

Міністерство освіти і науки України
Університет митної справи та фінансів
Факультет управління
Кафедра журналістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему: «Інтерактивні форми матеріалів на регіональному телебаченні»

Виконав: студент групи ЖР 20-1
спеціальності 061 «Журналістика»

Сіренко А. М.

Керівник: к.н. соц. ком., доцент
Сенкевич Г. А.

Дніпро – 2024

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційної роботи на тему:

«Інтерактивні форми матеріалів на регіональному телебаченні»

Виконавець: студент групи ЖР 20-1 Сіренко А. М.

Керівник: к.н. з соц. ком., доцент Сенкевич Г. А.

Кваліфікаційна робота: 49 с., 10 рис., 26 джерел.

Інформаційний продукт: добірка прямих включень до прямого етеру телепроєкту «Суспільне.Студія»

Мета кваліфікаційної роботи: Створити добірку включень кореспондента до прямого етеру телепроєкту «Суспільне.Студія» для регіонального телебачення та місцевого глядача.

Актуальність і новизна інформаційного продукту: актуальністю інформаційного продукту є потреба в оперативному та якісному висвітленні подій регіону, за допомогою трансляцій у реальному режимі часу. Новизною інформаційного продукту є залучення інтерактивних мап, використання нових каналів поширення інформації як основних джерел.

Зміст інформаційного продукту: робота складається з дев'яти включень до прямого етеру телепроєкту «Суспільне.Студія», серед яких одне включення за комунальною тематикою, одне включення за тематикою проблем внутрішньо переміщених осіб та сімома матеріалами щодо наслідків атак армії РФ по території міста Дніпра та міст Дніпропетровщини, такі як Кривий Ріг, Кам'янське, Нікополь.

Інформаційний продукт опубліковано у прямому ефірі регіонального телеканалу Суспільне Дніпро, також публікація відбувалася на відеохостингу YouTube у вигляді прямих трансляцій та їх подальших збереженнях.

Ключові слова: інтерактивність, включення, медіа, телебачення, соц. мережі, телепроєкт, оперативність, наповненість, аудиторія, кореспондент.

SUMMARY

qualification work on the topic:

«Visual content for advertising communication in the European segment of social networks»

Author: student of the group ZHR20-1 Sirenko A. M.

Supervisor: Ph.D. with Soc. Communications, Associate Professor Senkevich G. A.

Qualification work: 49 pages, 10 illustrations, 26 sources, appendices.

Information product: a selection of live broadcasts from the Suspilne.Studio TV project

The purpose of the qualification work: To create a selection of the correspondent's live broadcasts on the Suspilne.Studio TV project for regional television and local viewers.

Relevance and novelty of the information product: The relevance of the information product is the need for prompt and high-quality coverage of regional events through real-time broadcasts. The novelty of the information product is the use of interactive maps and new channels of information dissemination as the main sources.

The content of the information product: The work consists of nine live broadcasts of the Suspilne.Stidya TV project, including one broadcast on communal issues, one broadcast on the problems of internally displaced persons, and seven materials on the consequences of the Russian army's attacks on the territory of Dnipro city and cities of Dnipropetrovs'k region, such as Kryvyi Rih, Kamianske, and Nikopol.

The information product was published Keywords: interactivity, inclusion, media, television, social networks, TV project, efficiency, content, audience, correspondent.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ОСНОВИ СТВОРЕННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ ФОРМ МАТЕРІАЛІВ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ	7
РОЗДІЛ 2. РОЗДІЛ 2. ІНТЕРАКТИВНІ ФОРМИ МАТЕРІАЛІВ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ: ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ, КАНАЛИ ПОШИРЕННЯ, РЕСУРСИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ	15
РОЗДІЛ 3. ІНТЕРАКТИВНІ ФОРМИ МАТЕРІАЛІВ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ: СТВОРЕННЯ ТА ПОШИРЕННЯ.....	23
ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ «ДОБІРКА ПРЯМИХ ВКЛЮЧЕНЬ ДО ПРЯМОГО ЕТЕРУ ТЕЛЕПРОЄКТУ «СУСПІЛЬНЕ.СТУДІЯ»».....	28
ВИСНОВКИ.....	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	47

ВСТУП

Актуальність кваліфікаційної роботи. В останні кілька десятиліть значно збільшився обсяг інформації, який щоденно поглинає людина, у зв'язку з чим утримати увагу аудиторії в умовах стрімкого розвитку медіа та цифрових технологій стало складніше.

Оскільки сучасні медіа почали впроваджувати новітні типи взаємодії з нею то, інтерактивні форми матеріалів є невід'ємною частиною сучасних ЗМІ. Залучення їх на регіональному мовленні допомагає покращити мультимедійність засобів масової інформації шляхом збільшення наочності й візуального ефекту під час подання новини. Також важливим фактором виступає функція зворотного зв'язку з аудиторією, що є відмінною рисою від класичних медіа.

Мною було набуто практичний досвід під час проходження практики на кросплатформенному медіа «Суспільне Дніпро». Однією з частин цього ЗМІ є інтерактивні форми матеріалів, а саме включення до прямого етеру телепроєкту «Суспільне. Студія». Основною необхідністю створення таких включень є оперативність подачі новин, якісна та неупереджена інформація з місця подій та відчуття у глядача ефекту присутності на місці події.

Також було розглянуто наукові роботи українських та міжнародних авторів щодо використання інтерактивних форм медіа на регіональному телебаченні.

Мета кваліфікаційної роботи. Основна мета кваліфікаційної роботи — створити рекомендації щодо покращення інтерактивних форм матеріалів на регіональному мовленні. Задля цього було створено цикл прямих включень, досліджено прями включення інших регіональних медіа, вивчено стандарти телеканалу Суспільне.

Завдання кваліфікаційної роботи. Основні завдання кваліфікаційної роботи:

- Дослідити теоретичні та прикладні основи інтерактивних форм матеріалів на регіональному медіа
- Дослідити цільову аудиторію інтерактивних форм матеріалів на регіональному медіа, їх канали поширення та ресурси для створення
- Дослідити етапи створення, публікацій та зворотного зв'язку інтерактивних форм матеріалів на регіональному медіа
- Створення циклу інтерактивних форм матеріалів на регіональному медіа, а саме прямих включень кореспондента телеканалу Суспільне Дніпро до прямого етеру телепроєкту «Суспільне. Студія»

Інформаційний продукт. Інформаційним продуктом для кваліфікаційної роботи є цикл прямих включень кореспондента телеканалу Суспільне Дніпро до прямого телепроєкту «Суспільне. Студія». Це низка прямих включень з місця подій, після російських ракетних атак по Дніпропетровщині, прямі включення по загальним темам разом зі спікерами, використанням заздалегідь записаних коментарів чиновників чи наданням певної інформації від самого кореспондента.

Новизна інформаційного продукту. Основною новизною інформаційного продукту, а саме серії включень до прямого етеру є нова проблематика висвітлення новин під час російського вторгнення в Україну. Розглядаючи безпекову ситуацію та потребу в оперативності висвітлення матеріалів, з'явився ряд норм роботи кореспондента під час проведення включень до етеру. Нижче буде приведені практичні приклади прямих включень після обстрілів Дніпропетровської області армією рф, особливості та норми роботи на місцях удару.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ОСНОВИ СТВОРЕННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ ФОРМ МАТЕРІАЛІВ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ

Активне залучення журналістів на місцях подій надає можливість регіональним телеканалам вчасно робити матеріали кримінальною характеристикою актуальних подій та максимально чітко проілюструвати вимоги своєї глядацької аудиторії. Такі медіареалії спрямовані на широке впровадження реакції медіа на події, та можуть активно використовуватися регіональними телеканалами при кризових ситуаціях, а під час воєнного конфлікту набути можливостей мають широке впровадження серед місцевих мешканців.

Серед теоретичних розробок, можна виділити роботу Г. Мельника. Він дослідив основи комунікацій під впливом новітніх медіа та те, яку роль в ній відіграють інтерактивні форми медіа. Автор зазначив, що використання інтерактивних форм у сучасних медіа є доволі важливим фактором для підняття зацікавленості аудиторії, покращенню якості контенту та інш. [1].

Такі формати нададуть можливість розширити впливовий радіус, надати місцевому глядачеві корисні лайфхаки і поради, та демонструвати вміння регулярно комунікувати саме з чисєюсь глядацькою аудиторією.

Ось список факторів, пояснень та переваг своєчасного впровадження інтерактивних форм матеріалів на регіональному телебаченні :

- адаптація до нових вимог аудиторії та медіареалій;
- підвищення рівня лояльності аудиторії до медіа;
- довіра та зміцнення інституту репутації медіапростору;
- оперативне інформування аудиторії про актуальні та важливі новини;

Серед міжнародних прикладних основ, у своїй роботі S. Quinn описав інтерактивні форми матеріалів як такі, що потребують більшого професіоналізму від журналіста, але при цьому, в обмін дають доволі якісний, та першочергово цікавий та зрозумілий для аудиторії пласт інформації, який може доповнювати загальноприйняті форми журналістики [2].

Інтерактивні форми матеріалів на місцевому телебаченні представляють собою широкий спектр журналістських вживання та методів, призначених для активізації глядачів і встановлення обохсторонніх спілкувань. Крім цього явища вже можна сказати, що більше не має рівнів споживання каналом змісту живлення.

Інтерактивні формати можуть знайти втілення іншим шляхом, в залежності від специфіки телеканалу, його цільової аудиторії і доступних ресурсів. Ось декілька прикладів найбільш поширених інтерактивних форматів:

- **Включення кореспондента в прямий етер:** журналісти будуть в ефірі з місця подій, так, що глядачам дається змога прямо з дому відчувати атмосферу на місці подій, а також перевагою прямого включення є оперативність подачі інформації..
- **Інтерактивні опитування та голосування:** дають можливість глядачам для висловлювати свої думки по актуальним питаннях
- **Коментарі та обговорення в соціальних мережах:** це платформа для обміну поглядами та дискусій на різні теми між глядачами й журналістами.

Проходячи практику на «Суспільне Дніпро», я побачив доволі активне використання цим медіа інтерактивних форм матеріалів. Лідером серед них є соціальні опитування або прямі включення.

Перші допомагають розуміти сучасний стан думок серед громадян про ті чи інші події, але не можуть виступати як достовірним джерелом статистики громадян.

Прямі включення з місця подій, а особливо під час повномасштабного вторгнення РФ в Україну допомагають оперативно отримувати інформацію, при цьому бачити стан справ на локації, розуміти масштаби проблеми.

На сьогоднішній день інтерактивні форми матеріалів на регіональному телебаченні відіграють важливу роль у залученні глядачів до самого медіа. До того ж, дивлячись на сьогоднішні реалії в Україні, а саме війну, використання інтерактивних форм додає рівень зрозумілості матеріалів та доступність для різних вікових пластів аудиторії.

Основною частиною інтерактивних матеріалів на регіональному телебаченні все ж є прямі включення до етеру телепроектів та випуску новин. На філії «Суспільне Дніпро» кореспонденти постійно вмикаються до прямого етеру інформаційних проектів «Суспільне.Студія» та «Суспільне новини». Це власне пов'язано з тим, що в більшості філій Суспільного немає власного випуску новин, або якщо і є, то це вечірній дайджест. Тому тут на допомогу приходять загальні телепроекти, які допомагають регіонам висвітлювати інформацію як для місцевих жителів, так і на всю Україну.

Прямі етери допомагають глядачеві, умовно, перебувати разом із кореспондентом на місці подій. До початку повномасштабного вторгнення, прямі включення також відігравали важливу роль в оперативності надання інформації з місця подій. Включення кореспондента зі спортивних подій, із залу суду, де розслідують резонансну справу. Все це надавало новий ковток у новинневу журналістику з приводу оперативності та якості подачі матеріалу.

Для порівняння, якщо брати звичайні новинневі сюжети у випуски новит, вони мали обмеження в оперативності, адже сам по собі сюжет не

можна випустити в ефір, лише для випуску новин. А після появи прямих включень, глядач може отримати інформацію про подію прямо з місця не у вечірньому дайджесті, а ще в обідній прайм тайм.

Наразі інтерактивні форми матеріалів також допомагають отримувати моментальний фідбек глядачів чи читачів. І допомагають у цьому коментарі чи опитування під відеороликами чи дописами на різних сайтах чи соцмережах.

У своїй роботі, О. Рижко розглядала вплив інтерактивних форм матеріалів на аудиторію. Як виявилось, зазначає авторка, залучення подібних форматів допомагає активізувати рефлексію аудиторії до новин, а також підняти ефективність та наповненість самої інформації [3].

Так, цього може бути замало, адже зараз в Україні набирають стрімку популярність Телеграм канали, які максимально швидко надають інформацію. Але говорити про якість цієї інформації, її наповненість та відповідність стандартам доволі тяжко. До того ж існує багато шейків, які попросту не перевіряються такими каналами.

Також під час звичайних прямих включень можуть використовуватися інтерактивні елементи, а саме карти, діаграми та різна статистика. Це допомагатиме глядачеві простіше візуалізувати інформацію та більш повно її сприймати. У своїй науковій записці, П. Волошин дослідив використання інтерактивних частин під час створення новин на телебаченні. Автор зазначив, що використання інтерактивних форм матеріалів дозволяє краще пояснювати глядачеві тему, а застосування таких форм підвищує зацікавленість до медіа [4].

Ще можна дослідити роботу Потягинник Б., у якій автор вивчив інтерактивність сучасних матеріалів у контексті конвергенції медіа. Згідно монографії автора, наразі інтерактивні форми матеріалів є обов'язковою та

невід'ємною частиною для телебачення, адже наразі сучасні телеканали перестають мовити лише у форматі телебачення, а й починають віщати по інших каналах зв'язку, таким як соц. мережі чи інтернет в цілому [5].

Так, таке твердження є доволі об'єктивним та ґрунтовним, адже зараз регіональні медіа мають по декілька платформ для висвітлення їх діяльності, і залучення інтерактивних форм не тільки по телебаченню, а й у соціальних мережах, різних веб-сайтах дозволяє додатково взаємодіяти з аудиторією, ті ж самі коментарі під дописами, чи написання коментарів під трансляціями на YouTube.

Інтерактивні форми матеріалів на регіональному медіа дозволяють залучати місцеву аудиторію до різних обговорень, при цьому створюючи унікальні матеріали саме для місцевих жителів [6]. Так, дійсно, основною задачею регіональних медіа є власне популяризація тем саме серед місцевої аудиторії, адже вона є найбільш зацікавленою у знанні інформації на території їх області. Новини Дніпропетровщини навряд будуть такими важливими чи цікавими для жителів Львівщини чи Ужгорода. При цьому авторка також підкреслює, що регіональні медіа, а саме телебачення може використовувати різні опитування чи інформаційні соціальні кампанії, аби залучити аудиторію до обговорення проблемних питань в регіоні.

Власне, поява інтерактивних форм матеріалів не тільки на регіональному, а й загальнонаціональному медіа призводитиме до покращення якості контенту, підвищуватиме рівень зацікавленості серед аудиторії, збільшуватиме зрозумілість матеріалу для глядачів, слухачів або читачів.

У своєму дослідженні за 2023 рік, Бондаренко О. зазначила, що наразі інтерактивні форми матеріалів на регіональному медіа можуть сприяти підвищенню рівня довіри громад одне до одного, адже різного роду інтерактивні матеріали про місцеві події допомагатимуть краще розумітися на проведенні тих чи інших подій у регіоні [7].

О. Бондаренко, у своїй роботі щодо використання мобільних засобів для проведення прямих включень зазначив, що у сучасній журналістиці використання телефонів як способу передачі інформації дозволить кореспонденту більш оперативно вмикатися до прямих етерів, адже сам журналіст не буде залежний від знімальної групи [8]. Так, використання сучасних технологій може допомогти підвищити оперативність, але дивлячись на можливі технічні проблеми, такі як нестабільний зв'язок, застосування телефону може бути радше мінусом.

Одним із головних інтерактивних форматів є включення до прямого етеру різноманітних телепроектів. Із початком повномасштабного вторгнення армії РФ до України, з'явилися й нові ризики та формати роботи. Власне, як висновок, кореспондент повинен бути готовим до екстремальних змін навколо, вміти самостійно забезпечувати собі та команді безпечні умови роботи, а також наприклад, під час роботи з людьми сберігати певні етичні норми [9].

Загалом, до включень у прямий ефір можна залучати й місцевих жителів регіону, адже вони якнайкраще знають специфіку області. Як приклад, проведення прямого включення щодо комунальних проблем може доєднати до активного обговорення у коментарях місцевих жителів, а це в свою чергу підвищить активність аудиторії та покращить комунікативний зв'язок [10].

Власне, прямі включення з місця подій є доволі актуальними у сьогоденні України. Звичайний випуск новин може бути доволі неоперативним, у порівнянні з включеннями до прямого етеру телепроектів. Самі включення, та використання в них різних інтерактивних мап, аудіовізуальних додатків допоможе підвищити цікавість роботи, а також, самі включення з місця подій є цікавими саме для регіонального глядача [11].

Дивлячись на те, що панівний формат серед регіональних медіа є телебачення, то в них інтерактивні форми матеріалів, такі як включення

кореспондентів до прямих ефірів допомагають збільшити якість подачі матеріалів та довіру аудиторії до медіа [12]. Про це у своїй науковій статті написала Коломієць Н. Авторка також зазначила, що такі включення допомагають глядачам передавати актуальну та неупереджену інформацію прямо з місця подій, що покращують рівень зацікавленості та довіри глядача до медіа.

Дійсно, прямі включення розроблялися для того, аби аудиторія могла отримувати інформацію прямо з місця подій. Такі увімкнення в ефір, як наприклад з місця атаки армії РФ по цивільній інфраструктурі, дозволить глядачам чи читачам краще розуміти обстановку на місці, отримувати оперативну а головне підтверджену інформацію, що в свою чергу в подальшому викликатиме довіру аудиторії до медіа.

У власному дослідженні, Тимошенко О. зазначив, що під час проведення включень кореспондента до прямого ефіру різних телепроектів чи випуску новин, від журналіста потребується доволі високій рівень оперативності, адже це допоможе зацікавити та утримати аудиторію [13].

До тогож, автор наукової статті зазначив, що дивлячись на досвід російсько-української війни, кореспондент так само повинен вміти працювати в загрозливих та стресових умовах, адже будь яка зміна ситуації на місці надзвичайної події може вплинути на роботу команди чи саму інформацію, яку повинен висвітлити журналіст.

Тут же одразу виходить теза й про оперативність роботи кореспондента. Зазвичай прямі включення проводяться за декілька годин після надзвичайної події, якщо за приклад брати прямі включення після ракетних обстрілів. Одразу зрозуміло, що введення такої інтерактивної форми матеріалу допоможе максимально оперативно та якісно передати до аудиторії потрібну інформацію, при цьому створивши відчуття присутності на місці події.

Власне, в собі таку ж ціль несе й такий вид матеріалу як репортаж. Але під час прямих включень до етерів, це все відбувається в режимі реального часу.

До того ж, під час увімкнень до прямого етеру кореспондентам доводиться імпровізувати, адже редакція може запросити певну інформацію, яку дірналіст повинен озвучити, але при цьому та може бути недоступною в силу без пекових обмежень.

Як висновок, можна зробити, що за тематикою інтерактивних форм матеріалів на регіональному телебаченні є доволі багато наукових робіт, різних статей та дописів як українських так і міжнародних авторів. Вони відзначають високий рівень потреба залучення інтерактивних матеріалів у регіональних медіа, адже це допоможе підняти рівень зацікавленості та обізнаності аудиторії, оперативність подачі інформації допоможе конкурувати з Інтернет виданнями, а вміння та навички кореспондента допомагатимуть якісно та повноцінно надавати інформацію з місця подій під час включень до прямого етеру.

РОЗДІЛ 2. ІНТЕРАКТИВНІ ФОРМИ МАТЕРІАЛІВ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ: ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ, КАНАЛИ ПОШИРЕННЯ, РЕСУРСИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ

Цільова аудиторія інтерактивних форм матеріалів на регіональному телебаченні. За допомогою інтерактивних форм матеріалів на регіональному телебаченні, при цьому зберігаючи класичні форми, ЗМІ можуть розширити свою аудиторію до майже всіх прошарків населення.

За допомогою застосування інтерактивних форм матеріалів, можна підвищувати кількість різних верств населення за віком, адже з однієї сторони, такі форми можуть зацікавлювати молодь, а з іншої, люди за 50 років можуть більш інформативно та наповнено отримувати матеріал. Але при цьому потрібно враховувати інтереси цільової аудиторії, аби більш якісно впроваджувати інтерактивні форми матеріалів на регіональному телебаченні [14].

Також потрібно розуміти, що аудиторія навіть серед одного регіону не відмінняє той факт, що потрібно розповідати не лише загально про область. Так наприклад, теми повинні бути не тільки загальними, а й більш місцевими, як комунальна тематика у Дніпрі, так і наслідки атак РФ по Нікополю [15].

Основою звісно є класичне телебачення. Але при цьому, канали через які можуть поширюватися форми можуть бути різноманітними, від телевізору до дописів у соц. мережах. Якщо ми беремо аудиторію серед телебачення, то за даними дослідження Nielsen Television Audience Measurement [16], у 2023, році за добу телебачення дивилося близько 70% населення України. Як зазначається у звіті, найбільшу частку серед аудиторії склали жінки, а саме 54%. Серед загальної вікової статистики, то найбільше частка аудиторії за віком, це люди у понад 50 років, їх 38%.

Ще одним дослідженням можна використати звіт Factum Group Ukraine [17]. Ця група дослідила використання інтернету як основного джерела

інформації з використанням інтерактивних форм. За їх даними, майже 82% українців використовували інтернет як засіб отримання інформації. Згідно звіту, найбільш активними користувачами є люди віком від 18 до 34 років.

Власне щодо самого зростання попиту серед інтерактивних форм матеріалів, Індустріальний телевізійний комітет відзначив зріст попиту на подіпні матеріали серед української молоді — 18-34 років.

Зазвичай, згідно вище згаданої статистики, мережу Інтернет використовує молоді, а саме люди від 18 до 34 років. Тож можна зробити висновок, що вони є панівною частиною у тих, хто приймає активну участь в обговореннях під дописами у соц. мережах, різних голосуваннях.

А от серед телебачення, основна аудиторія це люди віком у понад 50 років. Так, більшість з них можливо звикла до звичайної подачі матеріалів, але ті ж прямі включення, інтерактивні мапи чи графіки підвищують зацікавленість та обізнаність аудиторії, через направленість на більш обширне пояснення тем.

Також важливо помітити, що не дивлячись на загальнонаціональні проблеми в Україні, основна відмінність загальнонаціональних телеканалів та регіональних медіа є в місцевих новинах, тож і аудиторія місцевого змі вимагатиме більше висвітлення проблематики регіону, або принаймні тих загальних тем, які можуть поширитися й на певне місто чи область.

Також деякі міжнародні дослідження показують, що молода категорія населення, а саме 18 – 34 річна аудиторія більше зацікавлена у розповсюдженні контенту в регіоні, у якому вони перебувають. Але при цьому застосування інтерактивних форм може дозволити залучати до перегляду та підвищувати популярність матеріалу й серед населення за 50 років [18].

Власне, саме молода категорія людей (18-34 роки) допомагає створювати, поширювати, та залучати інші вікові групи до перегляду та популяризації інтерактивних форм матеріалів на регіональних медіа [19].

Деякі медіа можуть використовувати інтерактивні форми включень, аби додати зацікавлення аудиторії. В. Шевченко у своєму матеріалі зазначив, що використовуючи інтерактивність у вигляді опитувань, коментарів у прямому ефірі може допомогти підвищити довіру до медіа [20].

Канали поширенні інтерактивних форм на регіональному телебаченні. Канали поширення інтерактивних форм матеріалів на регіональному телебаченні абсолютно різні, та створені для того, аби охоплювати велику кількість аудиторії. Якщо якісно поширювати інтерактивні форми серед різних каналів, то регіональне медіа може охопити місцеву аудиторію не лише у великих містах, але й громадах.

У своєму дослідженні та опублікованій статті, Ю. Коваленко визначив, що багатоканальність в медіа для поширення матеріалів є ключовою астиною для успіху в розширенні власних матеріалів серед глядачів [21]. Як зазначає автор, окрім звичайного телебачення, використання соціальних мереж, додаткових веб-сайтів чи відео хостингів допомагає розширити охоплення аудиторії, а значить й збільшити популярність медіа серед регіональних глядачів.

Регіональні телеканали повинні також вміти адаптуватися до каналів поширення інформації. Аудиторія телебачення та аудиторія соц. мереж, це хоча часто пересічні між собою категорії глядачів, але при цьому все ж аудиторія відрізняється, дивлячись на статистику у попередньому тексті.

Якщо ми кажемо про класичні медіа, то все ж панівну вершину у каналах поширення відіграє телебачення. Включення кореспондентів у прямі етери програм, такі як «Суспільне.Студія» допомагають більш якісно та оперативно

надавати інформацію із використанням різних засобів. Попри це, прямі етери різної телепроектів транслюються не лише по телевізору. Використання різних відео хостингів, таких як YouTube, дозволяє також прошарку користувачів Інтернетом передивлятися прямі ефіри через сторонні за стосунки, що підвищує охоплення аудиторії.

Дивлячись на розвиток мережі Інтернет, не можна виключати й соціальні мережі, як частину каналів поширення контенту. Facebook, Twitter, Instagram, Telegram — все це новітні канали передачі інтерактивних матеріалів медіа. Саме через них можна створювати посилання на основний ефір телеканалу, робити основні анонси матеріалів, поширювати різні відео та фото.

Основною перевагою соцмереж перед класичним телебаченням є зворотній зв'язок із аудиторією. Так, ті ж самі інтерактивні форми під час прямого етеру, як соціальні опитування, реакція ведучих на дописи та коментарі аудиторії присутня на телебаченні, але є доволі обмеженою. У той час як коментарі під дописами, трансляціями чи різними відео дають можливість отримувати фідбек від аудиторії, розуміти суспільні настрої та бачити можливі запропоновані варіанти для наступних тематичних випусків.

Д. Мельничук у своєму дослідженні за 2022 рік вияснив, що використання соц. мереж регіональними медіа допомагає більш ефективно та кількісно поширювати інтерактивні матеріали [22]. Автор зазначає, що поєднання різних каналів, такі як наприклад телевізійна трансляція новин на сторінках у соціальних мережах дозволяє медіа якісно та ефективно розповсюджувати інформацію, доносити її більш оперативно до глядача та охоплювати більшу кількість аудиторії

При цьому, треба розуміти, що соц. мережі мають доволі високу популярність, тому їх використання регіональними медіа може підвищити

впізнаваність телеканалу, а це у свою чергу створить додаткові фактори довіри та прив'язаності до медіа.

Ще одним каналом поширення є новинні веб-сайти медіа. Вони також є ефективними. За допомогою сайтів можна не лише публікувати звичайні новини, а також зв'язуватися із редакцією, писати власні враження від матеріалів, приймати участь в інтерактивних формах матеріалів, голосувати та бути учасниками опитування.

У регіонального телебачення також може бути й власний мобільний додаток, але зазвичай він дублює функціонал веб-сайту. Звісно, редакція у подальшому може створювати у додатку прямі трансляції, інтерактивні опитування під час них, що спрощуватиме зворотній зв'язок із аудиторією та додасть більший рівень довіри до медіа. Але подібний канал у розробці та утриманні може потребувати великих ресурсів та матеріального забезпечення, тож він є доволі непопулярним.

Спираючись на попередні підрозділи, у цьому хотілось би обговорити ресурсні витрати на створення інтерактивних форм матеріалів на регіональному телебаченні. Як приклад, хотілося б розібрати ресурси для створення включень кореспондента до прямих етерів, а саме до етеру телепроєкту «Суспільне.Студія».

Основними ресурсами є технічні та людські. Серед них також можна виділити різні типи.

Якщо дивитися на технічні ресурси для прямих включень, то вони розподілені між обома сторонами. У самої команди телепроєкту «Суспільне.Студія» є студійне обладнання, яке допомагає отримувати зображення з техніки кореспондента та оператора, технічне обладнання для виводу звуку, передачі зображення для прямого ефіру та власне техніка для запису й трансляції ведучих програми.

Якщо казати за команду, яка саме вмикається, тобто оператор та кореспондент, то засобами які вони використовують є камера, мікрофон, навушники для кореспондента, аби чути ефір, та власне передавач зображення та звуку.

Також до технічного забезпечення можна віднести програмне обладнання для відео монтажу, виведення додаткового звуку, комп'ютери для створення різних карт чи інтерактивних графіків. Ну і звісно повинна бути складна але надійна технічна інфраструктура, яка дозволить без проблем передавати весь матеріал та інформацію у прямий ефір.

Сама по собі техніка працювати не буде, то ж перейдемо до розділу людських ресурсів, адже саме за допомогою команди прямого етеру аудиторія зможе вчасно та якісно отримати інформацію. Якщо розбирати команду, що вмикається, то вона складається з двох людей — оператора та кореспондента. Вони власне і є основними дійовими особами під час включення до прямого етеру.

По іншу сторону екрану, працює величезна команда телепроєкту «Суспільне.Студія». Сюди включаються як головні режисери, випускові редактори, гостьові редактори, відео та звукорежисери, ведучі, IT-фахівці. Відповідальними за наповнення випуску та його роботу є головний режисер та випусковий редактор. У свою чергу гостьові редактори постійно контактують з кореспондентом, аби по уточнювати актуальну ситуацію, попереджати про можливі зміни в ефірі та інше.

Також важливу частину відіграє технічний оператор, який власне відповідає за прийом зображення, звуку та передачі його наступним технічним працівникам.

Ну і зрозуміло, що для забезпечення усієї команди потрібні фінансові ресурси. Згідно чинного законодавства, а саме закону «Про Суспільне

телебачення і радіомовлення», держава постійно забезпечує фінансування суспільного мовника, а саме не менше ніж 0.2% від видатків загального фонду Державного бюджету. Також частково суспільне фінансується з міжнародних програм підтримки суспільного мовлення [23].

Якщо розібрати витрати коштів та матеріалів, то основну частину забере заробітна плата співробітникам телерадіол компанії, також буде використана частина фінансів на підтримку та оновлення технічного забезпечення, частково на рекламу та також є певний запас фінансів на випадок форс мажорних ситуацій.

Загалом, фінансування в інтерактивні форми є доволі вигідним та допомагає піднімати популярність, охоплення та репутацію телеканалу. Про це говорить дослідження Deloitte за 22 рік [24].

Власне, також впливаючим фактором може бути фінансування саме регіональних філій телебачення, адже воно зазвичай фіксоване. Тому, аби просувати власні інтерактивні матеріали, команда зазвичай застосовує низькозатратні або безкоштовні варіанти просування матеріалів.

Дивлячись на сьогоднішні тенденції та умови роботи медіа під час повномасштабного вторгнення РФ в Україну, частина прямих включень може проводитися із залученням лише кореспондента, а як систему зв'язку журналіст використовує власний мобільний пристрій, чи такий, що виданий редакцією. Такий здешевлений спосіб передачі інформації має як свою плюси, а саме оперативність та незалежність від оператора, так і мінуси. Серед них це додаткове матеріальне забезпечення кореспондента, що підвищує витрати медіа, можливість погіршення якості зв'язку, що в свою чергу призводить до неякісного зображення, а це в собі може нести репутаційні ризики та можливість втрати аудиторії, адже висока конкуренція на ринку медіа присутня завжди, і одно лише залучення інтерактивних форм матеріалів може

не вистачити, тож доведеться створювати нові способи поширення таких матеріалів, а це додаткові витрати.

Як висновок, можна зрозуміти, що аудиторія медіа, які використовують інтерактивні форми матеріалів є доволі різноманітною та обширною, вона може залежати від каналу подачі матеріалу та форми. Молоде покоління надає перевагу мережі Інтернет як основному каналу отримання матеріалів, у свою чергу телебачення більше охоплює покоління людей у понад 50 років.

РОЗДІЛ 3. ІНТЕРАКТИВНІ ФОРМИ МАТЕРІАЛІВ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ: СТВОРЕННЯ ТА ПОШИРЕННЯ

Створення інтерактивних форм матеріалів. Продуктом, який я виготовляв під час проходження переддипломної практики була серія включень то прямого етеру телепроєкту «Суспільне.Студія». Власне, дивлячись на простоту самої форми, вона займає доволі великий об'єм роботи та планування, задля створення кінцевого продукту. Проведення включення вимагає згладженої роботи між журналістом та студією, аби не виникло жодних технічних помилок.

Будь яке пряме включення розпочинається з підготовчого етапу, а саме планування. Ініціаторами проведення прямого включення зазвичай виступають гостьові редактори. Вони, у співпраці з випусковим редактором узгоджують майбутню тему для обговорення та можливих спікерів. Одними з таких спікерів можуть виступити власне кореспонденти регіональних телеканалів Суспільного.

Тему обирають зазвичай за актуальною повісткою новин в інформаційному просторі. Так як телепроєкт Суспільне.Студія охоплює всі регіони України, то власне і тематика прямих включень за часту підбирається до певної області чи міста. Під час роботи на Суспільному, найчастіше проводилися прямі включення за тематикою російсько-української війни, а саме прямі включення з місця ударів армії РФ по цивільним об'єктам.

При цьому має місце й включення зі звичайних побутових тем, такі як відключення боржників від системи водопостачання за борги. Все ж остаточно узгоджує тему команда телепроєкту Суспільне.Студія

Після обрання теми, власне гостьові редактори, задача яких зв'язуватись із гостями під час прямих включень, починають контактувати з кореспондентом. Якщо це не подієве включення, як наприклад включення з

місця атаки РФ, то гостьовий редактор зв'язується із кореспондентом за день до власне прямого включення. Під час розмови, кореспондент та гостьовий редактор узгоджують план прямого включення, потрібну тему, яка буде висвітлюватися, час та місце проведення, формат та інш.

Іноді прямі включення можуть відмінитися, адже це додаткова робота до основної задачі журналіста — створювати інформаційний матеріал, сюжети чи статті.

Час проведення прямого включення та локація узгоджується разом із журналістом, враховуючи його завантаженість, обсяг інформації, яку може викласти співробітник та інш.

Після погодження прямого включення, кореспондент починає займатися пошуком інформації для ефіру. Згідно зі стандартів Суспільного, основними джерелами інформації можуть виступати офіційні сторінки політиків, органів місцевого самоврядування, державних бюро чи структур. Також журналіст може передавати у прямому ефірі власні спостереження події, як наприклад включення з місця удару армії РФ по цивільним: спілкування з пораненими, свідками інциденту, власні спостереження, додаткова інформація від представників влади.

Те, як підготується журналіст до прямого включення, залежить від самого нього — хтось заздалегідь прописує текст для прямого включення, хтось запам'ятовує основні цифри та тези, і після їх викладає, посилаючись на певну особу.

Також слід зазначити, що прямі включення можуть відмінитися через недостатність інформації в регіоні про ту чи іншу подію. Як приклад, удари армії РФ по Дніпропетровщині. Аби провести включення з кореспондентом, власне ведучим та в цілому телепроекту Суспільне.Студія потрібна розгорнута та офіційно підтверджена інформація. А її іноді обмаль, як наприклад заяви

начальника Дніпропетровської ОВА Сергія Лисака про ракетну атаку, де йдеться інформація про влучання інфраструктурний об'єкт, і на цьому все. Ані статистика поранених чи загиблих, ані розміри пошкоджень чи руйнувань будівель. Так, інформація є дуже важливою, але її обсяг недостатній, аби кореспондент міг якісно по ньому провести пряме включення.

Після підготовленого імпровізованого тексту та сценарію, журналіст може надіслати його гостьовому редактору, аби той міг його вивчити, та не заплутатись в інформації.

І власне перед початком самого прямого включення, із кореспондентом зв'язується технічний співробітник апаратної кімнати, аби налагодити зв'язок із кореспондентом та за потреби направляти його під час ефіру.

Власне наступним етапом у проведенні прямого включення є сама реалізація включення. Із журналістом зв'язуються по мобільному зв'язку, аби кореспондент через нього міг чути ефір телепроєкту та власне контактувати з журналістами. Навушники виступають лише пристроєм для слухання, коли засобом передачі голосу кореспондента є мікрофон, який заздалегідь підключений до передавача звуку та відео з телекамери.

Під час включення журналіст повинен після певної інформації посилатися на джерело, аби зберігати стандарт точності та повноти інформації. Іноді пряме включення може бути не самостійним, а зі спікером чи з використанням заздалегідь записаного відео. Якщо матеріал був створеним заздалегідь, кореспондент підводить до нього словами — прошу пряму мову.

На кінець прямого включення кореспондент прощається з ведучими, і може виходити з кадру тільки після слів технічного оператора, що журналіста виведено з ефіру, аби в подальшому уникнути неприємних моментів, де кореспондент може поводити себе некоректно.

Після завершення ефіру, кореспондент та оператор повертаються на свої робочі місця, та починається етап оцінювання та збереження прямого включення. Журналіст зв'язується з гостьовим редактором, аби дізнатися, чи було пряме включення наповнене потрібним об'ємом інформації, чи виникали технічні проблеми.

Команда телепроекту Суспільне.Студія в свою чергу займається збереженням та архівуванням матеріалу. Так як у трансляції проекту залучені три філії Суспільного, а саме Суспільне Ужгород, Суспільне Рівне та Суспільне Львів, вони відповідають лише за власні включення під час їхнього ефірного часу, а записи всі три зберігають та архівують у себе на YouTube каналі.

Підсумовуючи, можна зрозуміти, що саме злагодженість та взаєморозуміння команди допомагає створити якісне пряме включення до ефіру.

Поширення інтерактивних матеріалів. Власне поширювати інтерактивні форми матеріалів можна у декілька методів, і вони залежать як від самої команди медіа, так і від її аудиторії. Як і зазначалося вище, прямі ефіри в основному транслюються та поширюються через телебачення. [25] Про це у своїй роботі писав Kiouisis S. При цьому, воно може також інтегруватися й в інші системи, наприклад спеціальні веб-сайти для трансляцій, офіційні застосунки. Одним із таких став за стосунок Дія, яке почало ретранслювати прямий ефір Суспільного мовлення, чим спростило доступ до інформації та створило надійний канал передачі матеріалу до глядача.

Створення дублів прямих трансляцій, анонси телепрограм та можливість коментувати, все це додаткові можливості соціальних мереж. Різні за стосунки можуть допомогти поширити інтерактивні форми матеріалів, закликати

аудиторію до дискусії та фідбеку по матеріалам [26]. Про це у своєму дослідженні заявляла Hermida A.

Поширювати інтерактивні форми також можуть як самі кореспонденти, закликаючи у власних соцмережах приєднуватися аудиторію до прямих включень чи інших форм, так і самі глядачі, слухачі чи читачі можуть виступати поширювачами контенту. Репости у власних сторінках, участь у прямих включеннях, ефект «сарафанного радіо», все це допоможе охопити якомога більше аудиторії.

Основна частина матеріалу або транслюється по телебаченню на місцевих телеканалах Суспільного, або транслюється через веб-сайт, соцмережі, іноді додатки, такі як Дія. Також більшість матеріалу зберігається на онлайн відео платформі YouTube у вигляді записів прямих трансляцій.

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ «ДОБІРКА ПРЯМИХ ВКЛЮЧЕНЬ ДО ПРЯМОГО ЕТЕРУ ТЕЛЕПРОЄКТУ «СУСПІЛЬНЕ.СТУДІЯ»»

Власне, працюючи над власним інформаційним продуктом на регіональному медіа, основною складністю є частота використання прямих включень у прямих етерах телепроектів. У цьому розділі буде представлено майже дев'яти місячний об'єм роботи.

Основною причиною такої низької частоти залучення кореспондентів до прямих етерів телепроектів є власне новиннева повістка дня. Сам кореспондент не може ініціювати включення до ефіру, адже як зазначалось у попередніх розділах, тематику обирає редакція самого телепроектів.

Ще однією причиною низького залучення місцевих кореспондентів до прямих етерів є власне інформація, яка поширюється телепроектом. Наприклад, у етері телепроектів «Суспільне.Студія» панівною є тематика російсько-української війни, загальні економічні та політичні питання. Головними спікерами у більшості доєднант є лідери думок, посадові особи чи вузькопрофільні експерти.

Щодо власного досвіду роботи на цей телепроект, зазвичай кореспондент вмикається під час роботи на тему обстрілів армії РФ по цивільній інфраструктурі. Серед представленої добірки включень до прямого етеру, більша половина, це мої увімкнення з місця надзвичайної ситуації, а саме житловій чи загалом цивільній забудові після ракетних атак Росії по території Дніпропетровщини.

Але на початку, мене не допускали до подібних тематик, адже вони потребують високого професіоналізму, знання ситуації, також включають в себе певні без пекові правила роботи на місці надзвичайної ситуації.

Власне, першим моїм прямим включенням було включення з одного з центрів перекваліфікації внутрішньо переміщених осіб, які втратили свою роботу внаслідок окупації чи обстрілів населених пунктів. Тему ініціювала саме редакція Суспільне Дніпро, адже попередньо мною планувалося лише створити сюжет про подібний центр та історії людей. Але, головні та випускові редактори філії мають доступ до корпоративних таблиць, де вказують теми сюжетів на тиждень, аби центральна редакція могла їх забрати до себе в ефір. Цього разу сталося так, що тему мого сюжету побачила команда телепроекту «Суспільне.Студія», яка на той час до переформатування та ребрендингу називалася «Суспільне.Спротив».

Власне, редакція телепроекту запропонувала мені та редакторам Суспільне Дніпро провести включення до прямого етеру під час зйомки власне сюжету. Основним завданням було дати інформацію про проект перекваліфікації ВПО, надати певну статистику про роботу цього проекту та враження самих учасників від участі.

Тут редакція телепроекту поставила доволі цікаве, але при цьому звичне для кореспондентів завдання — провести включення із героєм, який власне і є учасником перекваліфікації. Такий формат залучається доволі рідко, адже звичайна людина не є такою обізнаною в тематиці прямого включення, але при цьому існують матеріали, коли герой може розповісти власну історію та враження від проекту.

Я, як кореспондент повинен був надати загальну інформацію про проект, привести певну статистику щодо кількості учасників, спеціальностей які пропонує цей проект та інш.

Сама ж героїня повинна була розповісти частинку своєї історії, звідки вона, коли та як виїжджала з під обстрілів чи окупації, ким працювала до цього, чому обрала той чи інший профіль, ну і загальні враження від проекту.

Я, як кореспондент, підготував певний об'єм інформації та запитань до спікера. Загалом, після прямого включення, редакція телепроєкту була задоволена наповненням та інформативністю доєднання до ефіру. Роботу було про трансльовано на телебаченні, YouTube каналі та збережено як архівне відео на тому ж каналі.



(Рис.1 — Скріншот прямої трансляції з включення разом із героїнею проєкту перекваліфікації безробітних переселенців)

Наступним доєднанням до прямого етеру терелпроєкту «Суспільне.Студія» було включення з приводу теми, яку обговорювали після зняття мораторію на відключення електропостачання, водопостачання та тепlopостачання боржникам на час воєнного стану. Редакцією телепроєкту було зібрати необхідну інформацію щодо мораторію, про його впровадження, про причини зняття та наслідки, які може в собі нести подібне рішення.

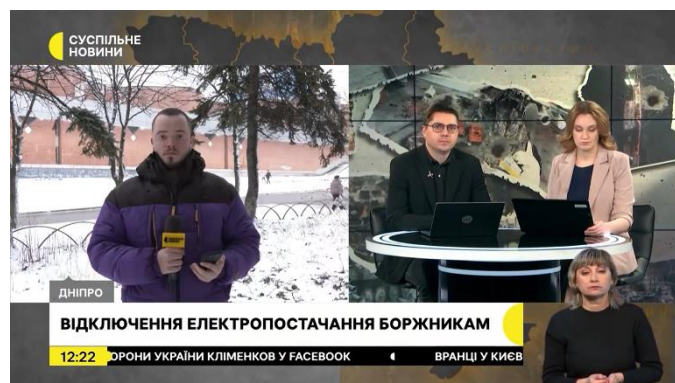
Також редакція телепроєкту дала завдання створити невеличке опитування серед громадян міста, а саме лізнатися їхню думку з приводу зняття мораторію. Редакційне завдання було надано за день до самого прямого ефіру, тож я почав шукати потрібну мені інформацію з офіційних джерел державного та місцевого управління.

Після збору інформації, я разом із оператором пішов записувати думки місцевих жителів, аби потім використати цей відеоряд у прямому ефірі. Таке опитування серед громадян затребуване під час прямих включень та загалом

матеріалів на регіональному телебаченні, адже глядач може почути від кореспондента не лише інформацію про саму новину, а й дізнатися думки місцевого населення. Згідно редакційних засад інформаційного мовлення, у таких опитуваннях повинен бути витриманий стандарт балансу думок. Тобто кореспондент та сама редакція не можуть висвітлювати думки місцевих лише з позитивної чи лише з негативної сторони.

Також, аби звузити тематику прямого включення до регіонального телебачення, редакцією було поставлено завдання отримати офіційні відео коментарі від прес служб комунальних підприємств, які відповідають за надання послуг абонентам різних видів постачання. Було записано Представника КП «Дніпроводоканал» Яна Майдана та представницю КП «Теплоенерго» Анастасію Сухіну. Після запису всіх необхідних додаткових матеріалів, їх було надіслано до редакції телепроєкту «Суспільне.Студія» та використано у включенні кореспондента в прямий етер. Редакція телепроєкту була цілком задоволена повнотою поданої інформації.

Загалом основною складністю цього доєднання був збір інформації від представників комунальних підприємств, адже вони надають відповіді лише на попередньо погоджені інформаційні запити, що потребує часу. А редакція телепроєкту «Суспільне.Студія» просить кореспондента доєднатися за день до фактичного доєднання.



(Рис.2 — Скріншот з включення кореспондента про зняття мораторію для боржників)



(Рис.3 — використання під час включення додаткових відео спікерів)

Третім включенням до прямого етеру телепроєкту було включення з Дніпра після атаки РФ по місту дронами-камікадзе типу Шахед. Такі увімкнення кореспондента до прямого ефіру з часів повномасштабного вторгнення російської армії в Україну є найчастішими, і потребують додаткової уваги та відповідальності.

Власне, зранку, після атаки росіян зі мною зв'язалася гостьова редакторка, та надала редакційне завдання щодо висвітлення наслідків атаки, можливих коментарів від місцевих жителів, та офіційної інформації від ОВА, ЗСУ та інших офіційних джерел.

Я для пошуку офіційної інформації від посадових осіб чи офіційних заяв ЗСУ і їх структур використовую офіційні сторінки у соц. мережах, такі як фейсбук профіль Повітряних Сил ЗС України чи офіційного телеграм каналу начальника Дніпропетровської ОВА Сергія Лисака.

Робота кореспондентів під час російських атак може частково обмежуватися військовою адміністрацією задля збереження інформаційної

тиші та не розкриття додаткової інформації, що може допомогти окупантам розуміти наслідки їх атак та надати можливість корегувати подальші удари.

Як зазначалось у теоретичній частині кваліфікаційної роботи, кореспондент може використовувати для зв'язку як спеціальні передатчики звуку та відео, так і звичайний мобільний телефон, та відеозв'язок через різні месенджери. Це пряме включення стало саме таким.

Я надав повну інформацію згідно офіційних джерел про початок повітряних тривог в області, налав офіційну інформацію від повітряних сил про озброєння, яке було застосоване для атаки, було надано інформацію про наслідки атаки від ОВА, а саме інформацію про пошкодження цивільної інфраструктури, та статистику серед поранених чи загиблих.

Також перед доєднанням я встиг поспілкуватися з місцевими жителями про події, які відбувалися під час атаки. Серед іншого, у той день армія РФ поцілила по критичній інфраструктурі міста, а саме по одній з ТЕЦ. Тоді обслуговуюча компанія з електропостачання ДТЕК надала на своїх офіційних сторінках соц. мереж інформацію про пошкодження та проблеми, які виникли після атаки, а саме відсутність електропостачання для частини мешканців міста.

Відеоматеріалів з коментарями очевидців немає, адже технічно та за часом не було можливості встигнути записати відео та надіслати їх до редакції телепроєкту. Тож мною спільно з гостьовою редакторкою було прийнято рішення розповісти від місцевих жителів інформацію, яку вони мені надали. Після проведення прямого включення редакція телепроєкту була повністю задоволена повнотою та оперативністю інформації.



(Рис. 4 — включення з місця неподалік від ракетної атаки РФ)

Четвертим за рахунком включенням до прямого етеру було включення з місця ракетної атаки РФ по цивільній забудові приватного сектору у Дніпрі. Варто зазначити, що за часту, прями включення проводяться паралельно зі зйомкою сюжетів для звичайного випуску новин регіонального медіа. Цей матеріал не став виключенням.

Зранку під час виїзду на місце удару зі мною зв'язалась гостьова редакторка, аби повідомити про проведення включення до прямого етеру. Основною складністю у цьому прямому включенні було отримати необхідний пласт інформації від офіційних джерел, а саме яке озброєння застосувала російська армія для обстрілу мирного населення Дніпра та області.

Кожен виїзди на місце надзвичайної ситуації обговорюється та погоджується лише за участі обласної військової адміністрації, адже своєчасна робота на місці удару та поспішлива публікація матеріалів може призвести до повторних ударів, при цьому на ньому тепер додатково ще працюють журналісти.

Під час цього включення я зібрав загальну інформацію про застосування армією РФ озброєння, наслідки удару, статистика поранених та загиблих людей, інформація щодо пошкоджень та руйнацій будівель.

Аби картинка не була стабільною, редакція заздалегідь попросила набрати певний відеоряд з місця атаки, аби свола кореспондента можна було візуалізувати через заздалегідь підготовлені кадри з місця атаки.

Під час проведення прямого включення також було процитовано спогади місцевих жителів про цю атаку. Після виведення з ефіру редакція телепроєкту «Суспільне.Студія» подякувала за пряме включення, вказала на мінуси та плюси під час прямого включення. Серед негативних сторін є використання в більшості інформації офіційної, але при цьому не вистачало власних спостережень кореспондента на місці події.



(Рис. 5 — включення з місця удару армії РФ по приватному сектору)

П'ятим доєднанням мене як кореспондента до прямого етеру телепроєкту було увімкнення з місця ракетної атаки РФ по житловій забудові на Дніпропетровщині, а саме атака російської армії по Кривому Рогу. Власне, у самому місті є філія Суспільного — Суспільне Кривий Ріг, проте через лікарняний місцевого кореспондента, головний редактор Дніпровської філії вирішив відправити мене на місце атаки, аби зняти сюжет про наслідки удару.

По дорозі зі мною зв'язалась гостьова редакторка телепроєкту «Суспільне.Студія», та попросила провести пряме включення з місця удару. Основним завданням було висвітлити саму атаку, її хронологію, надати офіційну інформацію щодо поранених та загиблих громадян, розповісти про

пошкодження чи руйнування майна. Перед проведенням включення у мене був певний проміжок часу, аби зібрати не лише інформацію з офіційних джерел, а й можливість поспілкуватися зі свідками атаки — місцевими жителями.

Кореспонденти іноді можуть отримувати додаткові запитання від ведучого, якщо він чи загалом редакція телепроекту бажає доповнити інформацію про ситуацію на місці. Власне, під час цього ефіру телеведучий Олександр Бодня поставив запитання щодо ситуації та строків відновлення електро, водо та газопостачання. На момент прямого включення офіційної інформації не було, проте я використав інформацію з власних спостережень, а саме те, що на місці працювали аварійні та ремонтні служби комунальних підприємств, що обслуговують абонентів.

Також перед прямим включенням була низка прес підходів посадових осіб на місці надзвичайної ситуації, а саме представники ДСНС та Криворізької районної військової адміністрації. Інформація, яку вони надали на місці також знадобилася під час включення і була більш наповненою та оперативною у порівнянні із заявами ОВА та різних служб на своїх сторінках у соцмережах.



(Рис. 6 — включення з місця ракетної атаки у Кривому Розі)

Шостим за рахунком доєднанням до прямого етеру кореспондента було щодо наслідків комбінованої атаки на Дніпропетровщину. Тоді нашій знімальній групі довелося їхати до міста Кам'янське, аби зібрати матеріал для створення сюжету. Звісно, знаючи про обстріл нашого регіону, зі мною зв'язалась редакція телепроєкту «Суспільне.Студія» та попросило пряме ввімкнення з самого Кам'янського, щодо нагальної ситуації, адже через атаку армії РФ у місті майже повністю зникло світло.

Варто зазначити, що у той день більшість області була знеструмлена, але нашою редакцією було вирішено їхати саме до Кам'янського через близькість до Дніпра. Дивлячись на обмеженість в часі, адже основною задачею на той час було забір матеріалів для новинного сюжету, нашій команді довелося перенести включення в ефір на пізніше, та проводити її у самому Дніпрі.

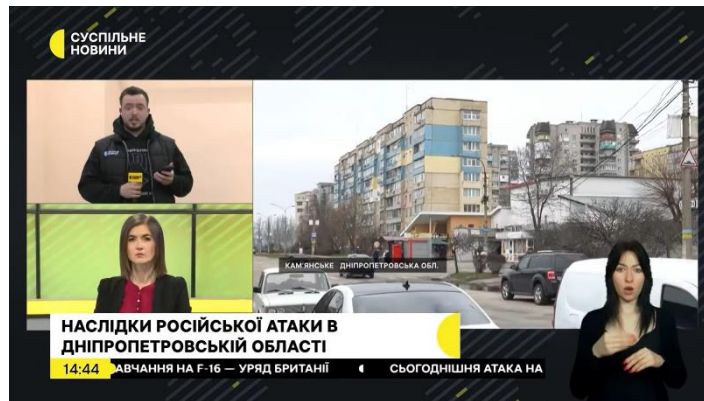
Основною редакційною задачею було розповісти про обстріл загалом, надати інформацію щодо кількості загиблих чи поранених, розповісти про пошкоджену чи зруйновану інфраструктуру, також дивлячись на блекаут після обстрілу потрібно було розповісти про ситуацію з електропостачанням у місті, строки відновлення та інш.

Особливістю такого включення було те, що воно проводилось з укриття. Згідно без пекових норм Суспільного, під час повітряної тривоги в області кореспондент зобов'язаний вмикатися з безпечного місця.

Я висвітлив ситуацію в області та окремо в місті Кам'янське, розповів всю потрібну інформацію щодо інфраструктури, поранених чи загиблих, ситуації з постачанням електрики у місті. До цього було надіслано кадри з Кам'янського, аби можна було візуалізувати проблему відсутності світла.

Також було використано записане знімальною групою відео місцевої жительки, яка показує, що окрім світла відсутня ще й вода. Взагалі використання синхронів у прямому включенні доповнює картинку та надає

більшої інформативності. Також під час включення було проговорено мої власні спостереження щодо ситуації в місті та було використано інтерактивну мапу повітряних тривог. Редакція телепроєкту була цілком та повністю задоволена проведеним увімкненням в ефір.



(Рис. 7 — включення у прямий ефір з приводу атаки РФ на Дніпропетровщину та висвітлення ситуації у місті Кам'янське)

Наступне, сьоме включення до прямого етеру знову було за темою атаки РФ на Дніпропетровщину. На цей раз під обстрілом було лише Кам'янське. Наша знімальна група після дозволів від ОВА на роботу поїхала на місце атаки, аби набрати матеріалів для створення сюжету. Після того, як ми набрали потрібну кількість кадрів та коментарів від людей, ми повернулися до Дніпра.

Вже по поверненню від редакції телепроєкту надішло завдання включитися до етеру та розповісти про наслідки атаки. Знову ж таки, потрібно було висвітлити загальну інформацію про атаку на Дніпропетровщину, уточнити по яким населеним пунктам здійснювався удар, розповісти про ситуацію на місці удару, надати статистику з приводу поранень та загибелі людей, ну і наголосити на інформації щодо пошкоджень та руйнувань після атаки армії РФ.

Включення знову ж проводилося з безпечного місця, адже тоді на Дніпропетровщині була оголошена повітряна тривога. Загалом було виконано

редакційне завдання від телепроєкту. Дивлячись на те, що ми вмикалися у місті Дніпро про ситуацію у Кам'янському, для візуалізації проблеми та наслідків було використано мої фотографії з місця атаки. Редакція «Суспільне.Студія» була цілком задоволена моїм включенням до ефіру.



(Рис. 8 — пряме включення з Дніпра про наслідки обстрілів Дніпропетровщини)

Наступне пряме включення було після російської атаки по Дніпру, а саме про влучання армії РФ у житловий будинок. Власне, наша знімальна група відправилася на місце інциденту, аби відзняти матеріал для подальшої публікації на телебаченні та в інших каналах поширення інформації. Тоді ж зі мною зв'язалась гостьова редакторка телепроєкту, аби поточнити час, на який ми можемо увімкнутися до ефіру.

Редакційним завданням було розповісти загальну інформацію щодо наслідків обстрілу, вказати на відомості щодо жертв російської атаки, надати офіційні данні від ОВА щодо руйнувань та пошкоджень інфраструктури. Всю інформацію, як і до цього я збирав із офіційних джерел а також передавав власні спостереження під час роботи на місці удару.

Особливістю цього включення до прямого ефіру було те, що центральна редакція Суспільного наголосила, що під час роботи кореспондента на місці атаки РФ, він та інші учасники знімальної групи повинні бути в засобах

захисту, як мінімум у бронезилетах. Таке рішення було прийняте після атаки росіян по Запоріжжю, коли армія РФ повторно вдарила в те ж місце, де на цей час працювали кореспонденти різних ЗМІ. Тож на цьому включенні мене можна спостерігати у бронезилеті. Загалом завдання редакції телепроєкту «Суспільне.Спротив» було цілком та повністю виконане, під час включення було застосовано попередньо відзняті мною на телефон відео, аби візуалізувати проблему та наслідки атаки армії РФ.



(Рис.9 — включення з місця російської ракетної атаки по Дніпру)

Останнім прямим включенням, яке входило до мого інформаційного продукту стало доєднання до прямого ефіру телепроєкту «Суспільне.Студія» з приводу обстрілів армією РФ Дніпропетровщини, а саме Нікопольського району. Варто зазначити, що таких включень проводиться доволі мало, адже для ЗМІ немає вільного в'їзду до району через безпечну ситуацію. Попередньо домовлятися про роботу у самому Нікополі чи громадах потрібно з ОВА.

Загалом знімальна група їхала до міста, аби зняти сюжет щодо наслідків нічних обстрілів по Нікополю. Як зазначалося раніше, про зйомки різних філій Суспільного команда телепроєкту може дізнатися через корпоративні таблиці тем. Тож за день до виїзду мені було запропоновано увімкнутися з міста, аби розповісти як про наслідки останнього обстрілу, так і про загалом ситуацію у районі.

Під час включення мною було розказано про наслідки останньої атаки РФ по житловому будинку, надана офіційна інформація від ОВА та Нікопольської РВА, надана статистика щодо кількості поранених та загиблих і надано уточнення з приводу пошкоджень та руйнувань. Також ведучими було поставлено додаткове запитання щодо настроїв місцевих жителів, і я, попередньо поспілкувавшись з місцевими, розповів про загальні думки жителів Нікополя щодо обстрілів їх міста. Для візуалізації наслідків атаки, мною було заздалегідь записане та відправлене до редакції телепроєкту добірка відео з місця удару. Саме включення відбувалося з безпечного місця, а саме модульного укриття, адже на час прямого ефіру у місті була загроза артилерійського обстрілу. Вся знімальна команда була екіпірована у захисне спорядження задля безпеки та уникнення надзвичайної ситуації. Після закінчення включення зі мною зв'язалась гостьова редакторка проєкту, та подякувала за цікаве та інформативне включення.



(Рис.10 — включення до прямого етеру з Нікополя про наслідки останніх обстрілів та загальну ситуацію в районі)

Отже, після огляду добірки включень до прямого етеру телепроєкту «Суспільне.Студія» можна стверджувати, що основною тематикою доєднань були наслідки атак РФ по Дніпру та області. Під час доєднань до етеру було

збережено всі журналістські стандарти та стандарти Суспільного мовника, виконано редакційні завдання та висвітлено удари російської армії по регіону. Кожне включення кореспондента до прямого етеру надало змогу розлого, інформативно, цікаво та з використанням різних візуальних елементів висвітлити злочини Російської Федерації проти мирного населення України. Також було проведено декілька включень по загальним темам, які також опосередковано пов'язані з воєнним станом у країні. Загальний хронометраж дев'яти включень оазом зі вступними та завершальними словами склала 35 хвилин та 46 секунд.

ВИСНОВКИ

1. Як висновок першого розділу, можна сказати, що використання інтерактивних елементів та форм матеріалів на телебаченні є доволі важливим чинником просування телеканалу, підняттям рівня його професіоналізму, допомагає залучати більшу кількість аудиторії до матеріалу, робить контент цікавішим.

Автори наукових робіт також виділяють й проблеми, з якими може стикнутися журналіст під час створення таких матеріалів, а саме потреба у глибокому знанні теми, над якою працює кореспондент, вміння використовувати сучасні прилади зв'язку та комунікації, аби під час роботи мінімізувати технічні питання. При цьому також зовнішні фактори, такі як відсутність зв'язку, проблема з передачею даних, технічні проблеми обладнання як передачі, так і прийому зображення чи звуку, чинники, які з'явилися після повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Всі ці аспекти повинні враховуватися, а кореспондент зобов'язаний бути готовим до проблем та в разі потреби адаптуватися до реалій.

Основною новизною роботи є застосування інтерактивних форм матеріалів під час повномасштабного вторгнення РФ на територію України. Нові виклики щодо нерозповсюдження загрозової для держави інформації, робота під час воєнного стану по всій території України, боротьба за популярність за допомогою використання різних каналів поширення матеріалів, все це освіжає класичні матеріали на телебаченні.

2. У другому розділі було розглянуто цільову аудиторію інтерактивних форм матеріалів, їх канали поширення та ресурси, які залучені для створення контенту. Дивлячись на різноманіття каналів поширення контенту у 21 столітті, було оглянуто дослідження декількох платформ поширення інтерактивних форм матеріалів, а саме телебачення та мережа інтернет, яка

включає в себе використання соц. мереж та різноманітних веб ресурсів. Якщо коротко, то на телебаченні панівною частиною аудиторії згідно досліджень є люди віком понад 50 років. Серед користувачів інтернету, найбільшим прошарком аудиторії є люди віком від 18 до 34 років. Автори досліджень та літератури пояснюють такі дані використанням різними віковими категоріями різних каналів поширення інформації, спираючись на довіру чи оперативність для інформації.

Щодо каналів поширення, то окрім класичної трансляції по телевізору, інтерактивні форми матеріалів також можна використовувати та публікувати через соціальні мережі, різні веб ресурси, новинневі сайти та відео хостинги. Використання великої кількості поширення матеріалу зумовлено тим, що у боротьбі за перегляди та високу конкурентність в плані оперативності, сучасні телеканали роблять ставку на Інтернет ресурси, які не прикріплені до часових обмежень.

Ресурси, які використовуються для створення інтерактивних матеріалів поділяються на два типи, а саме матеріальні та людські. Використання сучасного обладнання, створення ефективної команди, застосування новітніх засобів монтажу, все це повинно бути у медіа, аби їх контент був якісним. Також людські ресурси у вигляді працівників технічного забезпечення, кореспондентів, редакторів та режисерів, всі ці люди відповідають за створення, проведення та підвищення якості інтерактивних форм матеріалів.

Фінансові затрати складають в собі як прогнозовані так і непрогнозовані трати коштів, включаючи заробітну плату працівників, оплату підписок на різне програмне забезпечення, фінансування на підтримання роботи та модернізації технічного забезпечення. Все це потребує фінансових ресурсів.

3. У третьому розділі було розглянуто етапи створення інтерактивних форм матеріалів на регіональному телебаченні, на прикладі включення до

прямого етеру інформаційного проекту «Суспільне.Студія». Згідно досвіду роботи на телеканалі, ініціаторами включення є гостьові та випускові редактори проекту, які зв'язуються з кореспондентом, обговорюючи тему включення. Після цього журналіст починає займатися вивченням теми та збором необхідних даних. Перед самим включенням з кореспондентом зв'язується співробітник зв'язку та технічного відділу, аби отримати з передавача картинку та звук, перевірити якість з'єднання та підготувати кореспондента.

Потім власне відбувається включення, де кореспондент надає всю необхідну інформацію, дотримуючись журналістських стандартів, та стандартів Суспільного. Після завершення відбувається аналіз помилок у включенні разом із редакцією телепроєкту.

Щодо каналів поширення, то використовується як телебачення, так і різні веб ресурси та соц. мережі, аби там розповсюдити контент для різних прошарків аудиторії. За допомогою статистичних даних редакція може розуміти охоплення переглядів, а можливість коментарів під дописами, чи написання повідомлень в чат під час онлайн трансляції дає можливість розуміти аудиторію. Щодо рекомендацій, то у висновку можна сказати, що залучення більшої кількості інтерактивних форм матеріалів допоможе покращити контент, а якість таких матеріалів зможу збільшити довіру аудиторії до медіа.

4. У розділі, де представлено продукт, показано дев'ять матеріалів, а саме включень кореспондента до прямого етеру телепроєкту «Суспільне.Студія». Під час виконання роботи було враховано особливості створення та подачі контенту під час воєнного стану в Україні. Структурно це 9 відео включень кореспондента на різні теми, переважно воєнні, які включають в себе використання додаткових відео чи фото матеріалів, застосування інтерактивних мап. Суспільна значущість є такою, що за

допомогою включень до прямого етеру регіональна аудиторія може чітко та в режимі реального часу розуміти тему, візуалізувати проблеми та оперативно отримувати інформацію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мельник, Г. С. (2021). Нові медіа: трансформація комунікаційного простору. Київ: Видавничий дім "Києво-Могилянська академія"
2. Quinn, S. (2015). *Convergent Journalism: An Introduction*. Focal Press.
3. О. Рижко. (2021). "Інтерактивність як засіб підвищення ефективності телевізійних новин"
4. Волошин, П. В. (2023). Інтерактивні формати у телевізійних новинах: нові можливості для залучення аудиторії. *Наукові записки Інституту журналістики*, 25(2), 70-82.
5. Потятинник, Б. Г. (2018). Телебачення в епоху конвергенції.
6. Іванова, Н. П. (2021). Інтерактивні технології на регіональному телебаченні: досвід та перспективи.
7. Бондаренко, О. В. (2023). Інтерактивне телебачення як інструмент соціальної інтеграції в регіонах України. *Наукові записки Інституту журналістики*, 25(3), 85-98
8. Бондаренко, О. І. (2022). Прямі включення з використанням мобільних технологій: нові можливості для журналістів. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. Серія: Журналістика, 18, 35-42.
9. Мороз, О. В. (2020). Прямі включення з місця подій: особливості роботи журналіста в екстремальних умовах. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія: Журналістика, 12, 75-82.
10. Фещенко, Л. (2020). Інтерактивні технології в журналістиці: сучасні тенденції та перспективи розвитку. *Вісник Львівського університету*. Серія журналістика, 47, 120-128.

11. Кохан, І. В. (2019). Інтерактивні формати новин на регіональному телебаченні: досвід та перспективи. Наукові записки Інституту журналістики, 21(1), 50-58.
12. Коломієць, Н. М. (2022). Прямі включення як інструмент оперативного інформування на регіональному телебаченні. Наукові записки Інституту журналістики, 24(4), 105-118.
13. Тимошенко, О. С. (2021). Прямі включення в регіональних теленовинах: особливості жанру та професійні вимоги до журналістів. Вісник Львівського університету. Серія журналістика, 47, 135-148.
14. Васильєва, О. О. (2022). Інтерактивність як фактор підвищення ефективності регіональних телеканалів. Наукові записки Інституту журналістики, 24(3), 120-128.
15. Квіт, С. М. (2020). Інтерактивні формати новин на регіональному телебаченні: аналіз досвіду зарубіжних країн. Медіапростір, 12, 45-52.
16. Nielsen Television Audience Measurement (TAM) 2023
17. Factum Group Ukraine Digital 2023 report
18. Villi, M., & Heikkilä, H. (2018). Audience participation in regional television news: A study of user-generated content and its impact on audience engagement. *Journalism Practice*, 12(8), 986-1002.
19. Bergström, A., & Strömbäck, J. (2014). Local television news and audience participation: A study of the effects of user-generated content on news credibility and audience engagement. *Journalism Studies*, 15(6), 775-790.
20. Шевченко, В. О. (2021). Інтерактивні прямі включення: новий формат взаємодії з аудиторією. Медіальманах, 15, 55-62.

21. Коваленко, Ю. В. (2023). Мультиплатформеність як стратегія поширення інтерактивного контенту регіональних телеканалів. Наукові записки Інституту журналістики, 25(1), 120-135.
22. Мельничук, Д. О. (2022). Соціальні мережі як інструмент поширення інтерактивного контенту регіонального телебачення. Вісник Львівського університету. Серія журналістика, 48, 85-98.
23. Закон України «Про суспільні медіа України»
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1227-18#Text>
24. Deloitte. (2022). 2022 Global Marketing Trends.
25. Kioussis, S. (2002). Interactivity: A concept explication. *New media & society*, 4(3), 355-383.
26. Hermida, A. (2010). Twittering the news: The emergence of ambient journalism. *Journalism Practice*, 4(3), 297-308