості використання взаємодії з глядачем у жанрах телеаналітики – бесіди і дискусії, класифікацію телевізійних марафонів, а також визначено роль прямого ефіру під час здійснення інформаційної політики.

Ключові слова: журналістика, інтерактивне телебачення, прямий ефір, аналітичні жанри, бесіда, дискусія, телемарафон, інформаційні війни.

Жанрове розмаїття для телебачення повсякчас удосконалюється. Найцікавіше це спостерігати в умовах прямого ефіру, коли всі події розгортаються на очах глядачів і час створення події та час її спостереження збігаються. Спробуємо прослідкувати за такими поширеними жанрами телеаналітики, як бесіда та дискусія, в яких активно використовується модель on-line для підвищення взаємодії з глядачем, а також для створення так званих відкритих текстів.

До цього жанру ми можемо зарахувати безліч проектів, відомих як на українських, так і на закордонних телеканалах. Цим проектам частіше притаманні такі ознаки:

✓ студійний формат спілкування (відсутність різноманітності в прийомах монтажу, спокійний темпоритм перемикання камер, перевага надається мовній комунікації);

✓ учасники програми – відомі постаті (як ведучі, так і гості), залучення до участі в розмові фахівців різних галузей;

✓ різноманітний рівень взаємодії з глядачем (можливість залучити глядача до розмови (інтерактивний майданчик або теле-, відеодзвінок), а також використання інтернет-комунікації, частіше через соцмережі);

✓ тривалість – від 30 хв.;

✓ упродовж програми може тривати опитування (як глядачів через інтернет, так і присутніх у студії глядачів), або використовуються дані соціологічного дослідження;

✓ тематика програм: політика та суспільство.

В окремих випадках у зв'язку з важливими подіями в суспільстві як соціальний проект, щоб звернути увагу на окрему проблему, або як іміджевий проект, телевізійники організують різноманітні телемарафони. Але, на відміну від телемарафонів минулого століття, сьогодні це акції, що привертають увагу до каналу комунікації, тому вони поширеніші. Умовно ми можемо розрізнити марафони за такою тематикою:

✓ благодійні (марафон «Дзвони Чорнобиля», присвячений 5-ій річниці аварії на Чорнобильській АЕС у 1991 р., що тривав у прямому ефірі УТ 22 години і складався з двох частин [1, с. 309]);

✓ консолідаційні (телемарафон, присвячений 20-ій річниці незалежності України «Українська Незалежність», який тривав 52 години і потрапив до Книги рекордів Гіннеса як найтриваліше ток-шоу (серпень 2011, «5 канал») [2], або День пам'яті жертв Голодомору на Харківщині (листопад 2007, «А/ТБК»(Харків) [3]);

✓ політичні (наприклад, кілька провідних українських телеканалів влаштували телемарафони в день президентських виборів у січні 2010 р. [4];

✓ розважальні (пісенний марафон, який провів НТКУ у квітні 2012 р. [5]).

Слід також зазначити, що активізація прямих ефірних проектів відбувається і під час інформаційних війн, наприклад, коли стався російсько-грузинський конфлікт, федеральні телеканали Росії активно вели інформаційну політику, яка підтримувала дії керівництва держави. Саме тому за результатами опитувань більшість росіян схвалювали рішення уряду [6], що свідчить про високу ефективність використання онлайн-мовлення у висвітленні окремих проблем.

Цікавим був і телемарафон «Свобода вибору» на російському телеканалі «Дождь» (ефір 19 лютого 2012 р.), який, крім традиційної форми та різних методів залучення аудиторії, активно використовував і мережу інтернету. Напередодні проекту телевізійники запропонували кожному долучитися до обговорення майбутніх президентських виборів і прав громадян, охочі могли прийти на знімальний майданчик у Москві або самостійно зняти себе на мобільні пристрої та відіслати це відео на сайт телеканалу. Глядачі також мали можливість продовжити запропоновані авторами проекту вислови, але тривалість їхньої відповіді не повинна була перевищувати 30 с. Потім із кількох відповідей змонтували відеоролики тривалістю до 5 хв. Крім того, під час ефіру на екран постійно виводили повідомлення із соцмережі й рахували тих, хто, приєднавшись до проекту, голосував за свободу вибору, – всього налічили понад 200 тис. глядачів [7]. Крім того, ведучими ефіру були відомі російські журналісти й актори, які навіть не працюють на телеканалі «Дождь», – усе це додавало консолідаційного характеру у вирішенні спільного питання.



Приклади аналітичного мовлення свідчать про високу ефективність взаємодії з глядачем під час використання прямого ефіру; крім того, це покращує іміджеві характеристики і самого каналу комунікації, коли він позиціонує себе як демократичний, відкритий творчий колектив, зацікавлений у співпраці з глядачем.

1. *Мащенко І. Г.* Енциклопедія електронних мас-медіа : у 2 т. – Запоріжжя : Дике Поле, 2006. – Т. I. Всесвітній відеоаудіолітопис: дати, події, факти, цифри, деталі, коментарі, персоналії. – 384 с.

2. *Доступ* до електронного посилання: 5.ua/newsline/184/0/81015/.

3. *До річниці* Голодомору у Харкові пройде телемарафон пам'яті [Електронний ресурс]. – URL: dw.de/dw/article/0,,2871838,00.html.

4. *Ведущие* телеканали проведуть телемарафони в ніч виборів с 17 на 18 января [Електронний ресурс]. – URL: rus.newsru.ua/ukraine/16jan2010/marafon.html.

5. *Українська* пісня потрапить до Книги рекордів Гіннеса. Перший Національний проведе найдовший у світі телемарафон [Електронний ресурс]. – URL: 1tv.com.ua/uk/about/news/2012/02/14/16043.

6. *70 %* россиан одобрили войну с Грузией, но по разным причинам [Електронний ресурс]. – URL: news.rambler.ru/1450220/,

7. *Телемарафон* Свобода выбора [Електронний ресурс]. – URL: tvrain.ru/teleshov/telemarafon_svboda_vybora.

Подано до редакції 17. 05. 2014 р.

Yatchuk Olha. Efficiency of live broadcasting in analytical television.

The article analyzes the capabilities of use of interaction with the audience in the genre of television analytics – the conversation and discussion, classification of telethons and the role of live broadcasting in information policy.

Keywords: journalism, interactive television, live broadcasting, analytical genres, discussion, conversation, telethon, information wars.

Ятчук О. М. Эффективность использования прямого эфира в аналитическом телевидении.

Проанализированы возможности использования взаимодействия со зрителем в жанрах телеаналитики – беседе и дискуссии, классификация телевизионных марафонов, а также определена роль прямого эфира во время осуществления информационной политики.

Ключевые слова: журналистика, интерактивное телевидение, прямой эфир, аналитические жанры, дискуссия, беседа, телемарафон, информационные войны.

