

явища — презентації дійсності художніми засобами. Якщо документальне кіно робить це на ґрунті звернення до факту та події в їх об'єктивному значенні, то псевдодокументалістика зберігає форму документальної оповіді, проте реалізує в її формі цілковито художній зміст.

Окремим жанром документального кінематографу є *наукове та науково-популярне кіно*, яке стало потребою в екранній індустрії на зламі ХХ та ХХІ ст. Дослідники, котрі вивчають еволюцію цього жанру, вважають, що наукове кіно є своєрідним продовженням і різновидом документального, проте, на наше переконання, це є, скоріше, жанрове утворення, яке націлене на особливу увагу до відповідного тематичного напрямку. Учені часто розглядають науково-популярне кіно як окремий внутрішній піджанр документального кіно в цілому, або ще одного жанру — хронікального кіно. Проте нам здається більш правильною точка зору О. Венгринович, яка аналізує наукову документалістику як жанр «розумного» кінематографу, звертаючи увагу на поширеність та актуальність такого поняттєвого підходу.

Безумовно, украї важливим жанром документального кіно є *хронікальний жанр*. Кінохроніка не є винаходом ХХІ ст., це частина класичного репертуару кінематографу, який окремі дослідники взагалі схильні розглядати як історичну основу народження кіно. Зазначимо, що в Україні не випадково студія хронікально- документальних фільмів виникла саме на початку ХХІ ст., коли ідея оновлення хроніки та практика документування дійсності постали в усій складності й широті.

Таким чином, складність визначення документального та ігрового компоненту в контексті кінематографу, який прагне художніми засобами репрезентувати дійсність, є очевидною. Це стосується не лише вже визначених та охарактеризованих жанрів, а й явищ, які тільки заявляють про себе у видовій чи жанровій формах.

О. Городецька

ЗМІНА ЖАНРІВ ТА ФОРМАТІВ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ З ЛЮТОГО 2022 РОКУ ПО ЛЮТИЙ 2024 РОКУ

О. Horodetska

CHANGE OF GENRES AND FORMATS ON UKRAINIAN TELEVISION FROM FEBRUARY 2022 TO FEBRUARY 2024

Актуальність проблеми. Дослідження змін, що відбулися на українському телебаченні в період з лютого 2022 по лютий 2024 рр., є надзвичайно актуальним з кількох причин:

1. Цей період був означений повномасштабним вторгненням росії в Україну, що кардинально змінило інформаційний ландшафт країни. Війна поставила нові дослідницькі питання, пов'язані з впливом екстремальних ситуацій на медіаспоживання та змінами в медіаконтенті. Телебачення, як один з популярних і впливових засобів масової інформації, відіграло ключову роль у оперативному забезпеченні необхідною інформацією, а також у формуванні громадської думки та мобілізації суспільства.

Тому перша важлива причина: аналіз того, чому телебачення стало основним і надійним джерелом інформації, навіть поряд з великою конкуренцією анонімних телеграм-каналів, допоможе зрозуміти, як війна вплинула на українське ТБ.

2. Назріла потреба оцінити роль телебачення в суспільстві під час кризи і його конкурентність з новими медіа.

3. Зафіксувати рекомендації, що стануть у нагоді для подальшого професійного розвитку медіасектора в Україні.

Окреслимо рамки понять жанр та формат.

Жанр — це тип твору, якому притаманні певні ознаки. Наприклад, жанри поділяються на: інформаційні, аналітичні та художню документалістику.

Формат — це характеристика телепрограм з погляду медіаіндустрії. Наприклад: сюжет, включення, інтерв'ю.

Це дослідження має важливе значення як для науковців, котрі досліджують медіасферу, так і для практиків-медійників, адже спрямоване на створення більш якісного продукту.

Наукова новизна: дослідження цього періоду дозволить виявити нові тенденції в розвитку телебачення як медіа та зробити свій внесок у розвиток медіа наук.

Соціально-політична значимість роботи: телебачення є одним з традиційних засобів масової інформації, яке увібрало найкращі надбання різних культурних проявів, напрямів мистецтва та сучасних технологій. Тому дослідження його трансформації в умовах війни й кризи, уміння швидко переналаштуватись має велике значення для стабільності суспільства й вивчення інструментів впливу на формування громадських настроїв.

Практична значимість: результати дослідження можуть бути використані для розробки нових стратегій розвитку телебачення та інших медіа.

Об'єктом дослідження є трансформація жанрів та форматів під час війни й кризи. Причини домінування новинного контенту перед розважальним та освітнім. Це дозволяє провести глибокий аналіз трансформаційних процесів, що відбуваються в українському телебаченні.

Предмет дослідження — телемарафон «Єдині новини». Об'єднання всіх українських телекомпаній для роботи на одне державне медіа, зокрема приватних медіахолдингів “1+1 Медіа”, “Starlight media”, “Inter Media Group” та телеканалу «Рада», що належить Верховній Раді України.

З першого дня повномасштабного вторгнення в Україні створили єдиний інформаційний фронт. 24 лютого було прийнято рішення про об'єднання провідних українських телеканалів у спільний телемарафон. Спочатку він мав назву «UA разом», а з 1 березня 2024 р. — «Єдині новини». Цю назву зберігає і понині. Пряме влучання в телевежу в Києві, 1 березня 2024 р., показало, що противник планує посягти інформаційний хаос і лишити людей інформ-орієнтирів. Тому основний акцент було зроблено на одному з жанрів — інформаційному: оперативному інформуванні про ситуацію на фронті і наслідки влучання снарядів у тилу, гуманітарну допомогу та збори на потребу військових.

Змінився формат подачі новин: з'явилося більше прямих включень, інтерв'ю з військовими, експертами, а також репортажі з місць бойових дій.

Поступово серед суто інформаційних програм почали з'являтися проекти патріотичного спрямування, присвячені українській історії, культурі та традиціям. Популярності також набували документальні фільми про героїчну боротьбу українського народу. З'явилися нові телесеріали та фільми, які відбивали сучасні реалії України. Телепрем'єра найдорожчого блокбастера, художнього фільму,

зйомки якого почалися ще до «великої війни», «Олекса Довбуш», пройшла 24 серпня 2024 р. до Дня Незалежності України.

Значну роль відігравали соціальні проекти. Телеканали активно долучалися до збору коштів на потреби армії та переселенців. З'явився новий формат: публікація QR-коду на збір упродовж усього випуску новин.

Між новинами запустили соціальні проекти, спрямовані на підтримку психологічного здоров'я та морального духу населення (вправи для зняття напруження, інтерв'ю з відомими спортсменами, розповіді про успіхи українського спорту).

Одночасно кількість розважальних програм значно зменшилася, особливо гумористичних шоу. Закрилися тревел-шоу, кулінарні, пошук партнера для пари та ін.

Змінилось ставлення до гумору і навіть виникло кілька скандалів, наприклад, номер шоу «95 кварталу» «Дівчина сіськадовська».

Деякі розважальні програми були адаптовані до нових умов і набули соціального звучання. Відомий тревел-ведучий Дмитро Комаров адаптував свою програму. Медійник виїжджав з поліцією та ДСНС на ліквідацію руйнувань і розповідав про варварство ворога в Гостомелі та Бучі.

Але журналісти підняли тему цензури марафону «Єдині новини». Агенція «Детектор Медіа» проводила моніторинг і зафіксувала порушення стандартів достовірності та точності — гості й ведучі робили припущення, які видавали за факти, або посилались на авторів у соцмережах, а не на офіційні джерела. Було зафіксовано відокремлення фактів від думок у висвітленні питань безпеки України (Інтерв'ю Арахаміі і Подоляка, аналіз ДМ від 1 квітня 2022 року).

Війна змінила форму споживання телеконтенту. Люди здебільшого дивились новини в смартфонах, тому відбулось зростання популярності онлайн-платформ, які дозволяли переглядати телебачення на різних зручних пристроях у польових умовах.

Потреба розміщення на онлайн-платформах змінила довгі формати телебачення на короткі. Активно поширився такий формат новин на ЮТубі як shorts — інформаційні відеоповідомлення хронометражем 59 сек.

Активізація телеканалів у соцмережах, потреба просування контенту збільшила взаємодію з аудиторією й дозволила глядачам швидко надавати зворотній зв'язок, публікуючи коментарі під матеріалами.

Висновки. Проведений аналіз контенту українського телебачення в період з березня 2022 по березень 2024 рр. дозволяє отримати такі результати:

1. Інформаційна складова стала домінуючою. Телебачення перетворилося на головне джерело інформації про війну для більшості українців.
2. Змінився формат подачі інформації. Новини стали більш динамічними, емоційними та наближеними до глядача.
3. Змінилось ставлення до розважальних шоу і до гумору.
4. Патріотизм став головною ідеєю. Українське телебачення об'єднало націю навколо ідеї захисту держави.
5. Посилилась соціальна відповідальність. Телеканали стали активно долучалися до вирішення проблем, спричинених війною.
6. Потреба контролю якості теппродукту залишається актуальною. Журналісти прагнуть дотримувати стандартів якості, навіть за необхідності «гайпувати» на заголовках у соцмережах.

Отже, війна в Україні стала складним викликом для українського телебачення. Припущення про те, що телебачення не надто сучасне і поволі помирає, виявились передчасними. Телеканали змогли адаптуватися до нових умов і відіграли важливу роль у консолідації українського суспільства.

Зміни, які відбулися на українському телебаченні, свідчать про його здатність швидко реагувати на виклики часу і виконувати свою соціальну місію. Активне представництво всіх телеканалів у соцмережах допомагає традиційним медіа конкурувати з новими анонімними каналами, але потребує постійного контролю відповідності журналістським стандартам.

Воєнний час вимагає концентрації зусиль у створенні інформаційного контенту, але поступово телеканали відновлюють власні етери.

У майбутньому можна очікувати подальшого розвитку онлайн-платформ. І телебачення, як перевірене медіа, з високим ступенем довіри лише збільшить кількість якісного українського контенту, а також посилить свою роль як інструмент інформування та освіти.

Х. Хлань

ПРОБЛЕМА УНОРМУВАННЯ НЕНОРМАТИВНОЇ ЛЕКСИКИ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ

K. Khlan

THE ISSUE OF STANDARDIZING NON-NORMATIVE VOCABULARY ON TELEVISION

Телебачення залишається однією з найвпливовіших платформ масової комунікації. Воно формує громадську думку, є потужним інструментом у формуванні мовних стандартів для широкої аудиторії. Нині ми можемо спостерігати як збільшилося використання ненормативної лексики в телевізійних програмах різних жанрів, що дає привід задуматися про її вплив на суспільство.

Мета розвідки — дослідити, яким чином і з якою метою використовується ненормативна лексика на телебаченні, в яких форматах її найбільше, як аудиторія реагує на використання ненормативної мови, як це впливає на формування мовних норм у суспільстві.

Ненормативна лексика на українському телебаченні найбільше використовується в ток-шоу та розважальних програмах, також нерідко її можна зустріти в серіалах комедійного жанру. Причиною такого поширення є прагнення телевізійних каналів залучити молодіжну аудиторію, яка менш критично ставиться до таких висловлювань, переймає західні зразки мовної поведінки, де ненормативна лексика часто сприймається як засіб вираження емоцій. У новинах подібні звороти майже не використовувалися, за винятком окремих молодіжних чи гумористичних форматів.

Проте після 24 лютого 2022 р. все більше ведучих новинних і аналітичних програм вдаються до таких сміливих мовних рішень, нібито демонструючи українському суспільству унормованість подібної абсцентної лексики. Війна надала поштовх до вираження своїх емоцій, від злості до страху, від відчаю до рішучості. Ненормативна лексика стала багатоцільовим «інструментом» в цьому контексті, який може морально підтримувати своїх та нищити чужинців, причому не тільки висловлюючи ненависть, а й через зневагу та висміювання.