

**А. І. Тернова**

кандидат філологічних наук  
доцент кафедри журналістики  
e-mail: [alla.ternova2008@gmail.com](mailto:alla.ternova2008@gmail.com), ORCID: 0000-0002-7084-0553  
Запорізький національний університет  
вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Україна, 69600

**М. І. Ливада**

e-mail: [m.lyvada@gmail.com](mailto:m.lyvada@gmail.com), ORCID: 0009-0002-6549-9044  
Запорізький національний університет  
вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Україна, 69600

## ТРАНСФОРМАЦІЯ ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ВИРОБНИЦТВА ПІД ЧАС НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ В УКРАЇНІ: РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ

**Мета дослідження** – схарактеризувати зміни в підготовці й поданні в ефір новинного аудіовізуального продукту українськими телевізійними мовниками, зокрема технології, які стали ключовими в забезпеченні прямих ефірів, включень «наживо», зворотного зв'язку з аудиторією тощо під час надзвичайних подій у країні, а саме Covid-19.

**Методологія дослідження.** Для з'ясування змін у медіавиробництві та ефірному мовленні був застосований метод опитування. Його результати, шляхом методу порівняння і систематизації, були інтерпретовані у вигляді таблиць, діаграм. Описовий метод використано під час викладу результатів дослідження.

**Результати.** Аналіз наукової літератури дав змогу виокремити три основних етапи виробництва медіаконтенту та структурувати теоретичні знання з організації діяльності телемовників в українському інформаційному просторі. Розглянуто, як виклики сьогодення – надзвичайні ситуації в Україні – вплинули на технологію створення новинного медіаконтенту і які зміни стали необхідними в системі передавання мультимедійного контенту. Запропоновані результати опитування наочно демонструють, як телемовники обирали прийнятні шляхи для організації виробництва новин у складні періоди країни й наскільки інновації у сфері телекомунікацій, цифрових технологій, супутникового зв'язку та нових технологій оброблення інформації сприяли регулярному мовленню.

**Новизна.** У період надзвичайних ситуацій (пандемія Covid-19, повномасштабне вторгнення РФ в Україну) новинний контент є вкрай важливим для користувачів. Оперативність донесення інформації є викликом для телемовників, оскільки аудіовізуальний контент тепер складніше створювати через низку обставин. І хоча завдяки інформаційним технологіям система збирання і поширення новин стала простішою, постало питання їх форми і змісту та якості інформаційних послуг для задоволення потреб різних читацьких і глядацьких аудиторій. Тож трансформаційні зміни в телевиробництві стали цікавим досвідом для вивчення.

**Практичне значення.** Результати дослідження можуть бути використані в процесі вивчення курсів з питань комунікації, роботи новинних редакцій на телебаченні, медіавиробництва і технологій створення аудіовізуального продукту, а також медійниками-практиками в питаннях взаємодії з аудиторією.

**Ключові слова:** медіавиробництво, новинний контент, ньюзрум, прямий ефір, медіареальність, аудиторія, телевізійний мовник.

### I. Вступ

Телевізійне виробництво аудіовізуального продукту є складним і багатовекторним процесом. Створення матеріалів для ефірного показу передбачає кількаетапний продакшн, трансляція (передача в ефір для показу) має свої технології й особливості. Цифровізація виробництва контенту на телебаченні певною мірою полегшила та прискорила роботу медійників під час підготовки матеріалів, адже лінійно-функціональна система управління «є зручною у використанні організаційною структурою. Така система дозволяє: розвивати ділову та професійну спеціалізацію; зменшити дублювання зусиль; знизити споживання матеріальних ресурсів; поліпшити координацію та взаємодію всіх підрозділів» [4, с. 11].

Водночас системи розповсюдження контенту телекомпаній потребують постійної модернізації та інноваційних пошуків у якісному розповсюдженні/трансляції аудіовізуальних матеріалів

користувачу [1; 3; 6–7]. Від цього залежить «обличчя» телекомпанії, його репутація та конкурентоспроможність на цифровому ринку послуг [2; 5; 8]. Особливо гостро постає питання надійної роботи системи розповсюдження контенту медіа під час порушення нормальних умов життя й діяльності людей, зокрема таких викликів для України, як пандемія Covid-19 та воєнне вторгнення росії на територію нашої держави.

## II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета дослідження – схарактеризувати зміни в підготовці й поданні в ефір новинного аудіовізуального продукту українськими телевізійними мовниками, зокрема технології, які стали ключовими в забезпеченні прямих ефірів, включень «наживо», зворотного зв'язку з аудиторією тощо під час надзвичайних подій у країні, а саме Covid-19.

Задля виявлення впливу пандемії Covid-19 на процес створення телевізійних новин та ефірної трансляції проведено дослідження шляхом анкетного опитування провідних фахівців, які працюють чи працювали в цей період на телеканалах. Цей метод отримання інформації був реалізований у вигляді письмових відповідей респондентів на попередньо розроблену анкету. Отримані результати за допомогою методів порівняння й систематизації інтерпретовані у вигляді таблиць, діаграм. Описовий метод використано під час викладу змісту результатів дослідження.

Опитування технічних директорів, головних редакторів ньюзрумів телемовників мало на меті виявити, як телеканали адаптували свої технічні засоби АСБ (програмно-апаратні засоби для проведення відео-, аудіозапису, а також трансляції телепрограм в ефірі), зважаючи на виклики надзвичайної ситуації, аби виробляти й доставляти якісний контент своїм користувачам. Для спеціалізованого опитування як методу збору інформації під час безпосереднього спілкування було сформовано 15 запитань з логічним порядком – від загального до специфічного, власне технологічного (виробничого).

## III. Результати

Аналіз наукової літератури дав змогу виокремити три основних етапи виробництва медіаконтенту та структурувати теоретичні знання з організації діяльності телемовників на українському інформаційному просторі. Розглянуто, як виклики сьогодення – надзвичайні ситуації в Україні – вплинули на технологію створення новинного медіаконтенту і які зміни стали необхідними в системі передавання мультимедійного контенту. Одержані результати опитування наочно демонструють, як телемовники обирали прийнятні шляхи для організації виробництва новин у складні періоди країни й наскільки інновації у сфері телекомунікацій, цифрових технологій, супутникового зв'язку і нових технологій оброблення інформації сприяли регулярному мовленню.

Опитування показало: щодо зворотного зв'язку від глядачів (100%), зауваження від рекламодавців (7,1%), зворотного зв'язку від співробітників ньюзруму (61,5%), зниження собівартості створення новин з використанням WebRTC (Skype/ Zoom) (7,1%) чи важливість якісного зображення при використанні технологій WebRTC (78,6%) є очікуваними. (Web Real Time Communications (WebRTC) – це стандарт, інтернет-протокол, призначений для організації голосового та відеозв'язку через Інтернет у режимі реального часу). Як і наявність скарг, зауважень від ВТК телеканалу, КРТ або державного регулятора з приводу недотримання технічних норм якості звуку/відео при використанні технологій нових медіа у телевізійних новинах під час пандемії (7,1%). (ВТК – відділ технічного контролю, що забезпечує кількісні й якісні характеристики контенту підприємства відповідно до вимог стандартів і технічних умов. КРТ – Концерн радіомовлення, радіозв'язку та телебачення, державний оператор телерадіомовлення, радіорелейного й супутникового зв'язку). Цілком передбаченим є результат, що під час надзвичайних ситуацій у країні змінюється пропорційний обсяг включень журналістів між професійними системами та WebRTC (Skype/Zoom).

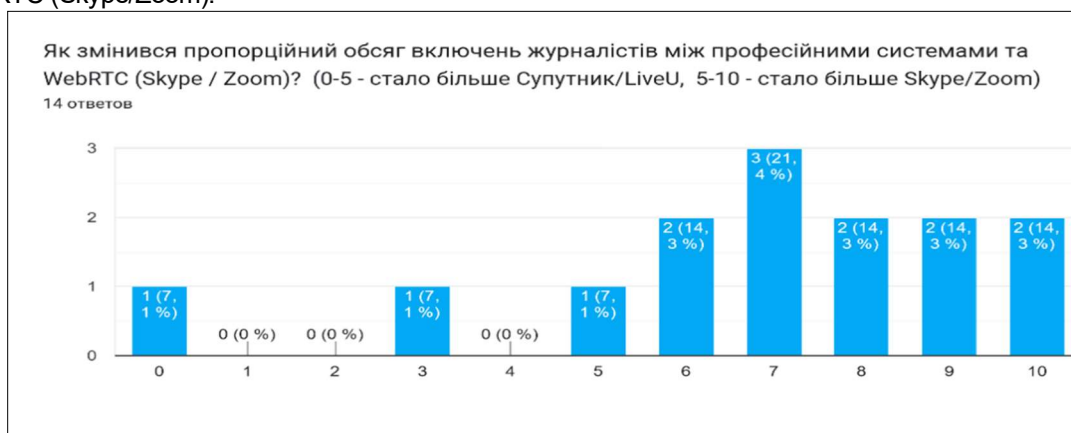


Рис. 1. Результати відповідей на питання № 3

Водночас Супутник/LiveU (технологія, що забезпечує пряму трансляцію відео з будь-якого куточку світу) використовували лише 14,3% мовників, інша частина респондентів зазначили Skype/Zoom (рис. 2).

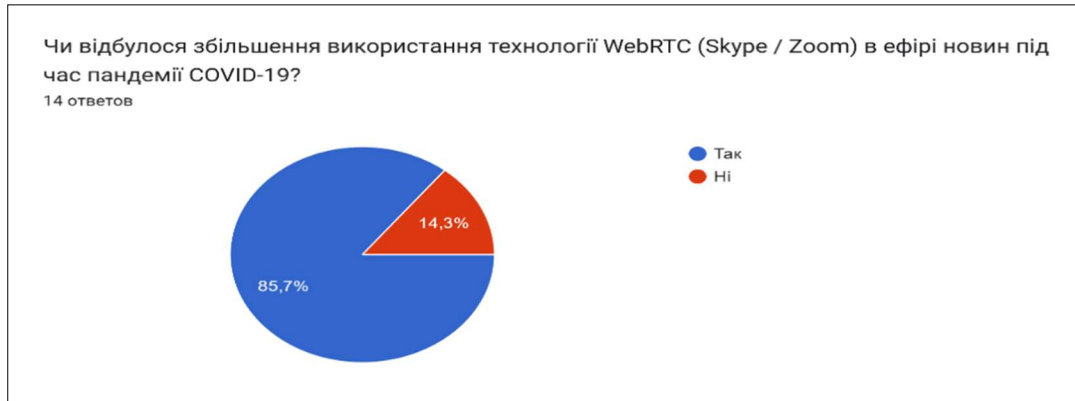


Рис. 2. Результати відповідей на питання № 2

Щодо питання *Які технології переважали під час включень журналістів у прямий ефір новинного випуску Вашого телеканалу до 2020 р.?* маємо такі результати (рис. 3).



Рис. 3. Результати відповідей на питання № 12

Серед проблем, які виникали у журналістів з використанням WebRTC (Skype/Zoom) для включення в ефір та запису інтерв'ю під час пандемії, респонденти відзначили нестабільний зв'язок (71,4%), низьку якість відео (57,1%), низьку якість аудіо та велику затримку (по 35,7%). Лише один опитуваний зазначив про відсутність труднощів (рис. 4).



Рис. 4. Результати відповідей на питання № 7

Нестабільний зв'язок та низка якість відео пояснюються тим, що новинні редакції почали часто залучати аматорське відео – відеоконтент, знятий смартфоном, взятий з соціальних мереж.

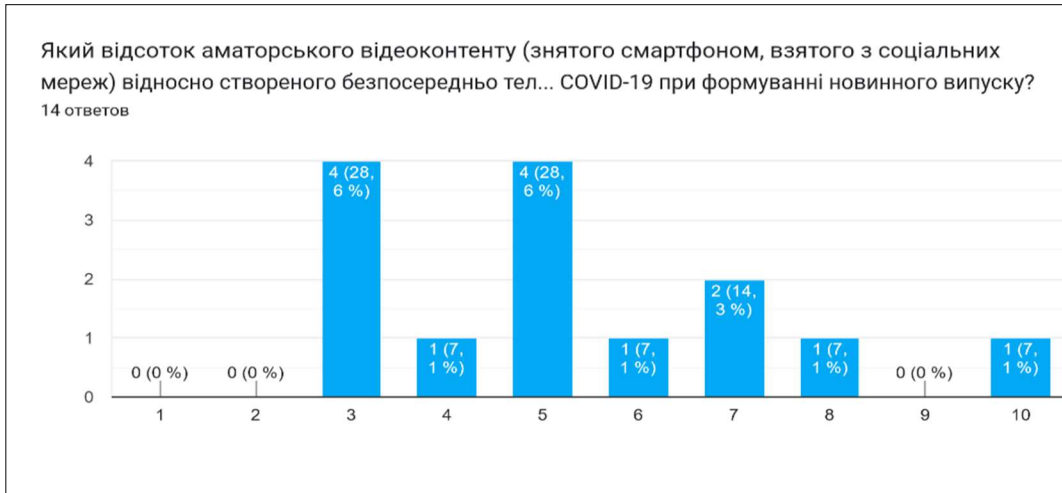


Рис. 5. Результати відповідей на питання № 14

Водночас на якість контенту (навіть з використанням WebRTC) впливали й інші чинники: відсутність інтернет-зв'язку (85,7%), відсутність оператора з професійною камерою (50%), відсутність досвіду (35,7%) тощо.

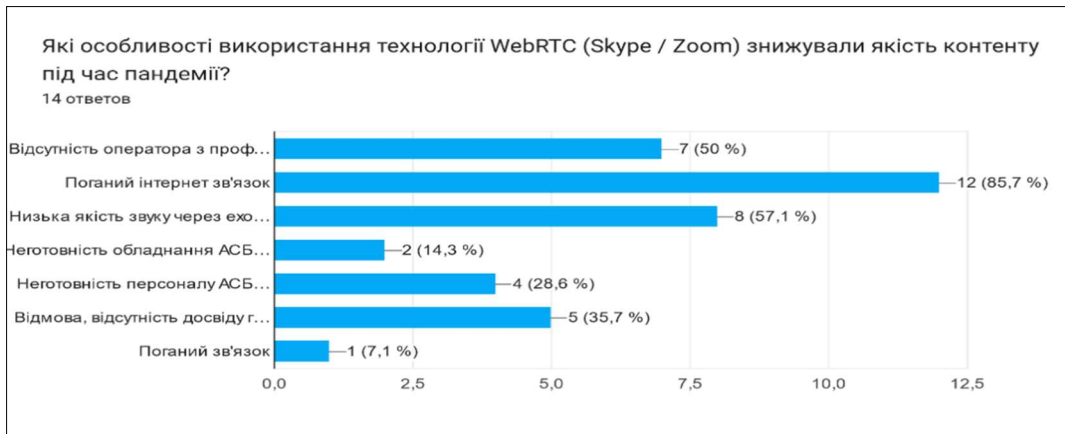


Рис. 6. Результати відповідей на питання № 10

Однак низка проблем дуже швидко припинила мати негативний вплив і вже наприкінці пандемії мовники практично їх нівелювали.

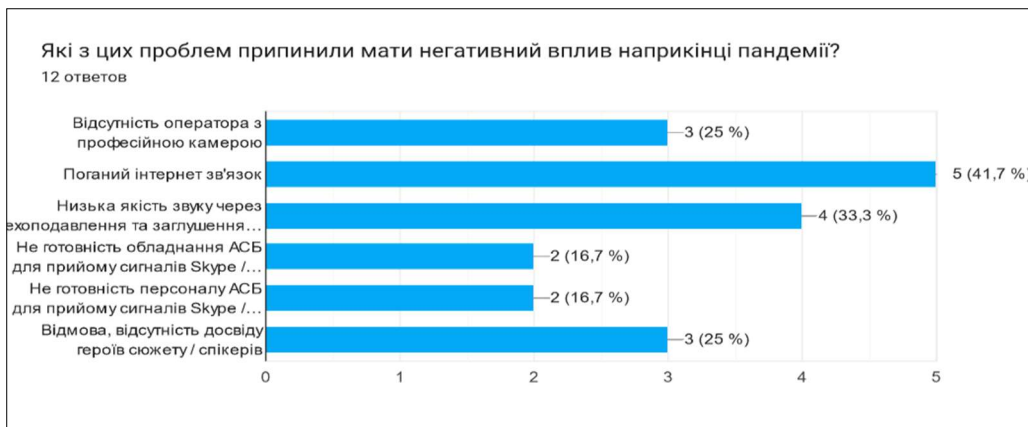


Рис. 7. Результати відповідей на питання № 11

Журналісти досить швидко пристосовувалися до нових форматів роботи: віддалено, включення без оператора зі смартфона, запис інтерв'ю у домашніх умовах, – використовуючи Skype, Zoom тощо.

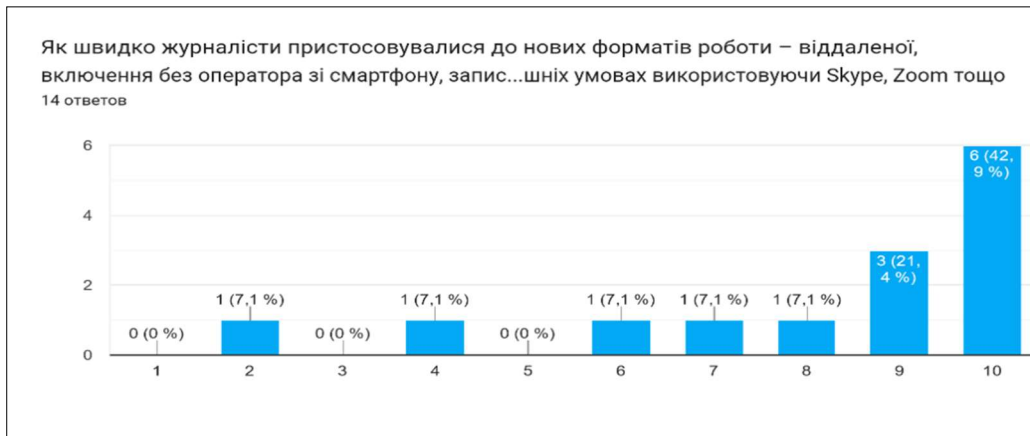


Рис. 8. Результати відповідей на питання № 8

А серед переваг у роботі журналістів з використанням WebRTC (Skype/Zoom) для включення в ефір та запису інтерв'ю респонденти відзначали «оптимізацію часу (85,7%), автономність (64,3%), оперативність (57,1%) тощо.



Рис. 9. Результати відповідей на питання № 9

#### IV. Висновки

У період надзвичайних ситуацій (пандемія Covid-19, повномасштабне вторгнення рф в Україну) новинний контент є вкрай важливим для користувачів. Донесення інформації стало викликом для телемовників у період пандемії, постало питання їх форми, змісту та якості інформаційних послуг для задоволення потреб різних глядацьких аудиторій. Завдяки цифровим технологіям система збирання й поширення новин стала простішою, а апробовані трансформаційні зміни під час пандемії Covid-19 стали надійним інструментом належного та регулярного інформаційного мовлення під час війни рф проти України.

#### Список використаної літератури

1. Дмитровський З. Організація роботи на телебаченні: тексти лекцій. Львів: МВЦ ЛНУ імені І. Франка, 2020. 98 с.
2. Мітров Г. Розвиток ринку інтернет-телебачення в умовах пандемії Covid-19. *Young Scientist*. 2020. № 10 (86).
3. Мой Д., Ордольфф М. Телевізійна журналістика: практична журналістика / за заг. ред. В. Іванова; пер. з нім. В. Климченка. Київ: АУП, 2019. 234 с.
4. Лазебний В. С., Бакіко В. М., Омелянець О. О. Організація телевізійного виробництва: конспект лекцій: навч. посіб. для студ. спеціальності 6.050803 Акустотехніка. Київ: КПІ імені Ігоря Сікорського, 2018. 162 с.

5. Ilan J. We Now Go Live: Digital Live-News Technologies and the «Reinvention of Live» in Professional TV News Broadcasting. *Digital Journalism*. 2021. № 9 (4). P. 481–499.
6. Millerson G. Effective TV Production (Media manuals). URL: <https://www.ebay.com/itm/Effective-TV-Production-Media-manuals-By-Gerald-Millerson-/312860754051> (date of request: 22.10.2023).
7. Production management (TV). *BBC ACADEMY*. URL: <https://www.bbc.co.uk/academy/en/collections/tv-production-management> (date of request: 11.09.2023).
8. Rizki B. The Strategies of Television Broadcast During the Covid-19 Pandemic: A Case Study on Indonesian Television. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*. 2021. № 37 (2). P. 243–256.

#### References

1. Dmytrovskyi, Z. (2020). *Orhanizatsiia roboty na telebachenni* [Organization of work on television]. Lviv: MVTs LNU imeni I. Franka [in Ukrainian].
2. Mitrov, H. (2020). Rozvytok rynku internet-telebachennia v umovakh pandemii Covid-19 [Television market development during the COVID-19 pandemic]. *Young Scientist*, 10 (86). doi: 10.32839/2304-5809/2020-10-86-9 [in Ukrainian].
3. Moi, D., & Ordolff, M. (2019). *Televiziina zhurnalistyka: praktychna zhurnalistyka* [Television journalism: practical journalism]. Kyiv: AUP. [in Ukrainian].
4. Lazebnyi, V. S., Bakiko, V. M., & Omelianets, O. O. (2018). *Orhanizatsiia televiziinoho vyrobnytstva* [Organization of television production]. Kyiv: KPI imeni Ihorja Sikorskoho [in Ukrainian].
5. Ilan, J. (2021). We now GO live: Digital live-news technologies and the «Reinvention of live» in professional TV news broadcasting. *Digital Journalism*, 9 (4), 481–499. doi: 10.1080/21670811.2021.1886862 [in English].
6. Millerson, G. (1994). Effective TV Production. Retrieved from <https://www.ebay.com/itm/Effective-TV-Production-Media-manuals-By-Gerald-Millerson-/312860754051> [in English].
7. Production management (TV). (2022). *BBC ACADEMY*. Retrieved from <https://www.bbc.co.uk/academy/en/collections/tv-production-management> [in English].
8. Rizki, B. (2021). The Strategies of Television Broadcast During the Covid-19 Pandemic: A Case Study on Indonesian Television. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37 (2), 243–256. doi: 10.17576/JKMJC-2021-3702-15 [in English].

Стаття надійшла до редакції 03.11.2023.

Received 03.11.2023.

---

#### Ternova A., Lyvada M. Transformation of Television Production during Emergency Situations in Ukraine: Survey Results

**Research aim:** to characterize the changes in the preparation and broadcasting of the news audiovisual product by Ukrainian television broadcasters and which technologies have become key in providing live broadcasts, live feed, feedback from the audience, etc. during the extraordinary events in the country, namely Covid-19.

**Research methodology.** A survey method was used to find out changes in media production and broadcasting. The results were interpreted in the form of tables and diagrams through the method of comparison and systematization. The descriptive method was used during the presentation of the research results.

**Results.** The analysis of scientific literature made it possible to distinguish three main stages of media content production and to structure theoretical knowledge on the organization of broadcasters' activities in the Ukrainian information space. Considered how today's challenges – emergency situations in Ukraine – affected the technology of creating news media content and what changes became necessary in the system of transmission of multimedia content. The proposed results of the survey clearly demonstrate how broadcasters chose acceptable ways to organize news production in difficult periods for the country and how innovations in the field of telecommunications, digital technologies, satellite communications and new information processing technologies contributed to regular broadcasting.

**Scientific novelty.** In the period of emergency situations, starting with the challenges of the Covid-19 pandemic and continuing through the full-scale invasion of the Russian Federation into Ukraine, news content is extremely important for users. Prompt delivery of information has become a challenge for broadcasters, as audiovisual content has become more difficult to create due to a number of circumstances. Although thanks to information technologies, the system of news' collecting and distributing has become simpler, the question of their form and content and the quality of information services to meet the needs of various reading and viewing audiences has arisen. So, the transformational changes in television production have been an interesting experience to study.

**Practical value.** The results of the research can be used in the process of studying communication courses, the work of newsrooms on television, media production and audiovisual product creation technologies, as well as by media practitioners in issues of interaction with the audience.

**Key words:** media production, news content, newsroom, live broadcast, media reality, audience, television broadcaster.

**Ternova A., Lyvada M. Transformacja produkcji telewizyjnej w sytuacjach nadzwyczajnych na Ukrainie: wyniki badania**

**Celem badania** jest scharakteryzowanie zmian w przygotowaniu i emisji informacyjnych produktów audiowizualnych przez ukraińskich nadawców telewizyjnych, technologii, które stały się kluczowymi w zapewnianiu transmisji na żywo, relacji «na żywo», informacji zwrotnych od widzów itp. podczas zdarzeń nadzwyczajnych w kraju, a mianowicie Covid-19.

**Metodologia badania.** W celu poznania zmian w produkcji medialnej i nadawaniu audycji, zastosowano metodę sondażu. Jego wyniki zinterpretowano w formie tabel i wykresów, stosując metody porównawcze i systematyzacyjne. Podczas prezentacji wyników badań zastosowano metodę opisową.

**Wyniki.** Analiza literatury naukowej pozwoliła wyróżnić trzy główne etapy wytwarzania treści medialnych oraz ustrukturyzować wiedzę teoretyczną na temat organizacji działalności nadawców telewizyjnych w ukraińskiej przestrzeni informacyjnej. Rozważono, jak współczesne wyzwania – sytuacje nadzwyczajne na Ukrainie – wpłynęły na technologię tworzenia treści medialnych i jakie zmiany stały się konieczne w systemie transmisji treści multimedialnych. Zaproponowane wyniki sondażu wyraźnie pokazują, w jaki sposób nadawcy telewizyjni wybrali akceptowalne sposoby organizacji produkcji wiadomości w trudnych okresach w kraju oraz jak innowacje w dziedzinie telekomunikacji, technologii cyfrowych, komunikacji satelitarnej i nowych technologii przetwarzania informacji przyczyniły się do regularnej audycji.

**Nowość.** W okresie sytuacji nadzwyczajnych, począwszy od wyzwań związanych z pandemią Covid-19, a skończywszy na pełnoskalowej inwazji Federacji Rosyjskiej na Ukrainę, treści informacyjne są niezwykle ważne dla użytkowników. Szybkie dostarczenie informacji stało się wyzwaniem dla nadawców telewizyjnych, ponieważ tworzenie treści audiowizualnych stało się trudniejsze ze względu na szereg okoliczności. I choć dzięki technologiom informacyjnym system gromadzenia i rozpowszechniania wiadomości stał się prostszy, pojawiło się pytanie o ich formę i treść oraz jakość usług informacyjnych, aby sprostać potrzebom różnych czytających i oglądających odbiorców. Zatem transformacyjne zmiany w produkcji telewizyjnej są interesującym doświadczeniem do przestudiowania.

**Znaczenie praktyczne.** Wyniki badań mogą być wykorzystane w procesie studiowania kursów komunikacyjnych, pracy newsroomów w telewizji, produkcji medialnej i technologii tworzenia produktów audiowizualnych, a także przez praktyków mediów w zakresie problematyki interakcji z odbiorcami.

**Słowa kluczowe:** produkcja medialna, treści informacyjne, newsroom, transmisja na żywo, rzeczywistość medialna, audytorium, nadawca telewizyjny.