

А. Ю. Полісученко,  
аспірантка

УДК 007: 304: 659.3 + 621.397.13 (477)

## Інтерактивність у ранкових передачах українських телеканалів

*Розглядається використання інтерактивності у ранкових телепередачах «Нового каналу», «1+1», «Інтера», «ТРК Ера», «Сіті», «М1» та проводиться їх порівняльний аналіз.*

*Ключові слова: інтерактивність, інфотейнмент, ранкові передачі.*

Інтерактивність, як процес взаємодії з аудиторією, стала невід'ємною і практично обов'язковою частиною сучасного телевізійного мовлення, зокрема у ранковому ефірі. В Україні від початку 2011 р. все більше ранкових телепередач вдаються до розширення інструментарію свого спілкування з телеглядачами: поштових, телефонних, СМС та e-mail повідомлень, обговорення в режимі реального часу подій в соціальних мережах і блогах, проведення флеш-мобів у прямому ефірі, телемостів, скайп-інтерв'ю тощо. Наприклад, у «Сніданку з 1+1» ранкова гімнастика з Амадором Лопесом проходила у прямому ефірі прямо з Хрещатика, до неї міг долучитися кожен бажаючий як на площі, так і у студії чи перед екраном телевізора.

«Підйом» на «Новому каналі» навесні 2011 р. влаштував серію ранкових телемостів з різних міст: на регіональних майданчиках люди танцювали, співали, брали участь у конкурсах разом з одним із ведучих, в той час як інші ведучі у студії коментували, давали завдання, нагороджували переможців призами тощо.

Інтерактивність у ранкових телевізійних передачах досліджували відомі закордонні та українські вчені, серед яких Р. А. Борецький, який цікавився історією телевізійної інтерактивності ще в передачах часів СРСР [1]; А. В. Стащенко, що провів ґрунтовну роботу, проаналізувавши інформаційне насичення ранкового телеефіру [2]; Ю. П. Єлісоченко, який аналізував діалогічні форми телевізійного мовлення України [3]; В. В. Гоян, яка вивчала типові та жанрові особливості інформаційних телевізійних програм, зокрема й елементи їхньої інтерактивності [4] та ін.

Революційним для українських ранкових передач (порівняно з попередніми роками) став 2011 р., оскільки елементи телевізійної інтерактивності почали застосовувати творці переважної більшості українських ранкових передач.

Метою цієї статті є виявлення і опис проявів інтерактивності в ранкових передачах на таких

українських телеканалах: «1+1», «Інтер», «Новий канал», «ТРК Ера», «Сіті», «М1», а також проведення порівняльного аналізу кількісних і якісних параметрів інтерактивності.

На ефірних телеканалах України 2011 р. виходило 6 ранкових передач: «Підйом» на «Новому каналі», «Сніданок з 1+1» на «1+1», «Доброго ранку, Україно» на «ТРК Ера», «З Новим ранком!» на «Інтері», «Ранок Сіті» на «Сіті» і «Guten Morgen» на «М1». Для дослідження протягом весни–літа 2011 р. було промоніторено ефір усіх цих програм та проведено їх порівняльний аналіз.

Обов'язковим складником сучасних ранкових передач на українських каналах є інтерактивність. Зворотний зв'язок підтримується за допомогою всіх можливих способів: СМС, соціальні мережі, скайп, телефонні дзвінки, голосування, електронне листування, обговорення новин на сайтах каналів, спілкування з гостями в студії та з телеглядачами по телефону, розіграші, прямі включення, телемости, телемарафони тощо.

Ранкові передачі (виробники яких часто називають їх ранковими шоу через те, що вони містять багато проявів інфотейнменту та розважального контенту) в ефірі українських каналів виходять переважно в прямому ефірі, особливо це стосується підводок і діалогів ведучих, частково виходів новин. Рубрики і сюжети, зазвичай, виходять у запису.

«Поява в українському телевізійному просторі ранкових програм, де ведучі вперше відтворюють ранкове ток-шоу, безперечно, можна назвати явищем. Такий підвид розмовного видовища є претензією на камерне ток-шоу. Особливої гостроти сприйняття телеглядачами набувають програми у прямому ефірі. Для ток-шоу це просто необхідний елемент. Будь-яке телебачення, у якому немає прямого ефіру, – це, певною мірою, порожнє телебачення. Під час запису немає напруженої атмосфери, повної



віддачі, максимальної концентрації, яких потребує прямий ефір. Тому і довіра глядача до того, що передається в запису, є значно нижчою, ніж до живого ефіру» [5].

Ранкова програма «Підйом» на «Новому каналі» розрахована переважно на молодіжну аудиторію, до якої вона, власне, і звертається. «Підйом» вперше вийшов у ефір у червні 1999 р. [6]. Моніторинг ефіру цієї програми відбувався протягом березня 2011 р. Зокрема ефір 29 березня розпочала «жива» студійна бесіда із елементами інтерактивності з Потапом і Настею Каменських, котрі презентували новий кліп: ведучий підійшов до DVD-програвача у студії і власноруч вивів у ефір музичне відео. Артисти повідомили, що за тиждень в Інтернеті кліп отримав 250 000 переглядів (досить високий показник). Також артисти зазначили, що викладуть новий альбом в Інтернеті за гроші, хоча в Україні й мало що продається через мережу, адже українська аудиторія звикла до всього безкоштовного. Проте історія західної музики знає випадки заробітку і на альбомах, викладених в Інтернет. Просто під час прямого ефіру у студії один із ведучих, Сергій Притула, прямо в ефірі нагримав на когось за кулісами, хто забув вимкнути мобільний телефон – що, власне, також є проявом телевізійної інтерактивності, хоча і не найкращим прикладом її використання.

Інший ведучий, Олександр Педан, демонстрував прямо зі свого ноутбука в ефір веселі відеоролики з мережі YouTube. Паралельно ведучі обговорювали між собою новини шоу-бізнесу, читали новини з Інтернету, одночасно обговорюючи з редакторами і режисерами те, що буде далі в ефірі, просили вивести відео чи ілюстрацію обговорюваної теми на екран. Також в ефірі відбулось кілька розіграшів квитків на концерти. Олександр Педан у кулінарній рубриці допомагав Наталці Анікіній готувати фруктовий салат.

Ведучу новин «Репортер» Ірину Волкову ведучі ранкового шоу запросили до себе на диван, запропонували поїсти ківі, випити кави і поруч з ними почитати новини у вільній формі.

Після 8:00 ведучі налагодили телеміст із містом Іллічівськ, де знаходилась ще одна ведуча, Ольга Фреймут, і просто з головного майдану міста вела розважальне шоу від програми «Підйом». Ольга переговорювалась зі студією, проводила конкурси на майдані, а студію у Києві транслювали екрани біля сцени в Іллічівську.

Наприкінці ефіру в студію завітала група «Скай», відповіла на запитання ведучих і телеглядачів, а також глядачів на майдані в Іллічівську. На завершення група заспівала у прямому ефірі кілька пісень наживо. Новини

«Репортер» о 9:00 вже вийшли в традиційній формі, без коментарів і підводок ведучих-гумористів.

Кожен із ведучих у рамках програми «Підйом» веде свій відео-блог. В ефірі ведучі постійно закликали ставити питання і залишати коментарі на сторінці програми у мережі Фейсбук. Там само у мережі існує сторінка «Фото інтерактив на «Підйомі», де глядачі розміщували свої фото для участі в конкурсах. Усе це свідчить про те, що творці передачі «Підйом» уважно стежать за актуальними тенденціями і телевізійними нововведеннями, активно використовуючи їх у підготовці програми.

Улітку 2011 р. «Новий канал» провів інтерактивний конкурс «Зірка «Підйому». На сайті каналу були розміщені умови: для того, щоб отримати «три хвилини слави», достатньо було надіслати заявку на електронну адресу. Голосували за «зірок» також глядачі, надаючи їм можливість стати власниками цінних призів і потрапити в ефір.

«Сніданок з 1+1» в ефірі з 1997 р. Програма йде у прямому ефірі донині. За час існування передача кілька разів зазнавала повної зміни формату – від інформаційного мовлення до сучасного інтерактивного інфотейнінг-шоу. З серпня до кінця грудня 2008 р. «Сніданок з 1+1» виходив у форматі «інформаційний ранок», але програма у такому вигляді «не пішла» у глядачів, тому творці вирішили її реанімувати за допомогою телевізійної інтерактивності. У структурі програми небагато змінилось, проте істотно змінилась форма подачі інформації та інструментарій.

«Жанр ранкової програми передбачає, що ведучий буде на «ти» з глядачем, таким, яким він є і в житті, – каже ведучий програми Руслан Сенічкін. – Тут інша подача інформації, ніж у новинному жанрі. Не потрібно бути скучним, затиснутим, «балакучою головою».

«Мої новини дещо відрізняються від звичного глядачеві ТСН формату, вони більш завзяті, ранкові» – каже ведуча новин Лідія Таран [7]. Вона весь час вступає в діалог із ведучим програми, коментує його вислови. А Руслан в свою чергу приймає естафету у Лідії, також коментуючи її вислови.

Ефір програми «Сніданок з 1+1» було промоніторено впродовж березня 2011 року. Так, 25 березня 2011 р. о 7:30 почалась активація глядачів з традиційної ранкової зарядки, котру провели ведучі Руслан Сенічкін і Лідія Таран безпосередньо в студії. Випуск новин закінчувався анонсом інтерактивної служби: зателефонувавши з мобільного 9911 кожен глядач мав можливість ознайомитись з новинами. Після кожного інформаційного випуску анонсувався



сайт [www.tsn.ua](http://www.tsn.ua). Сюжети новин у кожному випуску змінювались, тож навіть глядач, котрий дивився програму з самого початку, не засумував би. Рубрика «Погода» відзначилась анонсом сайту [www.pogoda.tsn.ua](http://www.pogoda.tsn.ua).

За допомогою мережі Фейсбук під час ефіру глядачі ставили запитання гостям, коментували ефір, нагадували ведучому про пам'ятні дати. Одночасно з трансляцією кліпу Сердючки, присвяченому дню народження Володимира Кличко, рухомих рядком йшов жартівливий гороскоп. І одразу ж, під час кліпу, відбувались включення Руслана Сенічка, котрий читав на Фейсбуці коментарі телеглядачів і їхні поздоровлення Володимира Кличка з днем народження.

Після цього в ефірі програми відбулось «живе» скайп-інтерв'ю з російським співаком Борисом Моїсеєвим. Одразу після його закінчення ведучий знову звернувся до Фейсбука, розглядаючи смішні фотографії, які телеглядачі розміщали на сторінці «Сніданку з 1+1», пропонував надсилати фото для участі в конкурсі.

Станом на 25 березня 2011 р. сторінка «Сніданок з 1+1» у фейсбук мала 4650 прихильників, містила 574 фотографії. Через рік, 25 березня 2012 р. ця сама сторінка мала вже 18 514 прихильників і просто незліченну кількість фотографій, листівок, посилок, відеороликів. За рік кількість прихильників зросла більш ніж у 30 разів.

Ще один прояв інтерактивності в ранковій передачі «Сніданок з 1+1» – відеозв'язок з гримерною, де до ефіру готувались гості рубрики «Гість на чашку кави», короткі бліц-інтерв'ю з ними. Щодня у «Сніданку з 1+1» відбуваються 2 гостьові студії. «Живі» виступи музикантів, співаків, акторів у прямому ефірі безумовно є ознакою інтерактивності ранкового шоу на «1+1». Запальний ведучий змушував співати і танцювати гостей, що ледь прокинулись, навіть якщо у них був не дуже добрий настрій чи погане самопочуття.

Наприкінці ефіру до студії завітали гості – Ніна і Антоніна Матвієнко, ведучий подарував співачкам квіти та проанонсував можливість поставити запитання гостям по телефону чи через мережу Фейсбук, запропонував Антоніні заспівати, щоб глядачі змогли переконатись, що вона унаслідувала від матері потужний автентичний голос. Після виступу гості відповіли на питання одного із телеглядачів.

Моніторинг ранкового шоу на телеканалі «Інтер» «З Новим ранком!» відбувся упродовж квітня 2011 р. Так, було помічено, що, наприклад, 14 квітня 2011 р. ця програма мала значно менше проявів інтерактивності, хоча певні елементи були присутні.

Передача насичена переважно традиційними сюжетами з порадами авторитетних людей:

Даша Малахова ділилась рецептами смачних страв, Катерина Серебрянська вчила українців здоровому способу життя, лікар Комаровський розповідав про аспекти дитячого здоров'я, Андре Тан давав поради як елегантно одягатись, Олексій Мочанов звертався з порадами до водіїв [8].

Новини в ефірі ранкової передачі на «Інтері» виходили хоча і в прямому ефірі, проте були досить традиційними по формі. В нижній частині екрана під час ефіру новин йшов рухомих рядок з прогнозом погоди. Наприкінці випуску ведуча новин все-таки передала естафету ефіру ведучим ранкової передачі, а в рухомих рядку з'явилась інформація не лише про погоду, а й новини, також демонструвалась електронна адреса для листування з телеглядачами. Також заклик до інтерактивного спілкування став анонс групи «Сніданок» на фейсбуці від Даші Малахової.

Наприкінці ефіру всі ведучі й гості зібрались у студії, щоб у прямому ефірі поздоровити з днем народження одного із ведучих, подарувати йому торт і одразу ж в ефірі почати його куштувати.

Безумовно, позитивним аспектом є те, що студія і випуски новин виходили у прямому ефірі, проте істотним недоліком стала дуже невелика кількість проявів телевізійної інтерактивності в ранковій передачі «З Новим ранком!» на телеканалі «Інтер».

У травні 2011 р. творці «З Новим ранком!» запустили масштабний інтерактивний проект. На сайті каналу з'явилось оголошення про те, що відтепер ведучим ранкової передачі на «Інтері» отримав можливість стати кожен бажаючий. Кандидатам надавалась щоп'ятниці можливість взяти участь у прямому ефірі передачі «З Новим ранком!». Проходило СМС-голосування за кращого молодого ведучого, а на сайті каналу публікувались відеоролики претендентів, що допомагало аудиторії зробити свій вибір. Враховуючи те, що одне СМС-повідомлення коштувало 2 грн., канал отримав чималу фінансову підтримку від прихильників претендентів. Телевізійна інтерактивність дає можливість публіці самій ставати учасником шоу, робити вибір, спілкуватись з однодумцями.

Упродовж травня 2011 р. відбувався моніторинг телеканалу «Сіті». Так, наприклад, 11 травня 2011 р. у телепередачі «Ранок Сіті», що виходила у прямому ефірі, були помічені прояви інтерактивності. Не дивлячись на те, що передача виходила в ефір на каналі з покриттям істотно меншим, ніж в інших каналів, проявів телевізійної інтерактивності в ній було досить багато.

Протягом усього ефіру у лівому кутку екрана демонструвались час і температура, котрі



регулярно змінювались. Ведучі у студії постійно звертались до глядачів, розігрували квитки, закликали телефонувати в ефір і висловлювати свою думку, відповідати на запитання, читали новини прямо з Інтернету, передавали ефірну естафету ведучій новин. У кінці випуску новин ведуча закликала телефонувати та писати на електронну адресу програми.

Проте в рамках передачі було чимало і традиційних споживчих рубрик, мультфільмів, кліпів, огляд друкованих ЗМІ та інтернет-сайтів тощо [9].

Також у програму приходили гості студії. Прояви телевізійної інтерактивності у програмі «Ранок Сіті», безумовно, були присутні, проте повноцінної взаємодії із аудиторією їм вбудувати не вдалось.

Моніторинг «ТРК Ера» тривав упродовж липня 2011 р. Тут із 6:50 до 9:00 триває ранкова інформаційно-розважальна програма «Доброго ранку, Україно!». Так, 18 липня 2011 р. було проведено її моніторинг. Ця передача виходить в ефір досить давно, проте, не дивлячись на ефірний досвід, найменше застосовує передові прогресивні технології виробництва [10]. Протягом ранку на «ТРК Ера» вийшло 5 випусків новин, лише два з них виходили з ведучим у студії, інші – просто з начиткою тексту сюжетів за кадром.

Ведуча ефіру читала анонси і підводки у прямому ефірі, але через монологічну форму мовлення наявність «живого» ефіру була невиправданою. Єдиний прояв телевізійної інтерактивності, застосований нею, – заклик надсилати фото і смішні любительські відео на електронну адресу. Ведуча однієї із рубрик «Вертикаль влади» також закликала до дискусії за допомогою e-mail та на сторінці у мережі Фейсбук.

Рубрика «Гість студії» вийшла у прямому ефірі, під час ефіру її супроводжували плашки зі статистичною інформацією, а в кінці бесіди ведучий проанонсував електронну та поштову адресу для спілкування з глядачами і запитань.

Сторінка «ТРК Ера» у фейсбуці станом на 24 липня 2011 р. мала лише 16 прихильників і не анонсувалась в ефірі каналу. Сторінка програми «Доброго ранку, Україно!» станом на дату моніторингу не була зареєстрована взагалі.

Ранкова програма «Guten Morgen» на «М1» у 2011 р. виходила лише двічі на тиждень, у прямому ефірі: гаряча інформація, музика, зіркові гості студії. Стати гостем студії міг кожен глядач, котрий вважає себе неординарною і цікавою особистістю та має якісь таланти. Для цього потрібно було по e-mail написати про себе та докласти відео. Особи, які набрали найбільше «лайків» від глядачів, отримували подарунки від «М1» і приходили в ефір.

У травні 2011 р. моніторився ефір ранкової програмі «Guten Morgen» на «М1». Там проходив інтерактивний конкурс рецептів, які можна було надіслати на електронну адресу, залишати на сторінці в соціальній мережі ВКонтакті. Автор рецепту, що набирав більшу кількість схвальних відгуків від глядачів, отримував подарунок. З усіх перерахованих програм лише ранкова передача на «М1» мала представництво в мережі ВКонтакті, оскільки всі інші, що орієнтувались на більш дорослу аудиторію, розміщували свої представництва в мережі Фейсбук. На сторінці «Guten Morgen» у ВКонтакті ведучі та музиканти спілкуються з глядачами, розміщуються анонси наступних програм, ставляться запитання гостям студії, надсилаються вітання з днем народження глядачам, артистам і ведучим та ін.

Відповідно формату каналу «М1», весь контент ранкової передачі підпорядковано музичній темі: гості в студії, випуски новин, розіграші по телефону і за допомогою Інтернету. «Guten Morgen» на «М1» повноцінно використовує всі прояви телевізійної інтерактивності, хоча і в досить вузькому, музичному, контексті і розраховує переважно на молодь [11].

У ході проведеного моніторингу можна дійти висновку про кількісне збільшення проявів інтерактивності в ранкових програмах українських телеканалів. Проаналізувавши контент ранкових передач за певний період 2011 р., що виходили в ефір на означених вище телеканалах України, можна дійти висновку, що всі вони без винятку неухильно рухаються в бік розвитку телевізійної інтерактивності, взаємодії з глядачами, діалогічної форми мовлення [3], а також активного застосування інфотейнменту.

Виходячи з результатів дослідження, можна відзначити, що чим більший відсоток прямого ефіру у випуску ранкових передач – тим більшу кількість прийомів інтерактивності використовують у цій передачі.

Узагалі, в ефірі ранкових програм на українських каналах можна знайти значну кількість прийомів телевізійної інтерактивності. Найбільше використання прямого ефіру (і, відповідно, інтерактивності), в ранкових шоу українських ефірних каналів у 2011 р. було в програмах «Сніданок з 1+1» на «1+1» і «Підйом» на «Новому каналі» (це, до речі, найдавніші українські ранкові передачі, у «Підйомі» велика кількість інтерактивності застосовувалась з самого початку існування). У них використовувались всі види телевізійної інтерактивності: прямі включення у випусках новин, дзвінки глядачів у прямий ефір, спілкування в соціальних мережах, переписка електронною поштою, квести, флеш-моби, телемости з шоу у різних містах,



скайп-інтерв'ю тощо. Новини у цих програмах представлені як інфотеймент з елементами інтерактивності, де ведучі новин перекидаються жартівливими фразами з ведучими ефіру («Сніданок з 1+1»), або читають офіційні новини прямо в студії ранкового шоу, обговорюючи їх з ведучими безпосередньо під час ефіру («Підйом» Новий канал).

Деяко менше проявів інтерактивності в ефірі програм «З добрим ранком!» на «Інтері» і «Сіті Ранок». Практично повністю відсутні ознаки інтерактивності в ефірі ранкової програми «Доброго ранку, Україно!» на «ТРК Ера», де єдиний вид спілкування ведучих з глядачами за допомогою ефіру – це заклик писати на електронну адресу та заходити на інтернет-сторінку каналу (яка, до речі, також не відзначається особливою інтерактивністю). Ранкова програма «Guten Morgen» на «М1» містить досить багато проявів інтерактивності, хоча й виходила у 2011 р. лише два дні на тиждень.

Позитивним чинником є демократизація ранкових телевізійних програм, можливість кожного глядача висловити свою думку, взяти участь у створенні програми, обрати героїв. Негативною тенденцією є зниження якості як відеозображення (часто використовується побутове відео, зняте непрофесійною технікою), так і власне контенту: майже повністю відсутнє редагування сюжетів і текстів ведучих, часто присутні граматичні помилки як у титрах, так і в висловлюваннях ведучих і гостей (що у минулі роки навіть уявити собі було складно, адже цензура і контроль якості були пріоритетними напрямками на всіх етапах телевізійного виробництва).

Виходячи з тенденцій розвитку світового телебачення, можна очікувати подальшого збільшення інтерактивності на українському телебаченні, зокрема в ранкових передачах, розширення його інструментарію та застосування нових прогресивних технологій під час виробництва.

1. *Борецький Р. А.* Телевізійна програма / Р. А. Борецький. – М. : МГУ, 1967. – 45 с.
2. *Стаценко А. В.* Інформаційне насичення ранкового телефіру // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2006. – Т. 25.
3. *Єлісовенко Ю. П.* Діалогічні жанри в українському телевізійному мовленні // Єлісовенко Ю. П. Ораторське мистецтво: постановка голосу й мовлення : навч. посіб. / Ю. П. Єлісовенко ; [за ред. В. В. Різуна]. – К. : Атіка, 2008. – С. 170–176.
4. *Гоян В. В.* Типові та жанрові особливості інформаційної телепрограми. – К., 2001. – 65 с.
5. *Яковець А. В.* Телевізійна журналістика: теорія і практика : підручник / А. В. Яковець. – К. : ВД «Києво-Могилянська академія», 2007. – 240 с.
6. *Новий канал* : офіційний сайт [Електронний ресурс]. – 2011. – URL: <http://www.novy.tv> (15. 06. 2011).
7. *Офіційний сайт каналу «1+1»* [Електронний ресурс]. – 2011. – URL: <http://www.1plus1.ua/> (25. 03. 2011).
8. *Телеканал «Інтер»* : офіційний сайт [Електронний ресурс]. – 2011. Режим доступу: <http://inter.ua/uk/> (14. 04. 2011).
9. *Телеканал «Сіті»* : офіційний сайт [Електронний ресурс]. – 2011. – URL: <http://gravis.tv/tv/7.html> (11. 05. 2011).
10. *Телеканал «Ера»* : офіційний сайт [Електронний ресурс]. – 2011. – URL: <http://eratv.com.ua/> (18. 07. 2011).
11. *Музичний телеканал «М1»* : офіційний сайт [Електронний ресурс]. – 2011. – URL: <http://m1.tv/> (20. 05. 2011).

Подано до редакції 18. 01. 2013 р.

**Polisuchenko Anna. Interactivity in the morning broadcastings of the Ukrainian TV channels.**

This article discusses the use of interactivity in the morning broadcastings on Novyi kanal/New channel, 1+1, Inter, TRC Era, City, M1 conducting comparative analysis.

**Keywords:** interactivity, infotainment, morning broadcastings.

**Полисученко А. Ю. Интерактивность в утренних передачах украинских телеканалов.**

В статье рассматривается использование интерактивности в утренних телепередачах «Нового канала», «1+1», «Интера», «ТРК Эра», «Сити», «М1» и проводится их сравнительный анализ.

**Ключевые слова:** интерактивность, инфотеймент, утренние телепередачи.