

Мордюк А.О.

## Апгрейд теленовин, або нова подача інформаційної програми в Україні

Мордюк Аліна Олександрівна, аспірантка Інституту журналістики  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна

**Анотація.** Основною метою статті є дослідити, що змінилося у подачі та оформленні матеріалів інформаційних програм загальнонаціональних українських телеканалів за останні п'ятнадцять років; з'ясувати, які причини цих змін; виявити найхарактерніший для сучасного українського новинного простору тип інформаційної програми.

**Ключові слова:** *новини, апгрейд, суб'єктивність, спецефекти, конвергентність*

Якщо подивитися дві програми новин, а саме: інформаційну телепередачу п'ятнадцятирічної давнини і новинний випуск "останньої свіжості", можна дійти висновку, що це дві різні програми. Попри те, що новини – це найбільш традиційна форма телемовлення, а отже, вони є, були і будуть, їхнє змістове наповнення і зовнішнє оформлення усе одно зазнають змін. "Новинні програми – своєрідний інформаційний епіцентр телебачення, – писав про них дослідник теленовин Недопитанський М.І., – їхнє виробництво постійно вдосконалюється, мета новинного процесу – здобуття високого рейтингу, тобто залучення якомога ширшої аудиторії. Досягнення такої мети можливе завдяки вдосконаленню технологій інформаційного виробництва". [10] "Теленовини – це певна, обмежена в часі, структурна єдність, у якій форма поєднується зі змістом лише інформативним та тематичним зв'язком, результатом якого є візуальне і вербальне сприйняття окремих творів на телеекрані як елементів цілого", – зазначає В.В. Гоян. [4, с. 23]. Вони мають регулярні та зазвичай фіксовані випуски у програмній сітці мовлення телеканалу і, на відміну від проектів, які закінчуються, виходять в ефір на постійній основі.

Інформаційне мовлення в Україні розпочалося з першим випуском новин у лютому 1956 року, коли в ефір уперше вийшла програма "Останні вісті". Який вигляд тоді мала інформаційна програма, зазначає у спогадах дослідниця телебачення Тамара Щербатюк, з 1988 року автор і постійна телеведуча програми "Надвечір'я" на "Першому національному": "Тоді диктор просто зачитував новини. Відеоряд з'явився лише через три роки. Програма новин називалася "Телевізійний кіножурнал". Звісно, поява таких передач пов'язана з розвитком професії тележурналіста". [18]

У першу половину 90-х років "спостерігалися перебудовні зміни в інформаційному телемовленні, а саме: реорганізація програм, включаючи такий важливий аспект, як перехід від дикторського до журналістського (авторського) телебачення; створення програм нового типу з новими візуально-вербальними характеристиками", – зазначає В.В. Гоян. У 90-ті роки інформаційні програми об'єднувала ідея незалежності та національної атрибутики. [5] Дослідниця українського телебачення дала повну типологічну характеристику інформаційної програми з 1991 по 1996 роки. З того часу змінилося і оформлення студії, і позиціонування диктора, і стиль написання тексту, і відеоряд. З кінця 90-х до сьогодні у програмі відбувся ще цілий ряд змін, які автор цієї статті зробить спробу окреслити у матеріалі. Якщо на початку 90-х у ЗМІ активно обговорювалися теми свободи слова та інформації, політичне та економічне життя, то зараз новинні про-

грами стали збільшувати сегмент розважальної інформації та "страшилок". Але і це вже не змушує глядача дивитися новини. У статті проаналізовано, до яких ще оновлень (так званих "апгрейдів", від англ. "upgrade" – "модернізувати", "удосконалювати") вдаються редакції новин, щоб утриматися у лідерах загальнонаціональних телевізійних рейтингів.

Теоретичною базою при написанні статті стали праці В.В. Гоян [4; 5; 6], Т. Федорів [15], Г.Г. Почепцова [12;13]. Історичні, функціональні та методологічні аспекти розвитку інформаційного телебачення досліджували М.В. Бурмака, Е.Г.Багіров, В.В. Ворошилов, В.М. Гвоздєв, О.Я. Гоян, В.Ф. Іванов, І.Г. Мащенко, В.Я. Миронченко, А.З. Москаленко, Є.П. Прохоров, В.В. Різун, О.В. Чекмишев, В.І. Шкляр, Т. Щербатюк, Е.Г.Багіров. Про взаємовплив і взаємозалежність програм теленовин і їхньої аудиторії написали монографії Л.В. Матвєєва, Т.Я. Анікєєва, Ю.В. Мочалова, В.Л. Цвік. Джерелами фактів для матеріалу стали новинні телепередачі, які виходять на трьох загальнонаціональних телеканалах: випуски "Репортера" та "Абзац!" на "Новому каналі", а також "Вікна-Новини" на "СТБ" і "ТСН" на "1+1".

Необхідними методами для реалізації дослідження стали такі: порівняльно-історичний, методи моніторингу, аналізу та інтерв'ю. Метою статті є за допомогою цих методів окреслити нову форму подачі новин на загальнонаціональних телеканалах і, таким чином, виявити характерний для сучасного інформаційного простору України тип інформаційної програми.

Порівняно з попередніми роками сьогоднішні новини загальнонаціональних телеканалів є здебільшого яскравим і насиченим продуктом [10]. Як змінилося бачення інформаційних випусків на загальнонаціональних телеканалах за останні десять років, можна простежити на прикладі "Нового каналу", що розпочав мовлення 1998 року. Якщо взяти ВМЗ за 1999 рік (тобто короткі форми новинних повідомлень, які ще називають «начитками» ведучого у студії), які видавалися в ефір у новоствореній тоді програмі "Репортер" і подивитися на форму їхньої подачі, можна побачити, що вона була офіційною, інформативною та безособовою. Як приклад, далі наведено текст ведучого за 13 грудня 1999 року: "Учора ввечері урочистим нагородженням завершився конкурс "Студент Києва – 99". Найкращих студентів визначали за чотирма номінаціями: суспільні, природничі і технічні науки, а також "Мистецтво і культура". Участь у конкурсі цього року брали 950 студентів з тридцяти семи столичних закладів. Лише двадцятєро з них вийшли до останнього туру конкурсу, в якому захищали фахове завдання. За результатами фіналу визначено чотирьох

переможців...” Цей стиль був характерний для новин 90-х та початку 2000-х років. 2010-го року у ВМЗ програми «Репортер» можна прослідкувати уже більше емоційно забарвлених слів та навіть простежити звернення безпосередньо до аудиторії, що може свідчити про перехід до формату “Інфотейнмент”, який був популярний останні 10 років і досі є поширеним форматом не лише у шоу, а й у новинах: “Модниці, тримайтеся за стільці! Неперевершені вбрання виставили у столичній галереї. Щоправда, усі вони – крихітні, а їх власниці – ляльки. Виставка має назву “В ательє у Музи”. Там – двадцять ляльок, усі вбрані у стилі арт-деко. У вишуканих сукнях, екстравагантних капелюшках і взутті на підборах. Шість “най-най” незабаром поїдуть до Москви боротися за титул найкрасивішої” (новина від 7 жовтня 2010 року). ВМЗ, які пишуть на Новому каналі зараз, ще більше емоційні, а лексика може бути розмовною: “Сотні людей у Чикаго зібралися разом, щоб відгамселити один одного подушками. Весела бійка захопила усіх: чоловіків та жінок, підлітків та геть маленьких дітлахів” (новина від 8.04.2013 р.). “У Німеччині – погоня за злою черепахою, яка покусала 8-річного хлопчика. За її голову призначили винагороду – тисячу євро. Історія така. В одному з Баварських озер хтось завелася величезна черепаха... Усе було добре, поки тварина не хапнула за ногу дитину. Тоді місцеві чиновники вирішили – годі! Викликали з відпусток пожежників і відрядили їх на пошуки хуліганки” (новина від 13 серпня 2013 р.). Та якщо у ВМЗ ще дотримуються принципу безособовості, то у сюжетах програми «Абзац!», що виникла після реформатування програми «Репортер» до дайджесту, журналіст взагалі має право писати від свого імені (“зараз я перевірю”, “я шокований”), бути суб’єктивним і вживати такі фрази, як “те, що мені хоче впарити виробник”, “банальщина”, “лупить по гаманцеві”, “закіс під натуральність”. Зрештою, після апгрейду розважальністю у деяких програмах, зокрема, в “Абзаці!” на “Новому каналі” журналісти мають право упереміш з інформацією видавати свої “рефлексії на тему”: “мені стало цікаво провести експеримент”, “ось такий-от сміливий хлопець”, “мене це, звісно, не спинило”. Стає очевидним, наскільки кардинально змінилася подача інформації. Ще десять років тому вислови “від себе і про себе”, сленг і простонародні слова було заборонено до вживання в ефірі, проте зараз можна простежити наближення мовлення медійників до максимально неформального, яким послуговуються пересічні українці. На думку автора статті, редакції інформаційних програм роблять це для того, щоб стати ближчими до глядачів.

Відхід від серйозної манери мовлення простежується не лише у текстах та вільній інтонації начитки. Також її різним чином підкреслюють спецефектами, зміною кольорів зображення під час монтажу та музичним супроводом. Такі зміни простежуються не лише в розважально-інформаційній програмі “Абзац!” на “Новому каналі”, а й у класичних новинах на “1+1” та “СТБ”. У програмі “Абзац!” протягом сюжету журналісти постійно перебувають у кадрі – або самі, або зі співрозмовником. Про персоніфікацію новин як загальноновизнану тенденцію на сучасному телебаченні неодноразово говорили українські дослідники телеба-

чення. [10] Утім, зараз ця тенденція набуває нового звучання, адже журналіст не лише з’являється у кадрі під час стендапу, а й перебуває у ньому перманентно. За рік після існування такого принципу у програмі “Абзац!”, його прийняли до уваги також телеканали “1+1” (“ТСН”) та “СТБ” (“Вікна-Новини”) з єдиною різницею: станом на 10 листопада 2014 року на цих каналах стилісти не одягають журналістів, гримери не накладають грим, натомість в “Абзаці!” це правило є обов’язковим до виконання, адже за сучасними стандартами “картинка” у новинних програмах після так званого апгрейду має бути ідеальною.

Чому в інформаційних програмах відбуваються такі помітні зміни? Дослідники вказують на те, що причина може бути в орієнтації на сучасну аудиторію [2, с. 83]. Теперішні глядачі стали перебірливими. Якщо раніше до того, що “сказали по телевізору”, прислухалася уся країна, з появою кабельного, супутникового та Інтернет-телебачення глядачеві вже замало просто отримувати інформацію і навіть розважальну. Тому за інфотейнментом з’явилося нове поняття: едютейнмент. “Комерціалізація телебачення спричинила витіснення освітньої функції коштом розважальної. Водночас дослідницьке відчуття закону “криз у культурі” спонукає науковців та медійних працівників пропонувати альтернативні форми подання інформації, які втілюються в едютейнменті – освіті через розважання”, – пише дослідниця телебачення В.В. Бабенко [1, с. 173]. В українському інформаційному мовленні едютейнмент проявляється через популярність побутових розслідувань, де глядачеві ледь не у формі майстер-класу розповідають, скільки соди покласти у сік, щоб перевірити його на справжність, як вивести нітрати з петрушки чи як самому зшити новорічну іграшку. У такому форматі люди вже не просто розважаються, а ще й чомусь навчаються.

Актуальним на сьогодні є й поняття “вузькомовлення”, яке означає, що телепослуги стають орієнтованими на специфічні інтереси. Кожен телеканал займає свою нішу та орієнтується на свою аудиторію. “ICTV”, наприклад, має переважно зрілу чоловічу аудиторію, “СТБ” – жіночу, а “Новий канал” – молодь. Телеканали орієнтуються на інтереси своїх глядачів (отже, маємо ситуацію, коли не глядач “підтягується” до журналіста, а журналіст підлаштовується під пересічного глядача, тим самим не сприяючи інтелектуальному розвитку останнього). По суті, інформаційний потік настільки великий, що глядач може і не згадати, що саме він нещодавно дивився, але важливо, щоб людина продивилася випуск до кінця і не перемкнула на інший канал. [13] Автор книги про сучасні новини Де Боттон вважає, що інформаційні потоки надто великі і перевищують наші можливості по визначенню важливості новин [13; 19] Редакції застосовують усі можливі прийоми, щоби привернути увагу аудиторії якщо не через зміст, то через форму. При цьому редактори враховують, що люди, які виростили в епоху Інтернету, мають принципово інше мислення: телебачення, кіно, театри здаються їм повільними. “Нове покоління” звикло до стислішої форми подачі будь-якого матеріалу, до кліпової форми подачі – яскравої, ємної і стислої. На телебаченні такі підлаштування під потреби молоді проявляється у швидкій

зміні планів, кожен з яких змінюється кожні одну-дві секунди, у той час, як 10-15 років тому один план в середньому займав 2-4 секунди.

Ще одна зміна, яку диктує інформаційній програмі аудиторія – це вимога бути мобільним і технічно підкованим. По-перше, йдеться про використання телеканалами ресурсу “YouTube” як джерела відеоповідомлень, а також соціальних мереж. Тексти в новини часто написано за відео чи коментарями із соціальних та відеоплатформ. Таке практикують на телеканалах “1+1”, “5 канал”, “Новому каналі”, “СТБ”, рідше “ICTV” та “Інтері”. У той же час, поруч з використанням неякісного, але оперативного відео з Інтернету, загальнонаціональні телеканали перейшли на якісне цифрове мовлення і постійно удосконалюють систему трансляції. Зокрема, на “Новому каналі” 2014 року було впроваджено нормалізацію гучності, за якої більшість контенту автоматично приводиться до єдиного рівня гучності ще на сервері, перебуваючи у вигляді файлів. Наприклад, при переході на рекламу тепер нема перепадів звуку. Система має ряд переваг, дозволяє проводити технічний контроль матеріалів автоматично. Якщо раніше за монітором сидів спеціаліст і віддивлявся матеріал від початку до кінця, тепер система сама знаходить ті чи інші проблеми у файлах й інформує про них.

Інший аспект технічної підкованості полягає в умінні журналістів користуватися найновішим обладнанням, застосовуючи його в роботі під час прямих ефірів, а також у сюжетах новинних та інформаційно-розважальних програм. Іншими словами, журналіст новин – це конвергентний журналіст. За Новим тлумачним словником української мови, конвергентність – це “наявність в неспоріднених організамах подібних ознак, що виникають унаслідок пристосування цих організацій до однакових умов життя; збіг ознак, властивостей у явищах, між собою не пов’язаних”. [11, с. 308] У телевізійному світі конвергентність означає, що кореспондент може працювати одночасно на усі види мас-медіа і створювати тексти і для радіо, і для газет, і для телебачення. Журналіст з’являється у кадрі з гаджетами і зчитує з них інформацію, фотографує щось на новітні пристрої або знімає відео, і все це потім використовує у своєму матеріалі. Змінюється і професійна техніка, з якою працюють журналісти. Відеокамери пишуть на цифрові носії, касети SX змінили на диски XD Cam або картки. Хоменко О. вважає, що передумовами конвергентної журналістики стали занепад “старих медіа” (традиційні газети, радіо, журнали, ТБ) поява нових каналів комунікації (цифрові телефони), Інтернет (веб-сторінки, пошта,

блоги); поява нових медіа (Інтернет-ЗМІ, цифрове мовлення, створення персоналізованого контенту); зменшення вимог до якості відео; інтерактивність (статистика відвідуваності сайтів певних телеканалів та коментарі на цих сайтах дають краще зрозуміти, чого хочуть люди і залучати їх до створення контенту). [17] Наявність власних сторінок у соціальних мережах та онлайн-платформи програми теленовин є ще одним апгрейдом порівняно з можливостями кінця 90-х. Кореспондент “Бі-Бі-Сі” Майк Вулдрідж згадує, як брав інтерв’ю за посередництвом Інтернет-форуму у Далай Лами і пересилав його через комп’ютер у студію свого телеканалу. Цей епізод, на нашу думку, яскраво характеризує зміни, що відбуваються останнім часом з телевізійними технологіями: “Далай Лама вдягнувся у своє червоно-коричневе з жовтим убрання і підійшов до ноутбука, який ми поставили на стіл. Ми були в його штаб-квартирі у вигнанні біля підніжжя Гімалаїв на півночі Індії. Ми були в прямому ефірі на “Бі-Бі-Сі ньюз онлайн”. Для мене це було так само незвично, як і для нього. Люди відправляли електронною поштою питання з усього світу. Я надав Далай Ламі можливість вибирати, завдяки обладнанню ми робили це першими в Індії, люди могли чути і бачити, які він їм відповідає. Минає певний час, поки слова і картинки дійдуть до Лондона, а потім на монітор комп’ютера, тож він міг бачити останні епізоди розмови на ноутбуку. Він засміявся характерним для нього нестримним сміхом. Заразливий ентузіазм Далай Лами, викликаний нашим новітнім приладдям, змусив мене задуматись над тим, як сильно змінилася наша робота”. [2, с. 422].

Отже, за останні 15 років вигляд української інформаційної телепрограми зазнав апгрейду: новини прикрасили спецефектами і музикою, додали кліпового монтажу, емоційності у тексти, практичних експериментів та реkvізиту у стендапи. Обладнання, з якого щодня транслюють програми, стало якіснішим, з’явилися цілі віртуальні студії, утім на якості контенту це в основному не позначилося. Дещо змінилася тематика (культурна тематика практично не потрапляє до верстки новин), та власне подача інформації змінилася від офіційно-ділової ближче до розмовної. Поряд з класичним інформаційним та рідкісним як на сьогодні інформаційно-аналітичним мовленням, сьогодні розважально-інформаційне телебачення є найпоширенішим типом інформаційної програми в Україні. За таких умов журналістам важливо розуміти, що як би не хотілося розважити глядача, але форма все одно не може переважати над змістом.

#### ЛІТЕРАТУРА (REFERENCES TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

1. Бабенко В.В. Комунікативна відповідальність телебачення: естетика розважальності // Теле- та радіожурналістика. – 2012. – Вип. 11. – С. 173.
2. Бойд Ендрю. Ефірна журналістика: Технології виробництва ефірних новин. – К., 2007. – 429 с.

Boyd Endryu. Efirna zhurnalistika: Tehnologiji virobnitstva efirnyh novyn [The broadcasting journalism: the news editing technology]. – K., 2007. – 429 s.

3. Гвоздев В.М. Трансформації ЗМІ та медіа аудиторії в умовах глобалізації // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В.В. Різуна ; КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2012. – Т. 47. – Квітень-Червень. – 192 с. – С. 38

Gvozdev V.M. Transformatsiyi ZMI ta media auditoriyi v umovah globalizatsiyi [Mas-media's and audience's transformations in the conditions of globalization]// Naukovi zapiski

- Institutu zhurnalistiki : naukoviy zbirnyk / za red. V.V. Rizuna ; KNU imeni Tarasa Shevchenka. – K., 2012. – T. 47. – Kvitent-Cherven. – 192 s. – S. 38
4. Гоян В.В. Типові та жанрові особливості інформаційної телепрограми, – К.: 2001. – 65 с.  
Goyan V.V. *Tipovi ta zhanrovi osoblivosti informatsiynoyii teleprogramy [Typical and genres' features of the news]*. – K.: 2001. – 65 s.
5. Гоян В.В. Інформаційна телевізійна програма: типологічна характеристика, параметри діяльності журналіста: автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / В.В. Гоян ; Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – К., 1999. – 23 с.  
Goyan V.V. *Informatsiyna televiziynna programa: typologichna harakterystyka, parametry diyalnosti zhurnalista [The news: the typological characteristics and parameters of journalistic job]: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk : 10.01.08 / V.V. Goyan ; Kyiv. nats. un-t imeni Tarasa Shevchenka.* – K., 1999. – 23 s.
6. Гоян В.В. Телебачення як вид журналістської творчості: візуально-вербальні компоненти екранної комунікації : автореф. дис. д. н. із соц. ком.: 27.00.01 / В.В. Гоян. – К., 2012. – 36 с.  
Goyan V.V. *Telebachennya yak vid zhurnalistykoyi tvorchosti: vizualno-verbalni komponenty ekrannoyi komunikatsiyi [TV as a type of creative journalism: visual and verbal components of TV communication]: avtoref. dis ... d-ra nauk iz sotsialnih komunikatsiy: 27.00.01 / V.V. Goyan.* – Kyiv : B.v., 2012. – 36 s.
7. Дацюк С. Современное новостное производство. – К. : Искусство, 2000. – 83 с.  
Datsyuk S. *Sovremennoe novostnoe proizvodstvo [The production of modern news]*. – K. : Iskusstvo, 2000. – 83 s.
8. Иванов В.Ф. Ознаки і риси мас-медіа // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В.В. Різуна ; КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2010. – Т. 40. – Липень-вересень. – С. 45  
Ivanov V.F. *Oznakiy rysy mas-media [The features of mas-media] // Naukovi zapiski Institutu zhurnalistiki : naukoviy zbirnyk / za red. V.V. Rizuna ; KNU imeni Tarasa Shevchenka.* – K., 2010. – T. 40. – *Lypen-Veresen.* – S. 45
9. Иванов В. Основные теории массовой коммуникации и журналистики : Навчальний посібник / За науковою редакцією В.В. Різуна. – К. : Центр Вільної Преси, 2010. – 258 с.  
Ivanov V. *Osnovni teoriiy masovoyi komunikatsiyi i zhurnalistiki [The main theories of mas-communication and journalism] : Navchalniy posibnik / Za naukovoyu redaksiyu V.V. Rizuna.* – K. : Tsentr Vliynoyi Presy, 2010. – 258 s.
10. Недопитанський М. Технологія теленовін / М. Недопитанський // Електронна бібліотека Інституту журналістики. – 2006. [Е-ресурс]. Дата доступу: 05.11.2014.  
Nedopitanskiy M. *Tehnologiya telenovin [The news technology] / M. Nedopitanskiy // Elektronna biblioteka Institutu zhurnalistiki.* – 2006. – [Online]  
<http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1459>
11. Новый тлумачний словник української мови у 4 т. / Уклад. В. Яременко, О. Сліпущко. – К.: «Аконіт», 1998. – Т. 4. – С. 500.  
Noviy tлумachniy slovnik ukrayinskoyi movi u 4 t. [The new explanatory dictionary of Ukrainian language] / Uklad. V. Yaremenko, O. Sllpushko. – K.: «AkonIt», 1998. – T. 4. – S. 500.
12. Почепцов Г. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks : медіа комунікації. – К.: Спадщина, 2012. – 464 с.  
Pocheptsov G. *Vid Facebook'y i glamuru do Wikileaks : media komunikatsiyi [from the facebook and glamour to Wikileaks: media communication]*. – K.: Spadschina, 2012. – 464 s.
13. Почепцов Г. Новое в теории журналистики: Аллен де Боттон о роли новостей в современном мире / Почепцов Г. // Media Sapiens. – 2014. [Е-ресурс]  
Pocheptsov G. *Novoe v teorii zhurnalistiki: Alen de Botton o roli novostey v sovremennom mire [The new in the theory of journalism: Allen de Botton about the news role in the modern society] / Pocheptsov G. // Media Sapiens.* – 2014. – [Online]  
[http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/novoe\\_v\\_teorii\\_zhurnalistiki\\_alen\\_de\\_botton\\_o\\_rol\\_i\\_novostey\\_v\\_sovremenno\\_m\\_mire/](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/novoe_v_teorii_zhurnalistiki_alen_de_botton_o_rol_i_novostey_v_sovremenno_m_mire/)
14. Різун В.В. Основы журналистики у відповідях та заувагах / Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – К., 2004. – 80 с.  
Rizun V.V. *Osnovi zhurnalistiki u vidpovidyah ta zauvagah [The background of journalism in the replies and remarks] / Kyiv. nats. un-t imeni Tarasa Shevchenka.* – K., 2004. – 80 s.
15. Федорів Т. Організація праці в редакції теленовін : 36 пр. наук. - дослід. центру періодики. – 2003. – Вип. 11. – С. 511 – 519.  
Fedoriv T. *Organizatsiya pratsi v redaksiyi telenovin [The roles distribution in the news room]: Zb. pr. nauk. doslid. tsentru periodiki.* – 2003. – Vip. 11. – S. 511 – 519.
16. Хейс Кит. Практическое пособие телерепортера: как завоевать симпатии зрителей // Телекритика. – 29.05.2002. [Е-ресурс] Дата доступу: 25.03.2014.  
Heys Kit. *Prakticheskoe posobie telereportera: kak zavoevat simpatii zriteley [The reporter's practical guide: How to win the sympathy of audience] // Telekritika.* – 29.05.2002. [Online]  
<http://www.telekritika.ua/media-rinok/media-svit/2002-05-29/200>
17. Хоменко О. Конвергентна журналістика : що це таке? / О. Хоменко // Редакторський портал. – [Е-ресурс]: <http://www.redactor.in.ua/internet/272.html>  
Homenko O. *Konvergentna zhurnalistyka : scho tse take? [The convergence journalism: what is that?] [Elektronniy resurs] / O. Homenko // Redaktorskiy portal.* – Rezhim dostupu: <http://www.redactor.in.ua/internet/272.html>. – 28.05.2010.
18. Щербатюк Т. В. Украинское телевидение как тип республиканской телевизионной программы. Формирование и современные тенденции развития: Автореф. дисс. ...к. филол. н. – К., 1982. – 23 с.  
Scherbatyuk T.V. *Ukrainskoe televidenie kak tip respublikanskoy televizionnoy programmy. Formirovanie i sovremennyye tendentsii razvitiya: [Ukrainian TV as a type of republican TV program] Avtoref. diss. ...k. filol. n.* – K., 1982. – 23 s.
19. Botton de A. The news: a user's manual. — New York, 2014.  
Botton de A. *The news: a user's manual.* — New York, 2014.

**Mordiuk A. The TV news upgrade, or The brand new way of presenting the informational program in Ukraine” Abstract.** The main purpose of the article is to investigate the changes, which have been occurred in the presenting and appearance of the news programs for the last fifteen years. It's also important to find out the causes of these changes and to mark out which type of informational program is now the most appropriate for Ukraine.

**Keywords:** news, upgrade, subjectivity, special effects, convergence

**Мордюк А.О. Апгрейд теленовостей, или Новая подача информационной программы в Украине**

**Аннотация.** Основной целью статьи является исследование изменений в подаче и оформлении материала информационных программ общенациональных украинских телеканалов за последние пятнадцать лет; выяснение причин этих изменений и выявление самого распространенного типа информационной программы в современном новостном пространстве Украины.

**Ключевые слова:** новости, апгрейд, субъективность, спецэффекты, конвергентность