

Далі за кількістю сюжетів/новин (6 із 78) йдуть теми курйози («Саркофаг єгипетського бога на одному із балконів житлових будинків у Києві» (12.04); «Пластикова пляшка, яку знайшли у голові однієї з одеських скульптур під час реставрації» (13.04) та ін.) і здоров'я («Цікаві факти про роботу людського мозку. Поради, як активізувати своє мислення» (13.04), «Що таке пам'ять та які «нормальні» проблеми із нею може мати людина» (13.04); «Як подолати стрес?» (15.04) тощо.

Значно менше новин в аналізованій телепрограмі присвячено висвітленню: діяльності громадських організацій (5); медицини (4); IT-сфери (4). Надто скупо виражені теми історії (3); освіти (3); політики (3); бізнесу (2); екології (2); економіки (1), спорту (1) та війни на Сході країни (1).

Висновки. Дослідження проблемно-тематичного аспекту тижневого мовлення ранкової телепрограми «Твій ранок» на телеканалі «Тернопіль 1» проведено вперше. Такий підхід дав змогу зробити висновок про специфіку цього формату телемовлення. Тематичний моніторинг засвідчив переважання інформації про місцеві соціально-побутові проблеми, що стосуються різних спеціалізованих галузей. «Тематичними лідерами» є сюжети і повідомлення про культуру, соціально-побутову сферу, науку, туризм, що можна вважати реалізацією інформаційної та культурно-просвітницької функції медіа. Показово, що в проаналізованих випусках майже відсутня негативна інформація, зміст повідомлень і тональність мовлення дає заряд бадьорості та створює оптимістичний настрій, налаштовує на позитив. У час, коли телевізійні новини деморалізують суспільство, навіюючи відчуття зневіри, приреченості, страху, медійники, котрі працюють над підготовкою та випуском в ефір регіональної телепрограми «Твій ранок», ретельно відбирають інформацію: збалансовують негативні новини з повідомленнями про інновації, досягнення, цікаві факти, відомих особистостей, свята та ін.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Закусило М. Соцмережі й телебачення – основні джерела новин для українців; довіра до національних медіа впала (дослідження). «Детектор медіа»: сайт URL: <https://detector.media/infospace/article/181614/2020-10-16-sotsmerezhi-y-telebachennya-osnovni-dzherela-novyn-dlya-ukraintsiv-dovira-do-natsionalnykh-media-vpala-doslidzhennya/>
2. Лещик Н. Дослідження українського інформаційного медійного контенту: психолого-соціальний вимір. «ScienceRise»: Scientific Journal. 2016. № 1/1(18). С. 42-51.
3. «Твій ранок». YouTube. Вип. за 12-16.04.2021. URL: <https://www.youtube.com/c/%D0%A2%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%A2%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C1/videos>
4. Тернопіль 1: телеканал: сайт. Рубрика «Програми». URL: <https://ternopil1.com/programs/>
5. Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія і практика : підручник. Київ : ВД «Києво-Могилянська академія», 2007. 240 с.

*Заблоцька Вікторія  
Науковий керівник – доц. Дащенко Наталія*

#### **ВИРАЖАЛЬНІ ЗАСОБИ РАНКОВОГО ТЕЛЕШОУ «ТВІЙ РАНОК» НА ТЕЛЕКАНАЛІ «ТЕРНОПІЛЬ 1»**

Актуальність дослідження зумовлена тим, що телепрограма «Твій ранок» на тернопільському регіональному телебаченні зовсім не досліджена з погляду використовуваних у ній зображально-виражальних засобів та їх значення для планування та успішної реалізації телепроєкту.

Зображально-виражальні засоби на телебаченні – важлива характеристика якості медіапродукту. У кожного телеканалу чи програми вони різні, проте стосуються обов'язкових складових: зображення: кадр, ракурс, план та монтаж, зовнішній вигляд студії; звуку: людське мовлення, музика, шуми; тексту: зміст повідомлюваного, монтаж телетексту.

Мета статті – розглянути виражальні засоби телепрограми «Твій ранок».

«Твій ранок» – ранкове розважальне шоу на регіональному каналі «Тернопіль 1» [2], яке ведеться у прямому ефірі з понеділка до п’ятниці, починається о 7.10 і триває 1 год. 50 хв. У плейлісті на ютуб-каналі телеканалу є 278 відеороликів: вирізки з окремих трансляцій і повні версії випусків [1]. Здійснивши вибірковий перегляд записів прямих трансляцій, можна зробити узагальнення: від початку виходу телепередачі у її зображально-виражальних засобах змінилися лише окремі деталі.

Включення зі студії передбачає структурно-композиційні блоки, у яких ведучі повідомляють прогноз погоди, основні новини в Україні та у світі, проводять рубрику «Афіша», у якій оголошують про основні заходи, які мають відбутись у Тернополі та на Тернопільщині, розповідають про історичні деталі дня, ведуть розмову з гостями телешоу тощо.

Візуальний образ формують: логотип каналу; логотип шоу «Твій ранок» у біло-зелених кольорах з назвою передачі на тлі фотографії Театральної площі Тернополя; заставки між композиційними блоками прямої трансляції (тут присутні яскраві кольори (зелений, червоний, жовтий, оранжевий та ін.) і символічні зображення – штанга, чашка з кавою, яєчня на сковорідці, сердечка, бантики, смайлики та ін.); світліни з героями випусків (рис. 1).

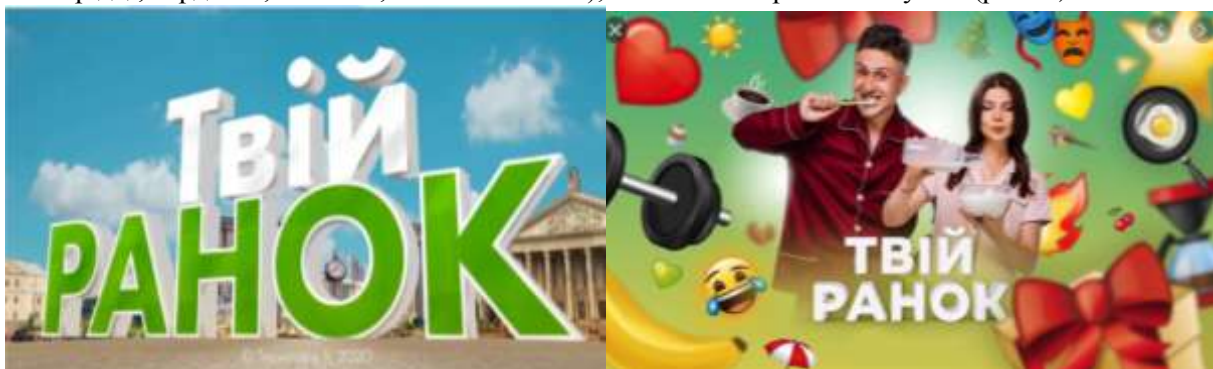


Рис 1. Зображення логотипу і заставки телепередачі «Твій ранок».

Візуально-текстовий елемент – це титри з вказівкою теми розмови та з інформацією про гостей випусків із зазначенням імен, прізвищ, посад. Титри виконані у загальній кольоровій стилістиці передачі – білі літери на блакитно-жовтому тлі (рис. 2).



Рис. 2. Зображення оформлення титрів телепередачі «Твій ранок».

Важливим засобом створення зорового образу є дизайн студії, з якої ведуться прямі ефіри телепрограми. Кольори світлі та яскраві: повторюються блакитний і жовтий, як на логотипі; голубий з сірим відтінком переважають на стінах та в декоративних елементах стелажів; ковролін на підлозі – яскраво-зеленої барви. Ці динамічні контрастні кольори розсіюються за допомогою інших (рожевий, чорний, білий та ін.), що присутні в забарвленні елементів декору, розміщених на полицях (рис. 3).

Візуалізують сприйняття деталі інтер'єру. Меблі (крісло, диван, стелаж, студійний стіл) та реквізити у студії пересувні, що дозволяє видозмінювати дизайн, проте творці шоу не використовують такої можливості: від початку він залишається незмінним. Статичним елементом є великий логотип передачі, розміщений на фасаді високого студійного стола. Варто звернути увагу, що у центрі студії є телеекран для зручної візуалізації інформації: досить часто гості програми приносять фотографії чи відео, аби продемонструвати їх глядачам.



Рис. 3. Зображення вигляду студії телепрограми «Твій ранок».

Для урізноманітнення зображення, яке бачить глядач телепередачі, для зйомки використовується два основних плани: загальний, коли видно всю студію, а в кадрі присутні ведучі і гості; середній – для показу лише героїв або окремо ведучих. Ракурси зйомки незмінні, бо використовуються стаціонарні (нерухомі) камери, але завдяки опціям «наближення» і «віддалення» режисерам прямого ефіру вдається урізноманітнити композицію передачі (рис. 4). При монтажі плани і ракурси постійно змінюються, включаються додаткові зображальні засоби, як-от: фото чи відео героя, відеосюжети-заготовки, заставки тощо.



Рис. 4. Зображення з різними планами зйомки телепрограми «Твій ранок».

До звукових засобів вираження на телебаченні належать голосові якості мовців, музика, шуми. Важливими є фонаційні характеристики, техніка та культура мовлення. Ведучі програми – Ірина Прокопишин та Артур Шалак, дует яких гармонійно виглядає у кадрі. Вони мають професійно поставлені голоси, звучання яких доповнює один одного. При веденні прямого ефіру ведучі дотримуються норм вимови, демонструють чітку й виразну дикцію, доцільне інтонування, а також вдало поєднують вербальні та невербальні засоби спілкування. Спостерігаємо, що ведучі вмело оголошують новини, підводять глядачів до сприйняття нових рубрик, ведуть розмови з гостями, ставлять чіткі та зрозумілі питання. Використовують загальнодоступну лексику, за потреби пояснюють наукові терміни чи професіоналізми.

Музичний супровід у телепрограмі присутній при показі заставок і впродовж рубрики «Афіша». Телетекст з'являється лише у поточних та завершальних титрах.

Висновки. Виразальні засоби відіграють важливу роль у будь-якому телевізійному проєкті, оскільки саме за їх допомогою глядач сприймає інформацію та складає враження про телеканал. «Твій ранок» – ранкове розважальне шоу, яке за короткий період свого існування активно заявило про себе у регіональному телепросторі. Колектив творців телепрограми використовує комплекс виразальних засобів у практиці проямоефірних випусків. Зокрема можна відзначити ефективне застосування зображення (колористика; кадр, ракурс, план та монтаж, зовнішній вигляд студії), звукових складників телемовлення й традиційних можливостей текстових повідомлень.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. «Твій ранок». YouTube. URL: <https://www.youtube.com/c/%D0%A2%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%A2%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C1/videos>
2. Тернопіль 1: телеканал: сайт. URL: <https://ternopil1.com/>

*Вояк Христина  
Науковий керівник – викл. Решетуха Тетяна*

## ІНФОГРАФІКА ЯК СУЧАСНИЙ ЗАСІБ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ КОНТЕНТУ ОНЛАЙН ВИДАНЬ

(за матеріалами онлайн видань «Українська правда» та «Дзеркало тижня»)

Проблема залучення аудиторії до журналістського матеріалу сьогодні в журналістиці є однією з найбільш актуальних. Журналісти змушені шукати нові форми передачі інформації, саме тому візуалізація контенту знаходять все більше застосування не тільки на сторінках друкованих ЗМІ, а й в інтернет ЗМІ, і навіть на телебаченні. Тому питання вивчення візуального контенту журналістських матеріалів привертають все більша увага дослідників в галузі журналістики.

Мета статті – окреслити сучасні тенденції у використанні інфографіки як сучасного засобу візуалізації контенту у онлайн виданнях.

Об'єктом дослідження стали аналітичні статті двох якісних онлайн видань «Українська правда» та «Дзеркало тижня».

Предмет дослідження – різні види інфографіки як засобу візуалізації у цих виданнях.

Доцільність використання візуалізації контенту продиктована необхідністю подання її вигляді, найбільш зручному для реципієнта. Розвиток засобів комунікації, інтенсифікація інформаційних потоків, призводить до перенасичення інформацією. Як захисна реакція у сучасного реципієнта формується так зване «кліпове мислення», яке «характеризується фрагментарною моделлю сприйняття інформації, де процес відображення об'єктів відбувається без заглибленого послідовного розмежування та поєднання, поверхнево й алогічно, зі швидким безсистемним переключенням», відтак індивід відбирає із потоку повідомлення, орієнтуючись на його значущість чи візуальною привабливістю [4, с. 22].