

Міністерство освіти і науки України

Галицький фаховий коледж імені В'ячеслава Чорновола

Циклова комісія видавничої  
справи та медіакомунікацій

## **ДИПЛОМНА РОБОТА**

на тему:

**«Прямий ефір: редакторська робота під час  
підготовки телевізійної програми»**

Виконала:

Студентка групи В-41

Відділення комп'ютерних

Та видавничих технологій

Берчишин Інна Ігорівна

Науковий керівник:

Кандидат наук із соціальних комунікацій

Путькалець Людмила Анатоліївна

Оцінка \_\_\_\_\_

Тернопіль — 2022

## АНОТАЦІЯ

Дипломна робота присвячена вивченню особливостей роботи редактора над підготовкою телевізійної програми. Окреслено поняття «телевізійна програма» та подано їх типологічну характеристику. Описано основні функції та завдання редактора. Узагальнено теоретичні відомості про журналістські стандарти у роботі редактора телевізійної програми. Здійснено детальний аналіз редакторської роботи над інформаційно-розважальними та суспільно-політичними передачами на сучасних регіональних телеканалах TV-4 та UA:Тернопіль.

**Ключові слова:** редактор, телевізійна програма, прямий ефір, телемовлення, журналістські стандарти.

## **ЗМІСТ**

<b>ВСТУП.....</b>	<b>4</b>
<b>РОЗДІЛ I. ТЕЛЕВІЗІЙНА ПРОГРАМА: ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ.....</b>	<b>7</b>
1.1. Телевізійна програма як одиниця телемовлення.....	7
1.2. Типологічна характеристика телевізійних програм.....	9
<b>РОЗДІЛ II. РОБОТА РЕДАКТОРА НАД ПІДГОТОВКОЮ</b>	
<b>ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ ПРОГРАМИ.....</b>	<b>20</b>
2.1. Основні функції та завдання редактора телевізійної програми.....	20
2.2. Журналістські стандарти у роботі редактора.....	26
<b>РОЗДІЛ III. АНАЛІЗ РЕДАКТОРСЬКОЇ РОБОТИ НА СУЧАСНИХ</b>	
<b>РЕГІОНАЛЬНИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ (НА ПРИКЛАДАХ TV-4 ТА</b>	
<b>UA:ТЕРНОПІЛЬ).....</b>	<b>32</b>
3.1. Специфіка роботи редактора в інформаційно-розважальних прямоефірних програмах телеканалу TV-4.....	32
3.2. Специфіка роботи редактора під час підготовки суспільно-політичних передач телеканалу UA:Тернопіль.....	37
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>44</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>46</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>52</b>

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** У суспільно-комунікаційному просторі споживачі інформації мають відкритий доступ до великої кількості джерел інформації, але основними постачальниками достовірної інформації, що мають важливе соціальне значення, як і раніше залишаються телевізійні програми. Сьогодні в очах реципієнта теленовини закріплюються як джерело актуальних і важливих фактів, тому якість таких передач прямопропорційно впливає на світогляд окремих людей і цілих країн.

Важливий аспект у підготовці новинних передач – редагування, адже від якості та зрозумілості залежить подальша обробка інформації, яку отримує глядач.

Якість телепрограм залежить насамперед від кваліфікації редакторів, репортерів, режисерів, відповідального секретаря, кореспондентів та іншого персоналу, задіяного у телевиробництві. Ще один важливий фактор — вміння вибрати найбільш актуальне, справедливе, допитливе та об’єктивне.

Редактор — це працівник, без якого неможливо підготувати будь-які телепрограми, в тому числі випуски новин. Він визначає основну стратегію програми та її кінцеву мету. Одним із головних завдань редактора є забезпечення якості трансляції телевізійних новин. Виконання цього завдання вимагає розуміння основних принципів побудови таких новинних повідомлень, щоб одержувач міг їх якнайкраще сприймати.

**Мета дослідження** — проаналізувати роботу редактора під час підготовки телевізійної програми.

Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**:

1. Дати загальну характеристику поняття «телевізійна програма».
2. Окреслити типологію телевізійних програм.
3. Визначити основні функції та завдання редактора телевізійної програми.
4. Проаналізувати стандарти редакторської роботи.

5. Дослідити специфіку роботи редактора в інформаційно-розважальних телепрограмах телеканалу TV-4.

6. Виявити функції редактора під час підготовки суспільно-політичних передач телеканалу UA: Тернопіль.

**Об'єкт дослідження** — прямоефірні телевізійні програми.

**Предмет дослідження** — редакторська робота під час підготовки прямоефірної телевізійної програми.

**Стан дослідження теми.** Телевізійні програми характеризували у своїх теоретичних розробках вчені: О. Жук, З. Дмитровський, В. Лазебний, В. Бакіко, О. Омелянець, Л. Путькалець, З. Партико тощо.

**Методологічна база дослідження.** Для досягнення поставленої мети наукового дослідження застосовувався системно-функціональний принцип аналізу, який передбачає використання низки методів та підходів. Загальнонаукові методи дослідження: аналіз наукової літератури використовувався для окреслення поняттєвого апарату, концептуальних засад дослідження.

**Наукова новизна дослідження** полягає у спробі уточнення сутності та специфіки телевізійної програми, окресленні її типологічно-структурних особливостей. Вперше здійснено аналіз роботи редактора під час підготовки інформаційно-розважальних і суспільно-політичних телепрограм сучасних регіональних телеканалів TV-4 та UA: Тернопіль.

**Матеріалом дослідження** стали інформаційно-розважальні прямоефірні програми телеканалу TV-4 («БатькиVSдіти», «Погляд експерта», «На гарячому») та суспільно-політичні передачі телеканалу UA: Тернопіль («Дебати», «Новини», «Історії (не) забутих сіл»).

**Теоретичне значення** роботи полягає у поглибленні теоретичних знань про телевізійні програми, їх загальну характеристику та типологічний ряд, основні функції та завдання редактора телепрограми, дотримання журналістських стандартів.

**Практичне значення.** Результатами наукового дослідження можна послуговуватися під час вивчення дисциплін із циклу журналістики: «Основи тележурналістики», «Телерадіорежисура», «Журналістські жанри», «Теорія і методика журналістської творчості» та «Медіаетика». Кваліфікаційна робота може бути використана студентами спеціальностей «Видавництво та поліграфія», «Журналістика та інформація», «Документознавство та інформаційна діяльність», вченими у навчальних, наукових цілях.

**Структура дослідження.** Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (63 позиції) та додатків. Загальний обсяг роботи становить 58 сторінок. Основний текст викладено на 51 сторінці.

# **РОЗДІЛ І. ТЕЛЕВІЗІЙНА ПРОГРАМА: ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ**

## **1.1. Телевізійна програма як одиниця телемовлення**

Телеканал — це електронний засіб масової інформації (студія, телебачення, радіоорганізація), що створює телевізійний контент, всю сукупність телевізійних програм. Кожен телевізійний канал, в першу чергу, призначений для передачі телевізійних сигналів для однієї телерадіоорганізації і працює в певному діапазоні радіочастот для задоволення потреб телебачення. Розрізняють види телебачення за способом мовлення:

- ефірні (основні);
- кабельні;
- супутникові;
- інтернет-телеканали.

За площею каналів мовлення:

- міжнародні;
- загальнонаціональні;
- регіональні.

За масштабами виробництва наступні:

- великі;
- малі [17, с. 6].

Телевізійна програма — це одиниця телевізійного мовлення, відеоряд, який має певну спрямованість і об'єднаний певним сюжетом. При створенні телепрограми потрібно спиратися на наступні принципи:

- відповідність телевізійним програмам та профілям;
- трансляція має бути актуальною та ефективною;
- своєчасний вихід програми на телеекран;
- структурна цілісність і стилістична цілісність зберігаються з

кожною програмою та заставкою.

Основні поняття, які використовуються при вивченні телевізійного програмування:

1. Рубрика — це частина шоу, що транслюється на певній частоті та в один час ефіру. Показує фокус раніше обраних тем. Зазвичай випускається для певної аудиторії.
2. Цикл — це набір програм, які передають одну й ту саму проблему.
3. Блоки — складаються із заголовків за принципом повторення в різний час трансляції для різних глядачів.
4. Серія — програма, в якій головний герой є постійним учасником програми/фільму.
5. Сітка мовлення — щотижнева серія циклів, серіалів, заголовків і разових програм. Мережі мовлення дають змогу врахувати інформаційно-розважальні потреби різних категорій глядачів. Телеканали мають можливість змінювати напрямок в залежності від сезону та створювати різні жанри та їх теми [17, с. 20].

Основними функціями телепрограм є функції, що формують культуру глядача, і виховні функції. Йдеться про залучення глядача до морально-мистецьких здобутків людства. Основним чинником телевізійної культури є естетика телевізійних програм.

Оскільки глобальною місією телеканалів є створення культури та виховання глядачів, велика увага приділяється естетиці шоу. Естетичність програми дозволяє:

- встановити стабільні стосунки з аудиторією;
- визначити чіткі межі засобів художньої виразності;
- встановити конкретні вимоги до персонажів, що з'являються в кадри основної програми.

Телебачення має п'ять основних естетичних стандартів:

1. Дотримання етичних норм під час відтворення на екрані кримінальних кадрів або в моменти, що відображають особисте життя людей.



2. Учасники телешоу, особливо ведучі, повинні дотримуватися розумного етикету.

3. Істотний контроль за учасниками та культурою мовлення на основних телевізійних шоу в рамках кадру та контроль закадрового тексту. Це не тільки обмежує використання сленгу та паразитів, але й сприяє дотриманню норм усної мови.

4. Рівень телевізійної зйомки повинен відповідати найновішим стандартам якості. Зйомки слід проводити за встановленими стандартами (правила композиції, зміст кадру тощо).

5. Монтажний твір — невід’ємна частина створення естетичного стандарту спілкування. Редакція не дозволяє транслювати телевізійні програми, які не мають специфічних художніх характеристик [27, с. 21].

Отже, ми з’ясували, що поняття «телевізійна програма» характеризується спрямованістю і наявним сюжетом. Важливим у створенні телевізійної програми є актуальність і новизна трансляції, цілісність сюжету, вчасний вихід програми в ефір, стабільні стосунки з глядацькою аудиторією тощо.

## **1.2. Типологічна характеристика телевізійних програм**

Науковці В. Лазебний, В. Бакіко та О. Омелянець виокремлюють такі види телевізійних програм:

1. Інформаційна програма — це програма, в якій транслюються новини вітчизняні та світові. Регулярні звіти про поточні події. Складається з 7–14 розділів (звітів, повідомлень, розповідей). Сюжет може бути про погоду, спорт, музику, політику, кіно. Приклади: «Сьогодні» («Україна»), «Вікна» («СТБ») тощо.

2. Авторська програма. Це медіа-кампанія, яка досліджує соціальні проблеми та заохочує громадськість до участі. Показує національні стандарти телекомпанії. Надає людям можливості, пробуджує позитивні

емоції. Пропонують рішення з перших рук. Приклади: «Прямий ефір» («24 канал») тощо.

3. Розважально-пізнавальні програми. Це цікавий огляд того, що відбувається, і новин, які часто з'являються вранці. Як правило, це збірка оповідань на різні теми. Ця збірка може включати огляди корисних порад, контакти зі знаменитостями, короткі історії. Це не тільки розважає глядача, але й надає корисну інформацію. Приклади: «Доброго ранку, Україно!» («ЕРА»), «Ранок з Україною» («Україна») тощо.

4. Культурні та освітні програми. Прояв духовності зроблений на основі створеної спеціальної історії. Жанр схожий на авторський (рецензія, дискусія, інтерв'ю). Такі програми включають презентації, які зачіпають теми сім'ї, здоров'я, культури та медицини. Приклади: «Архітектурні шедеври України», «Україна інкогніто» тощо.

5. Дитячі програми. Це комплекс програм, орієнтованих на навчання та розвиток дітей різного віку. Основна функція — виховання та навчання дітей. Приклади: «АБВГДейка», «Академія маленького майстра», «В гостях у Вітамінки» («Карусель») тощо.

6. Спортивно-ігрові програми. Повне спортивне висвітлення або деталі з місця проведення (теніс, волейбол, футбол). Такі програми мають сильну аудиторію, якій необхідно продемонструвати улюблені види спорту: бокс, гандбол, біатлон. Приклади: «Формула 1», «Європейський вікенд», «Великий футбол» («Футбол 1») тощо [31, с. 22].

7. Фільми. Самостійним елементом мережі мовлення телеканалу. Він складається з 3–12 серій і може супроводжуватися культурно-просвітницькою дискусією, розповіддю про актуальні сьогодні історичні події, розповіддю про те, як створювався фільм. Приклади: «Космічна Одиссея», «А зорі тут тихі...» тощо.

8. Багатосерійні телефільми. Різні програми включають низку взаємопов'язаних серій. Найпоширеніша форма телесеріалу «мильна опера». Вона характеризується недорогим способом виробництва, з однаковими

декораціями можна знімати багато послідовних серій. Трансляція та випуск нових серій відбувається дуже швидко, зазвичай щодня. Приклади: «Таємниці слідства», «Агенти справедливості», «Свати» («1+1») тощо.

9. Розважальні програми. Телепрограма, яку розраховано для отримання глядачем задоволення, за рахунок емоційного розслаблення і релаксації. Такі програми поєднують безліч різних складових, завдяки яким людина отримує емоційне розслаблення: гумор, азарт, гра. Розважальні передачі можна розділити на чотири типи: реаліті-шоу, токшоу, телевікторини і шоу. Приклади: «Вечірній квартал» («1+1»), «Ігри приколів» («1+1»), «Comedy Club» тощо.

10. Рекламні програми. Це особливий набір кліпів, планів, відокремлених від інших програм спеціальною заставкою. Зазвичай це обмежується авіаперельотами (не більше 20 %). Крім того, вони не приховують новини та програми для дітей. Трансляція контенту різних телеканалів тощо. Приклади: рекламні заставки різних телеканалів [31, с. 23].

Організація телевізійного виробництва веде до мультиреальності програм, постійно забезпечуючи ринок інтересу аудиторії. А це, з іншого боку, вимагає класифікації телепрограм за ознаками, яку виокремлює дослідник І. Пуцята:

1. На базовій основі (інформаційна, музична, кінематографічна, спортивна тощо).
2. На адресній основі, наприклад програми для молоді, жінок, пенсіонерів тощо.
3. Споживацькі (президентський підхід, підхід творчої спілки).
4. Національні (державні програми, малі національні програми).
5. За місцевим принципом (державний, федеральний, регіональний, місцевий).
6. За часом (цілодобово, ті, що транслюють певний час або «плаваючу» послідовність).

7. За джерелом фінансування (державний, телебюджет), оплатою (працюючи за вартістю абонплати або паю у друкованому форматі); державні (за рахунок державних установ, пожертв забудовників та фізичних осіб); бізнес (існуючий через рекламу); оренда (політична партія, громадська організація, державна чи приватна організація, особа чи телекомпанія, оплачена вчасно з мосту) [51].

Вчені Я. Бардаков та Н. Тяпкіна, дослідивши зміст телевізійних програм, виділив загальні характеристики — характеристики, які об'єднують програми в єдиний жанр — розважальний:

1. Простота змісту в тексті для погляду глядача.
2. Дух змагання, співпереживання, переконання аудиторії до участі (SMS-голосування, участь у конкурсах тощо).
3. Задоволення глядача від перегляду для відпочинку від фізичної діяльності.
4. Цікавий програмний сюжет.
5. Оновлення в організації заходу.
6. Індивідуальні особливості одкровення, популярність і помітність.

Це також дуже важлива частина вмісту. З огляду на основну спрямованість програм такого типу, зараз їх можна поділити на наступні підвиди:

- кулінарні: «Пекельна кухня» («1+1»), «МастерШеф» («СТБ»);
- музичні: «Фабрика зірок» («Новий канал»), «Голос країни» («1+1»), «Х-фактор» («СТБ») тощо;
- танцювальні: «MaftdaH's» («Інтер»), «Танцюють всі» («СТБ») тощо [2, с. 141];
- телешоу краси: «Краса по-українськи» («1+1»), «Королева балу» («ТЕТ») тощо;
- телешоу талантів або надприродних здібностей: «Україна має талант» («СТБ»), «Битва екстрасенсів» («СТБ») тощо;

- телешоу весільного суперництва: «Чотири весілля» («1+1»), «Весільні битви» («СТБ»);
- соціальні програми: «Суперняня» («1+1»), «Кохана, ми вбиваємо дітей» («СТБ») тощо;
- психологічні (змін, перевтілень): «Оголена красуня» («Україна»), «Лялечка» («ТЕТ») тощо;
- телешоу про стосунки, побачення: «Холостячки» («1+1»), «Холостяк» («СТБ»), «Хто хоче заміж за мого сина?» («Україна») тощо [2, с. 142].

Телешоу — це новий вид діалогу письменників із Америки (з 1960-х років) і має загальну головну складову — інформаційно-розважальну: розваги та інформацію [51].

Типовою програмою є виступ з виступом: обговорення ведучого із запрошеними гостями та аудиторією в кімнаті (або як учасниками дискусії, або як натовпом). Основа успіху таких телепрограм залежить від теми та співчуття аудиторії. Тобто вистава має бути організована таким чином (і вся структура шоу побудована на цьому досвіді), щоб глядач знав, що глядач у кімнаті представляє його в сцені. Цей тип розповіді демонструє розуміння будь-якій основній аудиторії любові і гніву, влади і грошей, перемоги і поразки і, зрештою, життя і смерті. Точніше, переконання і розгубленість людей — саме тому шоу таке популярне.

Телешоу — це своєрідний приклад ситуацій та їх вирішення, які ми вигадуємо. Інтерес до усного спілкування не випадковий: ці програми мають свої сильні сторони та потенціал. Глядач, зображений з різним ступенем складності, ілюструється унікальністю його ситуації, не тільки його самого: є ще люди, яких хвилюють інтимні питання, і ті, хто готовий поділитися своїм життям. Такі програми дозволяють моделювати ситуації, разом експериментувати за підтримки команди експертів і говорити про можливі варіанти поведінки.

Сьогодні телешоу — це форма майстерності для письменника, але водночас і проблема медіа. Вважається, що за всі роки свого існування цей жанр не досяг, з іншого боку, потужність телеканалів, які він транслює, чотири розділи. Ніжки, на яких базується словесне вираження правди і реальності того, хто говорить про це. Майже завжди в шоу можна почути дивні історії з життя — своєрідний символ програми. Або просто зателефонувати по телебаченню до людей, які знають сенс проблеми — це не статистика, а особистий досвід на конкретну тему. Робота соціального телебачення завжди була зосереджена не тільки на спілкуванні, а й на терапії.

Передбачається, що кожна програма запропонує якесь, принаймні наполовину, рішення проблеми. Можливо, такі програми можуть допомогти пом'якшити спільні турботи та упередження. Нарешті, як і інші телевізійні проєкти, мовні шоу повинні також розважати аудиторію. Останнім часом телебачення займає позицію більшості глядачів телевізійних програм. Усі працюють, глядач є інсталятором, співзасновником, співавтором, автором програми.

Аудиторія допомагає журналістам знайти свої інтереси, у тому напрямку, в якому має йти національне телебачення. Спеціальний розділ розмови показав, що проблеми, якими б широкими та складними вони не були, слід розглядати як рішення. У кожній ситуації, в якій опиняється людина, є вихід. Іноді це пов'язано з серйозністю проблеми, але це відбувається не завжди. Телевізійні шоу руйнівні. Вони виражають моральні принципи, чітко визначено «добре» і «погано», і немає сумніву, що врешті-решт справедливість переможе, а зло буде покаране [51].

Науковець О. Ясницька класифікує розважальні програми на підвиди. На телебаченні є багато видів розваг. Більшість дослідників класифікують ту чи іншу інформацію або називають свою. Розважальні телепрограми поділяють на:

1. Розмовне шоу (ток-шоу).
2. Шоу «інфотеймент».

3. Інтелектуально-розважальні.
4. Реаліті-шоу.
5. Розважальні шоу-видовища.
6. Програми про моду та стиль життя.
7. Музичні шоу.
8. Спортивно-розважальна програма.
9. Ігрові розважальні програми (інтерактивні ігри).
10. Гумористичні програми.
11. «Програми-перевтілення».
12. Кулінарне шоу.
13. Талант-шоу.
14. Тревел-шоу.
15. Спортивні програми.
16. Дитячі програми [62].

Основне завдання програми типу ток-шоу — покращити сприйняття, зрозуміти зміст програми за допомогою суперечок і складних питань, висловлювання різних точок зору.

Інтелектуально-розважальні програми — це програми, які базуються значною мірою на «мозку» людини, але в той же час елементом такої програми є гра. Такі проєкти можна вважати найпопулярнішими, адже вони розраховані на будь-який вік і не враховують загальний стан аудиторії. Приклади: «Хто зверху?» («Новий канал»), «Найрозумніший», «Дурнів + 1» («1+1»), «Куб». Програми «інфотеймент» мають такий принцип — інформувати і розважати водночас.

Слово «інфотеймент» є результатом поєднання двох слів: інформація та розваги, поєднання новини та розваги, критична інформація у розважальній формі. Приклади програм виду «інфотеймент» є: «Все буде добре» («СТБ»), «Аферисти в сітях», «Абзац», «Суперінтуїція» («Новий канал») [62].

Дослідниця К. Чорна вважає, що інфотейнмент реалізує три основні функції сучасних телевізійних програм: розваги, інформація та комунікація. І

всі види, форми та жанри телебачення, включаючи телерекламу, будуть ефективними лише тоді, коли вони втілюють ці функції.

Досліджуваний жанр поєднує інформацію та розваги для забезпечення комунікації, тим самим підвищуючи рейтинги програм у всіх групах аудиторії. У будь-якій програмі новин на цьому етапі присутні розважальні елементи, намагаючись задовольнити інтерес аудиторії або шляхом розрахунку співвідношення між інтересом новини, сенсації, жаху і пліток, або за особистим стилем ведучого до «своїх» аудиторії.

Мета соціальних новин — надати якомога більше інформації якомога більшій кількості людей, тому що вони повинні мати можливість порівнювати своє життя з життям інших, намагаючись покращити своє життя. Однак одним із головних напрямків телебачення є кінець 20-го — початок 21-го століття. Його можна розглядати як взаємне проникнення форматів, в результаті чого виникає явище поєднання інформації та розваги — інфотейнмент [60, с. 215].

К. Чорна стверджує, що в умовах сучасного українського телевізійного простору інформаційно-розважальний формат є найпопулярнішим, але складним для реалізації. До естетичних аспектів інфотейменту, які виділяють дослідники можна віднести: історично-емоційний зміст, ідеалізм оратора, пряма трансляція чи імітація, графіка, яскравість, звукові ефекти та інтерактивність; словникова гра; фрагментація; формат діалогу; серйозний і несерйозний синтез [60, с. 215].

Реаліті-шоу — це форма телебачення, один із видів телевізійних розважальних програм та онлайн-трансляцій. Дизайн телевізійного жанру — це безперервне відображення дій групи (або груп) людей у найближчому до життя середовищі [62].

Перший популярний вид розважальних шоу-видовищ варто розглянути окремо. Прикладами таких програм є «Танці зі зірками» та «Зірковий дует». У більшості глядачів є час, щоб познайомитися. Глядач думає приблизно так: я міг би зробити це, якби зробили моїх кумирів.



Світські хроніки (програма про моду і моду) — це короткі інтерв'ю з зірками шоу-бізнесу, знаменитостями та іншими світськими людьми. Найяскравіший приклад історії — «Світське життя з Катериною Осадчою» («1+1»), а також різноманітні шоу на М1 TV, особливо на тижнях української моди.

Музичні програми чудові для глядачів. Безперечною перевагою є те, що подібні телепередачі можуть дивитися люди різного віку. Існують як сезонні музичні програми, так і спеціальні конкурси до програмного заходу.

Ігрові розважальні програми — це шоу, де зображені момент змагання, гри та визнання «найкращого». Чим більше людей залучено, тим гарячіша гра. Переглядаючи такі програми, глядач стає другом, сильним партнером людей, усвідомлює, що може бути на їхньому місці.

Кулінарне шоу — це змагання людей, прагнень та моделей їжі, нових кухарів та професіоналів за перемогу та головний приз. На шляху до мети учасники, які долають непрості випробування, мають можливість дізнатися про високотехнологічну кухню Європи. Прикладом такого шоу є «МастерШеф» («СТБ»).

Гумористичні програми зазвичай розважають майже всю аудиторію. Є можливість весело відпочити, посміятися над собою, над політиками, над своїми поглядами. Основне завдання таких програм — створити атмосферу веселощів і сміху.

«Програми-перевтілення». Попелюшка перетворюється на принцесу. Звичайні сірі миші перетворюються на гідних наречених. «Я соромлюсь свого тіла» («СТБ»), «Подаруй мені мою красу» («1+1») — програми, які переконують глядачів, що «чудеса» можуть статися з кожним.

Шоу талантів — це співочо-танцювальна телевізійна програма, що передбачає участь у шоу, яке забезпечує професійні навички та талант, зовнішній вигляд і вік учасників мають другорядне значення. Приклади: «Україна має талант», «Танцюють всі!», «Ікс-Фактор» («СТБ»), «Голос країни» («1+1»), «Голос країни. Діти» («1+1»).

Тревел-шоу або програми про подорожі — це програми, в яких телевізійники подорожують різними куточками світу, знайомлячи глядачів з життям, звичаями та традиціями інших людей. Такі програми допомагають розширити видимість, підвищити інтелект, розвинути приємний смак населення. Найяскравішими прикладами таких телешоу є «Орел і решка» («К1», «Інтер», «Новий канал») та «Світ навиворіт» («1+1»).

Спортивні програми — це розважальні програми, де учасники проєкту повинні наприкінці презентувати власні спортивні результати. Це такі програми, як «Зважені та щасливі» («СТБ»), «Великий футбол» («Футбол 1»).

Дитячі програми — це програми, призначені виключно для дітей та молоді. Сьогодні існує багато розважальних програм для дітей. Це аніме, фільми, дитячі програми, дитячі телешоу, дитячі фільми. Найбільшою популярністю серед дітей та молоді користуються телевізійні розважальні та навчальні програми, фільми та фільми. Прикладами дитячих телепередач є «Крок до зірок», «Дитяче Євробачення», «Смішарики», «Уроки тітоньки сови» [62].

Науковець І. Венгер виокремлює новий тип телепрограм — авторська телевізійна програма. Це програма на телебаченні, концептуально розроблена та реалізована як авторський проєкт — від початкової ідеї до управління та контролю всіх етапів телепродукції колективної програми [8].

Розрізняють такі види авторських програм:

- інформаційно-аналітичні («Факти тижня з Оксаною Соколовою», «ТСН тиждень» Алли Мазур);
- публіцистичні («Шустер live» Савіка Шустера, «Люди. Hard Talk» Наталії Влащенко);
- розважально-ігрові («Світське життя з Катериною Осадчою», «Світ навиворіт з Дмитром Комаровим»).

Ядром авторського телешоу є ідея оригінального автора. Зміст питання залежить від обраної теми та формату телешоу, а також від того, чи відповідає воно етичним стандартам журналістики.

Авторська програма акцентує увагу на нестандартній і грамотній інтерпретації фактів, що залежить від свідомості та таланту автора, вміння швидко реагувати на події, вміння представляти героїв, організовувати дискусії, імпровізувати.

Автор-ведучий є творцем програмної концепції, яка втілена в телеформаті, на його думку, з огляду на місію телекомпанії та вимоги телекомпанії, це найкращий глядач для презентаційного матеріалу.

Авторська програма відрізняється оригінальним викладом матеріалу, що дозволяє донести позицію репортера та учасників до аудиторії у форматі діалогу. Він схильний до складних драм, насичених відео, нестандартних режисерських навичок і навичок монтажу. Це багато в чому залежить від вербальної та невербальної поведінки ведучого.

Авторські програми зазвичай публікуються систематично і регулярно, з фіксованим часом і місцем у мережі мовлення. Стил авторської програми відзначається експресивністю новин і використанням художніх засобів.

Авторська програма — комплексний медіа-продукт, який може поєднувати різні види: розслідування журналістів, есе, портрети, репортажі, нариси тощо, ближче до стилю документального [8].

Отже, ми розглянули типології вчених, що систематизували телевізійні програми за різними ознаками. На нашу думку, найбільш повною класифікацією телевізійних програм є поділ науковців В. Лазебного, В. Бакіко та О. Омелянець. Адже вчений створив типологію за функціональним призначенням з наведенням яскравих прикладів. Також у підрозділі ми розглянули класифікацію розважальних телепрограм, які зараз є популярними серед глядачів. Ми вважаємо, що деталізовану типологію за ознакою змісту окреслили дослідники Я. Бардаков та Н. Тяпкіна.

## **РОЗДІЛ II. РОБОТА РЕДАКТОРА НАД ПІДГОТОВКОЮ ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ ПРОГРАМИ**

### **2.1. Основні функції та завдання редактора телевізійної програми**

Якість таких телепередач значною мірою визначається кваліфікацією журналістів, репортерів, режисерів, редакторів та інших людей, які беруть участь у їх підготовці. Ще один важливий фактор — вміння вибрати найбільш релевантне, неупереджене, допитливе та об'єктивне.

Редактор — це людина, без якої неможливо підготувати жодну телевізійну програму, у тому числі й випуск новин. Він визначає основну стратегію програми, її кінцеву мету. Одним із головних завдань редактора є забезпечення якості трансляції програм телевізійних новин. Виконання цього завдання вимагає розуміння основних принципів і принципів, які структурують такі новини, щоб одержувачі могли їх краще зрозуміти.

Дослідник А. Дутчак виокремлює головні завдання та функції редактора телевізійної програми:

1. Створення телерадіопрограм здійснюється відповідно до програми випуску тематичних календарів [20].
2. Брати участь у розробці презентаційних концепцій, календарних тем та виробничих графіків.
3. Формувати, розширювати та оновлювати авторські ресурси штатних та позаштатних авторів, які замовляють літературні основи різних видів телевізійних програм.
4. Подавати авторську заявку та сценарій передачі на розгляд редакційно-художньої комісії, підготувати документацію для авторського договору. У роботі з авторами він допомагає їм оволодіти деталями телебачення, консультуючи щодо структури та змісту сценарію, вибору викладавального матеріалу, складу учасників шоу.
5. Вносити пропозиції щодо прийняття чи відхилення схеми або необхідності внесення змін та доповнень до неї та своєчасно повідомляти автора про прийняте рішення.

6. Авторський матеріал редагується для забезпечення фактичної точності.

7. Редактор повинен узгоджувати з авторами скорочення, доповнення та зміни. При необхідності організовувати рецензування поданих матеріалів.

8. Забезпечити дотримання авторських прав, своєчасну подачу сценаріїв творчому колективу та участь у трансляції спікерів, передбачених сценарієм.

9. Брати участь у роботі знімальної групи (творчої групи) на всіх етапах виробництва та здачі для завершення показу.

10. У межах своєї компетенції консулювати режисера під час зйомок (запису), монтажу та озвучування.

11. Взаємодія з органами державного та господарського управління, місцевого самоврядування, громадськими організаціями, творчими спілками, кореспондентами.

12. Організовувати зворотний зв'язок телеглядачів щодо призначених розділів і серіалів, обробляти листи глядачів, використовувати їх для створення програм, готувати відповіді авторам листів, коментувати телепрограми.

13. Вчасно підготувати та подати мікрофонні матеріали.

14. Переглядати (прослухати) підготовлений до трансляції матеріал, відредагувати його.

15. Наглядати за правильним оформленням та своєчасним випуском платіжних документів, консулювання щодо розмірів винагород авторів та учасників програми.

16. Ведення архівів позаштатних авторів, записів програм мовлення [20].

До обов'язків редактора, на думку науковця З. Дмитровського, входить:

1. Своєчасна технічна підтримка групи контролю (наявність транспорту, заявлена кореспондентом обладнання).

2. Постійний телефонний зв'язок з інформаційними об'єктами та творчими колективами.

3. Контроль своєчасного подання до редакції письмової, звукової чи візуальної інформації плану.

4. Перевірка істинності і достовірності фактів, цифр, імен, цитат тощо.

5. Підготовка контрольних звітів, процедури редагування.

6. Доповнення останніх звітів останніх звіти [17, с. 72].

Редактор телевізійної програми повинен знати:

- чинне законодавство про інформацію, постанови, накази, розпорядження та інші нормативні документи вищих органів влади, що визначають художній рівень телерадіопрограм;

- інформацію про вітчизняні та зарубіжні суспільно-політичні події, умови та перспективи економічного, наукового та культурного життя;

- передовий вітчизняний та зарубіжний досвід організації телебачення, технічні засоби та методика телевізійних і телепрограм, літературний монтаж;

- базові знання авторського права та трудового законодавства, порядок підписання та виконання авторських договорів, основи економіки;

- організація та управління працею;

- нормативні акти та методичні поради щодо регулювання діяльності творчих працівників;

- нормативні акти з охорони праці, виробничої гігієни, протипожежного захисту тощо [23, с. 61].

Вимоги до обробки тексту новини редактором телевізійної програми:

1. Час програми обмежений, тому інформація має бути максимально короткою, щоб містити найбільший обсяг інформації.

2. Повідомлення має містити ключові слова. Слід зазначити в назві, а потім повторити або замінити синонімом у сюжеті. Таким чином, аудиторія буде в курсі суті новин і не розгубиться до кінця історії.

3. Рекомендується звернути увагу на початок повідомлення. Зрештою, він може або привернути увагу одержувача, або скасувати його та примусово перемкнути канал.

4. Невдало розпочинати репортажі словосполученнями та словами: «як і очікувалося», «дивно», «як продовження» вчорашнього репортажу. Ми вважаємо, що ці підказки недоречні, оскільки таке формулювання надає повідомленню суб'єктивний відтінок, який є неприйнятним у новинах. Крім того, є ще такі приклади недоречного початку: «Здивуй нас...», «Пощастило», «Неймовірно, але...» тощо [23, с. 62].

5. Редактори не повинні відтворювати текст, який починається з імені невідомої чи менш відомої особи або починається зі слів, як-от «вчора», «знову» тощо. Адже інформація має бути цікавою незалежно від попередніх ефірів та сюжетів. Також новини не можна назвати хорошими чи поганими — вони можуть викликати негативну реакцію глядачів.

6. Стислість повідомлення забезпечується відповідною синтаксичною структурою. Однією з найпоширеніших помилок у телевізійних виступах є речення довжиною 20–30 слів.

7. Інформація має бути максимально простою та зрозумілою. Зрештою, глядач не може перемотати шоу назад, щоб побачити те, чого він не зрозумів або не зрозумів з першого разу. Це те, чого редактори повинні керуватися під час підготовки свого тексту [23, с. 62].

Для того, щоб редактор міг перевірити, чи відповідає створений сюжет специфікації, його слід порівняти з розмовною мовою. Тільки так можна повністю оцінити, чи дійсно сюжет настільки легкий для розуміння. Редактори також повинні самі відповісти на такі запитання:

1. Чи добре сприйнятий текст був прочитаний вголос?
2. Що вважається складним?

3. Чи можна передати те саме повідомлення у простіших реченнях? [23, с. 63].

Рекомендації щодо редагування мови новин ми доповнили аналіз власними спостереженнями та розробили правила, яких повинні дотримуватися редактори, щоб забезпечити чіткість тексту:

1. Заміна іншомовних слів українськими: інтеграція-об'єднання, втручання-вторгнення, мінімізація-зменшення тощо [13, с. 110].
2. Уникати метафори і формулювання, оскільки заперечення відволікають споживачів від суті повідомлення.
3. Уникати штампів і кліше, які роблять текст банальним і нецікавим.
4. Усунути подвійні заперечення: неможливо не згадати, ніхто не постраждає, ніхто не помічає недоречного, ніхто не помічає недбалості тощо.
5. Відстеження та заміна тавтологій: спеціалізовані видавництва, ефективна робота співробітників компанії, визначальні фактори тощо.
6. Використання сполучників, наприклад: для часу, місця: тоді, минулого року, тут, там, цього року тощо; зміна думки: але, так, навпаки, проте, тощо.
7. Видалити зайві слова та плеоназми: ми можемо вірити — ми віримо.
8. Не обтяжувати речення проміжними і інтервенційними структурами: «За словами очевидців, вибух стався близько восьмої» можна замінити, наприклад, на пряму мову.
9. Уникати перенасиченості чисел, оскільки довгі комбінації чисел важко почути глядачам; в деяких випадках доцільне округлення чисел, наприклад, 997890 — близько мільйона;
10. Використовувати активні дієслова, щоб наблизити події до аудиторії та зробити їх більш реалістичними: закони, ухвалені Верховною Радою — закони, затверджені Верховною Радою.



11. Часто споживачам байдуже, на якому каналі вона дивиться той чи інший епізод, вони здебільшого там для інформації. Якщо всі телеканали мають однаковий тип випуску новин, легко втратити аудиторію, якій нема про що турбуватися, адже вона просто поглинає потік. Але коли ці потоки наповнюються особливими повідомленнями, стилями, формами тощо, виникає інтерес, і споживач вмикає телевізор не для того, щоб дивитися новини, а щоб дивитися новини на каналі, який його цікавить [13, с. 110].

Якщо передача — це розмова чи розмовна суперечка (може бути інтерв'ю, дискусія) між репортером і гостем студії, то в цьому випадку вистачить одного редактора [14, с. 8].

Роль редактора телевізійної передачі також полягає у визначенні термінів випуску новин, оскільки терміни випуску новин суворо обмежені загальною мережею мовлення радіостанцій або телеканалів. Цей фактор впливає на обсяг тексту та зміст кожного повідомлення.

На телебаченні тривалість випуску новин також визначає деталі кожної новини, спосіб поєднання розповіді та телевізійного висвітлення («виступ плюс відео», «розмова в кадрі» тощо) і час для кожної теми.

Одне із завдань редактора при написанні новинної програми — намагатися уникнути перекосів у балансі між позитивними та негативними новинами. На жаль, центральні канали все ще тяжіють до каналів, які можуть призвести до примхливості та відторгнення глядачів. Правка зрозуміла — він базується на припущенні теорії інформації, що найбільша кількість інформації — це найменш очікувана подія, в даному випадку — пожежі, повені, обвалення будівель, вбивства тощо трапляються не щодня.

Якщо немає надзвичайної ситуації, катастрофи чи стихійного лиха, новини, як згадувалося раніше, зазвичай починаються з висвітлення політичного характеру і закінчуються висвітленням культури, спортивних подій, розваг і прогнозів погоди. В інших випадках, орієнтуючись на психологію сприйняття глядача та побудову ритму шоу, чергувалися новини різного характеру. Програми новин все більше структуруються, щоб

включати повідомлення та відео, які викликають широкий резонанс серед глядачів телебачення. Тривалість звіту може змінюватися, залежно від його важливості та інтересу для громадськості [14, с. 8].

Можна сказати, що редактори — це і підтримка, і водночас супротивники журналістів. Супротивник, тому що він часто відкидає те, що можуть запропонувати журналісти, а іноді вилучає з репортажів те, що важливе, на погляд журналіста. Підтримка, оскільки, як справжній друг, він скаже правду журналістам і прагне покращити роботу, яку створюють останні. Репортер повинен завжди пам'ятати, що редактор є першим глядачем/слухачем його репортажу. Якщо репортер повністю розуміє матеріал, про який говорить, і йому здається, що всі інші все розуміють, то редактор ставить себе в положення аудиторії/слухача, ніби чує його вперше, а тому хоче зробити це для аудиторії).

Отже, можемо зазначити, редактор новин — це комунікабельна людина, делегована аудиторія, яка як і аудиторія дивиться на сюжети, які створює репортер, визначає, що важливо і цікаво, а що ні, і що він (і аудиторія) розуміє і що слід пояснити в тексті або переставивши сюжет.

Редактор має особливу роль у творчому колективі: він вирішує, що знімати (тобто обирає теми, які можуть бути важливі чи цікаві для аудиторії), він оцінює, наскільки добре підготовлений матеріал, чи викличе розповідь інтерес і розуміння широкої громадськості.

## **2.2. Журналістські стандарти у роботі редактора**

Телебачення сьогодні залишається основним джерелом інформації для людей, телеканали порушують професійні стандарти і часто повідомляють новини однобічно [17, с. 74]. Для усунення пропонованої ситуації редакторам під час редагування сюжетів потрібно дотримуватися етичних стандартів журналістики:

1. Стандарт балансу думок.

2. Відокремлення фактів від коментарів.
3. Стандарт точності висвітлення даних.
4. Стандарт достовірності.
5. Стандарт повноти.
6. Оперативність подання інформації.

Стандарт балансу думок вимагає викладати у матеріалах погляди всіх сторін конфлікту та забезпечити всебічне та неупереджене висвітлення подій. Тільки тоді аудиторія отримує повну картину та отримує достатньо інформації, щоб зробити власні висновки.

У наш час, коли новини розповсюджуються максимально швидко, дотримання стандарту балансу часто зводиться до того, що у ЗМІ повідомляють лише позиції сторін конфлікту. Це не дає глядачам глибшого розуміння того, що є правдою, а що неправдою. Тому важливо не лише шукати та викладати позиції, а й аналізувати та обґрунтовувати їх аргументи, а якщо не вистачає часу, проводити незалежну експертну оцінку. Ми маємо на увазі, що експерт — це той, хто повністю компетентний у даній темі, але не сторона конфлікту (або учасник події) [9, с. 8].

Стандарт достовірності стверджує що кожен факт, представлений у матеріалі, повинен мати ідентифікаційне та надійне джерело інформації. Названі та ідентифіковані джерела завжди краще, ніж анонімні джерела. Взагалі анонімні джерела є найслабшою ланкою в роботі журналістики та їх потрібно максимально уникати.

Практичні поради для редактора щодо використання джерел інформації:

- використовувати джерела, коли це можливо, оскільки вони відповідають за надану інформацію, проте редакційна команда залишиться відповідальною за точність, збалансованість та інші стандарти;
- використання неназваних чи анонімних джерел, коли це необхідно для надання інформації, що становить суспільний інтерес, і лише ці джерела володіють інформацією;

- публікація новин з анонімного джерела лише у виняткових випадках за умови, що це достовірна інформація з надійного джерела з прямим знанням ситуації. Матеріал на основі одного або навіть анонімного джерела безумовно потребує додаткових процедур перевірки;
- повторна перевірка інформації. Два або більше джерел краще, ніж одне. Оцінка інформації з анонімних джерел;
- пошук та отримання інформації чесно. Надання якомога більшого контексту та подробиць про джерело, назване чи анонімне, щоб перевірити достовірність інформації, яку вони надають;
- захист конфіденційності джерел є надзвичайно важливим. Ні репортер, ні редакція не розголошують джерело. Джерела можуть надавати інформацію будь-яким доступним способом — телефоном, особисто, електронною поштою, месенджером, соціальними мережами тощо. Але варто розуміти, що будь-яке повідомлення може бути перехоплено третіми сторонами;
- точність інформації. Краще опублікувати пізніше, ніж подати неправильну інформацію [9, с. 15].

Стандарт відокремлення фактів від коментарів. По-перше, у консервативному жанрі інформаційних новин, взагалі не потрібно коментувати матеріал. Тому жодним чином журналіст не коментує і не оцінює, першим викладає факти перед аудиторією, а редактор контролює при перевірці. По-друге, висвітлення думок учасників заходу. Третє — експертний висновок. Кожен факт має кваліфіковане джерело. Кожна думка має певного автора. Журналісти представляють аудиторії джерело фактів та автора думки. У цьому випадку факти автоматично відокремлюються від висновків та оцінок.

У більш ліберальному жанрі — авторському шоу чи новинній статті — автор-журналіст може висловити свою думку, але він завжди повинен її чітко висловлювати («я особисто думаю», «за словами автора цієї статті» тощо). Такий матеріал може бути позначений в окремому розділі або заголовку

(«Авторська скринька», «Думка автора», «Коробка редактора» чи іншим чином). Для такого матеріалу можна виділити окрему сторінку. Глядачеві має бути зрозуміло, що оцінка чи висновок не є «істиною в кінцевому підсумку», це лише суб'єктивна думка автора матеріалу. У новинах також неприпустимі оцінні судження, підміна фактів емоціями, колоритні епітети та порівняння. Наприклад, краще не використовувати яскраво забарвлені слова, такі як «ганебний», «проблемний», «безпрецедентний», усі визначення яких вже містять оцінку події, і журналістам не слід висловлюватися [1].

Точність є наріжним каменем інформаційної журналістики. Нікому не потрібна недостовірна чи неправдива інформація. Цей стандарт означає, що будь-які повідомлені факти відповідають істинним фактам і що будь-які думки цитуються точно без контексту. Точність цитування досягається завдяки ретельному дослівному відтворенню в тексті та безпосередньо записаній мові (на телебаченні та радіо). Фактична точність досягається шляхом ретельної перевірки в компетентних джерелах. Тут вступає в дію другий критерій — достовірність.

Контрольний список при редагуванні і перевірці точності інформації у журналістській новині:

1. Чи всі імена та назви правильно позначені (для радіо та телебачення, правильно вимовляються)?
2. Чи точно доповідач навів усі цитати?
3. Чи зроблено граматичну/вимовну помилку?
4. Чи точні кожне число і дата?
5. Чи всі терміни вжито правильно? Наприклад, чи дійсно підозрюваний був «заарештований» чи «затриманий»?
6. Чи кожен факт у вашій історії підтвердився?
7. Чи потрібно перевіряти факти, викладені речником? Наприклад, адвокат може надати інформацію «асиметрично» в інтересах клієнта.
8. Чи справжня історія? Усі висновки мають ґрунтуватися на фактах. Варто переконатися, що на всі питання, на які можна відповісти, є

відповіді. Якщо у немає відповідей на важливі запитання, або якщо не можливо знайти важливу інформацію, варто повідомити аудиторію [1].

Стандарти повноти інформації. Будь-яка тема вимагає якнайповніших фактів і думок. Тож завдання журналістів — знайти все це у компетентних джерелах. Новини повинні відповідати на питання: що сталося, де це сталося, коли це сталося; додавати до аналізу, чому це сталося і до чого це призведе, а також думки експертів; новини на сайті також мають бути доповнені контекстом, який має вказувати на передумови події, контекст події.

Необхідно пояснити всі складні терміни. Звертаючись до експертної думки, або взагалі на головну тему новин, варто озброїтися принципами надійного оратора, пам'ятаючи, що навіть престижна чи перевірена людина може бути особисто піддана маніпулюванню з боку когось. Обираючи експерта, слід забезпечити його незалежність, особливо для політологів, яким певні політичні сили часто оплачують окремо, такі коментарі не підвищують цілісність матеріалу, а посилюють маніпуляцію [5, с. 67].

У стандарті оперативності зазначено, що ЗМІ повинні повідомляти про поточні події якомога швидше, але без шкоди іншим стандартам. Новини, від яких залежать життя та безпека людей, потребують виняткової швидкості подання. Це стосується військових новин, кліматичних та екологічних катастроф тощо. Часто журналісти ігнорують інші критерії, особливо онлайн-ЗМІ, бажаючи якомога швидше повідомити новини. Розповсюджуючи необґрунтовані та незбалансовані новини, ЗМІ втрачають свою основну функцію — доносити людям лише правдиву інформацію. У цьому контексті ЗМІ не відрізнятимуться від соціальних мереж, які вимірюють медіа-організацію в цілому [5, с. 67].

Стандарт оперативності вимагає від інформатора своєчасного надання будь-якої інформації. Тобто в наступному номері газети/газети. У цьому випадку інформація має бути повною та поданою у найвищій якості. За визначенням, цей стандарт «суперечить» деяким попереднім стандартам.

Зрештою, пошук і перевірка всіх фактів, необхідних для підтвердження фактичної цілісності, і всіх думок, необхідних для досягнення балансу, може зайняти більше часу, ніж це зазвичай здійснюється до трансляції або до публікації випуску. Цей «конфлікт» вирішується надзвичайно просто. Щоб вчасно подати інформацію про те, слід просто вказати те, чого на даний момент не вистачає. Й інформувати аудиторію про подальші зусилля, щоб знайти ці факти та думки. Тому основним правилом застосування еталону оперативності є відповідність стандарту точності. Тобто транслювати можна лише ті факти, які перевірені. Наприклад, великі інформаційні організації та провідні онлайн-ЗМІ традиційно роблять це — частково повідомляють важливі новини, коли інформація підтверджується. Для телебачення вихідним може бути словесне повідомлення, коротка «картинка» події або — якщо подія сталася під час чи відразу після прес-релізу — пряма трансляція [5, с. 68].

## **РОЗДІЛ III. АНАЛІЗ РЕДАКТОРСЬКОЇ РОБОТИ НА СУЧАСНИХ РЕГІОНАЛЬНИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ (НА ПРИКЛАДАХ TV-4 ТА UA:ТЕРНОПІЛЬ)**

### **3.1. Специфіка роботи редактора в інформаційно-розважальних прямоефірних програмах телеканалу TV-4**

Телекомпанія «TV-4» — телевізійний канал регіонального телебачення Тернопільщини, транслюється інформаційно-розважальний контент. Заснована 16 вересня 1991 року, директор Юлія Винокур.

Для проведення дослідження особливостей роботи редактора над інформаційно-розважальними передачами телеканалу TV-4 було обрано 3 програми: «БатькиVSдіти» (*Додаток А, рис. 1.*), «Погляд експерта» (*Додаток А, рис. 2.*), «На гарячому» (*Додаток А, рис. 3.*).

Телевізійна програма «БатькиVSдіти» — це програма, спрямована на формування у глядачів критичного мислення до висвітленої інформації у засобах масової інформації. У передачі, незважаючи на суперництво між дітьми та батьками, пропагується не змагання, а конструктивне висвітлення точок зору. Телепрограма дає можливість глядачам у форматі шоу-змагань дізнатися багато нової інформації про Україні та світ, розвинути логічне мислення.

Телевізійна програма «Погляд експерта» — це випуск повідомлень, щоб швидко повідомляти про поширені захворювання людини. В передачі опитують думку кількох глядачів та експерта — лікаря відповідної галузі, який розповідає про захворювання, профілактику та лікування.

Телевізійна програма «На гарячому» — це програма, яка передає надзвичайні події, що відбулися на Тернопільщині. Кримінальна хроніка, яка створена за сприяння ГУНП у Тернопільській області.

Для дослідження специфіки роботи редактора над телевізійними програми взято до уваги такі критерії:

- дотримання журналістських стандартів;
- уніфікованість назв, фактів, цифр, імен;



- відповідність вимогам обробки тексту новини.

З метою детального аналізу переглянуто випуски кожної з програм «БатькиVSдіти. 4 випуск», «Вірус папіломи людини. Погляд експерта, випуск 5», «Фібриляція передсердь. Погляд експерта, випуск 1», «Емоційне вигорання. Погляд експерта, випуск 2», «Надзвичайні події "На гарячому" (01.12.2021)», «Надзвичайні події "На гарячому" (28.12.2021)», «Надзвичайні події "На гарячому" (14.02.2022)».

Специфіка роботи редактора на прикладі програми «БатькиVSдіти»:

1. Тривалість програми — 1 год.
2. Фактичні дані у випуску уніфіковані.
3. Дотримані такі журналістські стандарти: стандарт балансу думок (групи поділені на дві команди), відокремлення фактів від коментарів, стандарт точності висвітлення даних.
4. Відсутність у програмі ключових слів.
5. Програма зацікавлює глядача одразу, адже у розважальному форматі нас знайомлять з учасниками та правилами гри.
6. Інформація висвітлена у програмі є максимально простою та зрозумілою. Учасникам озвучують запитання, на які вони повинні відповісти правдива чи фейкова інформація з обґрунтуванням думки. Приклад запитання: *«Перше співооче поле в Україні з'явилося у Тернополі?»*, відповідь: *«Правда. Співооче поле збудували в червні 1986 року»*.

Специфіка роботи редактора на прикладі випуску програми «Вірус папіломи людини. Погляд експерта, випуск 5»:

1. Тривалість програми — 7 хв.
2. Фактичні дані у випуску уніфіковані.
3. Дотримані всі журналістські стандарти: стандарт балансу думок, відокремлення фактів від коментарів, стандарт точності висвітлення даних, стандарт достовірності, стандарт повноти, оперативність подання інформації.
4. В короткий термін програми поданий великий обсяг корисної інформації.

5. Повідомлення у випуску програми містить ключові слова: вірус папіломи людини (ВПЛ). Це словосполучення і тема сюжету зазначена в назві, а також постійно повторюється у випуску.

6. Початок програми затримає увагу слухача, оскільки подається запитання *«25 чи 40? Коли жінкам краще народжувати»*, на яке у програмі нададуть відповідь.

7. Забезпечена стислість повідомлення.

8. Подана в сюжеті інформація є максимально простою та зрозумілою глядачеві. Висвітлюються коментарі жінок Тернополя, а також експертна думка лікаря-гінеколога. Важливу інформацію дублюють на екрані текстом.

Специфіка роботи редактора на прикладі випуску програми *«Фібриляція передсердь. Погляд експерта, випуск 1»*:

1. Тривалість програми — 8 хв.

2. Фактичні дані у випуску уніфіковані.

3. Дотримані такі журналістські стандарти: стандарт балансу думок (експертну думку представляє Софія Липовецька — лікар-кардіолог), відокремлення фактів від коментарів, стандарт точності висвітлення даних, стандарт достовірності, стандарт повноти.

4. В короткий термін програми поданий великий обсяг корисної інформації.

5. Повідомлення у випуску програми містить ключові слова: серце, фібриляція передсердь. Ці словосполучення і слова є темою сюжету, зазначені в назві, а також постійно повторюються у випуску.

6. Початок програми затримає увагу слухача, оскільки починається програма словами *«72 удари на хвилину, 100 000 ударів за день і 3 600 000 на рік. Серце невпинний і незмінний мотор людського організму»*.

7. Забезпечена стислість повідомлення.

8. Подана в сюжеті інформація є простою та зрозумілою глядачеві. Висвітлюються коментарі жителів Тернополя, а також експертна думка

лікаря-кардіолога. Важливу інформацію, яку потрібно занотувати та запам'ятати повторюють на екрані текстом.

Специфіка роботи редактора на прикладі випуску програми «Емоційне вигорання. Погляд експерта, випуск 2»:

1. Тривалість програми — 8 хв.
2. Фактичні дані у випуску уніфіковані.
3. Дотримані такі журналістські стандарти: стандарт балансу думок (висвітлена експертна думка Юлії Порохняк, психологині медичного центру «NeoClinic»), відокремлення фактів від коментарів (чіткими фактами оперує експерт та фактичні дані озвучує ведуча з дублюванням на екрані), стандарт точності висвітлення даних, стандарт достовірності, стандарт повноти.
4. За короткий час висвітлена вся необхідна інформація про синдром емоційного вигорання. Подані дані про поняття синдрому, причини виникнення, способи лікування.
5. Повідомлення у випуску програми містить ключові слова: синдром, емоційне вигорання, емоційне виснаження. Ці слова та словосполучення часто повторюються в програмі та дублюються в назві випуску.
6. Початок програми цікавий та приверне увагу глядача, оскільки починається словами «Синдром 21-го століття» з подальшим поясненням що це за синдром та чому він виникає.
7. Сюжет випуску програми стислий, наповнений всією необхідною інформацією.
8. Подана в сюжеті інформація є максимально простою та зрозумілою глядачеві. Висвітлюються коментарі жителів Тернополя, а також експертна думка психологині. Важливу інформацію дублюють на екрані текстом.

Специфіка роботи редактора на прикладі випуску програми «Надзвичайні події "На гарячому" (01.12.2021)»:

1. Тривалість програми — 4 хв.

2. Фактичні дані у випуску уніфіковані.
3. Дотримані такі журналістські стандарти: відокремлення фактів від коментарів, стандарт точності висвітлення даних, достовірності та повноти.
4. Час програми обмежений, інформація подана максимально чітко та лаконічно.
5. Повідомлення сюжету не містять ключові слова.
6. Висвітлена у 3 сюжетах інформація є простою та зрозумілою для глядача. У сюжетах програми розглядаються кримінальні події, що відбулися на Тернопільщині.

Специфіка роботи редактора на прикладі випуску програми «Надзвичайні події "На гарячому" (28.12.2021)»:

1. Тривалість програми — 4 хв.
2. Фактичні дані у випуску уніфіковані.
3. Дотримані такі журналістські стандарти: відокремлення фактів від коментарів, стандарт точності висвітлення даних, достовірності та повноти.
4. Час програми обмежений, інформація подана максимально стисло. За 4 хв випуску висвітлено 4 сюжети.
5. Повідомлення сюжету не містять ключові слова, що, на нашу думку, в даній програмі не доцільні, адже за максимально короткий час розглядають багато подій.
6. Висвітлена у 4 сюжетах інформація є простою та зрозумілою для глядача. У сюжетах програми розглядаються кримінальні події, що відбулися в Тернополі чи/та Тернопільській області.

Специфіка роботи редактора на прикладі випуску програми «Надзвичайні події "На гарячому" (14.02.2022)»:

1. Тривалість програми — 4 хв.
2. Фактичні дані у випуску уніфіковані.

3. Дотримані такі журналістські стандарти: відокремлення фактів від коментарів, стандарт точності висвітлення даних, достовірності та повноти.

4. Час програми обмежений 3-4 хв, інформація подана максимально коротко. Розкривають суть кримінальної події та її результат.

5. Повідомлення сюжету не містять ключові слова. Ми вважаємо, що у короткому випуску вони не є потрібними.

6. Висвітлена у 5 сюжетах інформація є зрозумілою для глядача. У сюжетах програми розглядаються кримінальні події, що відбулися на Тернопільщині, програма створена за сприяння ГУНП у Тернопільській області. В окремих сюжетах надають коментарі працівники законодавчих органів.

Отже, здійснивши детальний аналіз роботи редактора над програмами телевізійного каналу TV-4, можна зробити висновок, що окремі передачі потребують вдосконалення. Зокрема, для дослідження обрано 3 інформаційно-розважальних програми: «БатькиVSдіти», «Погляд експерта», «На гарячому». Передачі «Погляд експерта» та «На гарячому» відповідають всім поставленим критеріям: уніфікованості інформації, дотримання журналістських стандартів та відповідність вимогам. У програмі «БатькиVSдіти» формат, який у цікавій формі змагань допомагає глядачам розвинути критичне мислення та дізнатися багато фактів про світ. Недоліком програми є не відповідність усім вимогам.

### **3.2. Специфіка роботи редактора під час підготовки суспільно-політичних передач телеканалу UA:Тернопіль**

UA:Тернопіль — це українська обласна суспільна телерадіокомпанія, головне регіональне медіа, здійснює підготовку та ретрансляцію радіо- і телепередач на території Тернопільської області.

Для проведення дослідження особливостей роботи редактора над суспільно-політичними програмами телеканалу UA:Тернопіль було обрано 3 програми: «Дебати» (Додаток Б, рис. 1.), «Новини» (Додаток Б, рис. 2.), «Історії (не) забутих сіл» (Додаток Б, рис. 3.).

Телевізійна програма «Дебати» — це обговорення суспільно важливих тем. Мета програми — створити культуру конструктивної дискусії, яка вчить людей висловлювати свої позиції та вирішувати конфлікти шляхом діалогу. Телепрограма дасть можливість громадськості глибше вивчити ту чи іншу проблему. Транслюється на телеканалі щоп'ятниці о 18.00 год.

Телевізійна програма «Новини» — це випуск місцевих новин, щоб швидко повідомляти про важливі події. Репортери каналу ведуть мовлення з місця, щоб поспілкуватися зі свідками та оперативним персоналом. Транслюється на телеканалі в будні дні о 17:00, 19:00, 20:40 год.

Телевізійна програма «Історії (не) забутих сіл» — це історії про зникнення старих сіл на Тернопільщині та про літніх людей, які там прожили все життя. Транслюється на телеканалі щонеділі о 13.30 год.

Дослідження особливостей роботи редактора над телевізійними програми базується на таких критеріях:

- дотримання журналістських стандартів;
- уніфікованість назв, фактів, цифр, імен;
- відповідність вимогам обробки тексту новини.

З метою детального аналізу переглянуто по випуску кожної з програм «Дебати. Зменшення кількості державних вихідних за і проти», «01.02.2022 Новини 20:40», «Село Пожежа. Історії (не) забутих сіл», «Хутір Кулеби. Історії (не) забутих сіл», «Хутір Млинки. Історії (не) забутих сіл».

Специфіка роботи редактора на прикладі програми «Дебати. Зменшення кількості державних вихідних за і проти»:

1. Тривалість програма — 50 хв.
2. Фактичні дані у випуску уніфіковані.

3. Дотримані такі журналістські стандарти: стандарт балансу думок (спершу висвітлюються коментарі експертів: Ольга Заставна — кандидатка юридичних наук, Ольга Шахін — голова організації «Підприємці Галичини», Любов Медвідь — психологиня та гештальт-терапевт), відокремлення фактів від коментарів, стандарт точності висвітлення даних, стандарт достовірності, стандарт повноти.

4. Програма триває 50 хв і за цей час у програмі висвітлюються коментарі експертів та відбувається 4 раунди дебатів, повідомлення висвітлені без зайвої інформації.

5. Повідомлення у випуску програми містить ключові слова, зокрема кілька разів повторюються слова державні вихідні, святкові дні, свято і також дублюються в назві програми.

6. У програми хороший початок, спершу висвітлюється загальна інформація про державні вихідні та їх потребу в Україні в такій кількості. Це одразу зацікавлює глядача.

7. Не забезпечується стислість повідомлення, експерти у дебатах (Олег Луцишин — кандидат економічних наук, доцент Західноукраїнського національного університету, Андрій Присяжний — голова Тернопільської обласної ради профспілок) вживають інколи речення, що складаються з 20-30 слів, проте, ми вважаємо, що в конкретному форматі програми це доречно.

8. Інформація висвітлена у програмі є максимально простою та зрозумілою. Починаючи від теми програми, яке є актуальною для більшості глядачів і закінчуючи думками експертів під час дебатів.

Специфіка роботи редактора на прикладі програми «01.02.2022 Новини 20:40»:

1. Тривалість програми — 17 хв.
2. Фактичні дані у випуску уніфіковані.
3. Тематика програми залежить від подій, що відбуваються, значна частина яких також є матеріалами, ініційованими обласними державними адміністраціями, обласними радами, Тернопільською міською радою,

політичними партіями, громадськими організаціями, культурно-освітніми закладами.

4. Дотримані всі журналістські стандарти: стандарт балансу думок (в кожному сюжеті є думка експерта чи експертів, наприклад, у сюжеті про використання еко-пакетів надали коментарі Наталія Фелович — кандидат економічних наук та Ігор Кузик — професор кафедри геоекології), простежується чітке відокремлення фактів від коментарів, стандарт точності висвітлення даних з дублюванням даних на екрані, стандарт достовірності, стандарт повноти, оперативність подання інформації.

5. Програма триває лише близько 20 хв, тому інформація має бути лаконічна та чітка. У випуску досконало це втілили і розглянули 6 сюжетів, на наш погляд, недоліком є те, що не вказали теми всіх сюжетів у анонсі.

6. Повідомлення кожного сюжету містить ключові слова. Наприклад, у сюжеті мова йшла про вакцинацію Covid-19, на це акцентували увагу в анонсі та продублювали власне у сюжеті.

7. Початок програми зацікавить глядача, оскільки одразу в анонсі вказані актуальні події: заміна поліетиленових кульків еко-пакетами, умови проведення цьогорічного ЗНО тощо.

8. Повідомлення стислі та при цьому максимально чіткі.

9. Інформація висвітлена у випуску новин є максимально простою та зрозумілою, статистичні дані дублюються на екрані для кращого розуміння.

Можна сказати, що у програмі «Новини» подаються збалансовані, незаангажовані сюжети. Ми вважаємо, що новинні програми набули масштаб, гостроту й динамічну подачу. Журналістські стандарти у новинах дотримано. Новинні випуски не лише є регіональними, а й виглядають загальнонаціональними. Теми, які розглядаються у випуску, є значущими для загалу на момент виходу новин.

Специфіка роботи редактора на прикладі програми «Історії (не) забутих сіл», випуск «Село Пожежа»:



1. Тривалість програми — 12 хв.
2. Фактичні дані у випуску уніфіковані.
3. У програмі не дотримані журналістські стандарти. Стандарт балансу думок не виконаний, подана інформація від двох очевидців-жителів села, протилежної думки чи позиції не висвітлено. Стандарт відокремлення фактів від коментарів не дотриманий, адже подана інформація тільки з вуст свідків, інших даних не висвітлено у програмі. Таким чином, інші стандарти: точності висвітлення даних, достовірності, повноти, оперативності також не можна вважати дотриманими.
4. Час програми обмежений, близько 12-15 хв, тому інформація у передачі максимально лаконічно. Проте є недоліки, які ми виявили в процесі перегляду. Зустрічається тавтологія, колишня жителька села тричі повторила, що останніх жителів села забрали діти. Варто було б один раз звернути увагу на цю інформацію і не повторювати.
5. Повідомлення у випуску містить ключові слова. Повторюється кілька разів назва населеного пункту «Пожежа» в контексті назви села і явища неконтрольованого горіння. Також кілька разів повторюється слово останній, що звертає увагу глядача на назву програми про забуті (покинуті) села.
6. Початок повідомлення дуже важливий і потребує конкретики, яка, на жаль, відсутня у програмі. Починається програма словами «В цьому селі я прожила 23 роки». На наш погляд, потрібно вказати назву селу, щоб привернути увагу глядача і конкретизувати інформацію.
7. Подана у програма інформація проста і зрозуміла для глядачів.
8. Перевагами програми, на нашу думку, є: чіткі дані, які повинні розкрити сюжет програми. Звідки виникла назва села (назвали село «Пожежа», адже вони було знищене під час війни), чому прийшов в занепад населений пункт, колишня інфраструктура села, кількість населення села тоді і зараз (раніше: 210-220 осіб, зараз: за пропискою 7 людей, жодна не проживає).

Специфіка роботи редактора на прикладі програми «Історії (не) забутих сіл», випуск «Хутір Кулеби»:

1. Тривалість програми — 12 хв.
2. Фактичні дані у випуску уніфіковані.
3. У програмі дотриманий стандарт балансу думок. Адже висвітлює дані краєзнавець Микола Красниця та жителька хутору. Стандарт відокремлення фактів від коментарів не виконана, інформація подається в сукупності. Дотриманий стандарт точності висвітлення даних та достовірності, наведена інформація про кількість жителів села (4 людини), історична довідка про 7 вояків ОУН, які загинули під час Другої світової війни тощо.
4. Інформація подана у програмі максимально лаконічно висвітлена і містить всю необхідну інформація про хутір Кулеба.
5. Повідомлення містить ключові слова. Повторюється кілька разів назва населеного пункту Кулеба і порівнюється з назвою будівель колиба, що є цікавим та привертає увагу глядача.
6. Початок програми частково привертає увагу глядачів. Недоліком є те, що не вказали в першому реченні назву хутора, а вказали «у *цьому місці*». Проте, привернули увагу одержувача про боротьбу вояків ОУН.
7. Інформація висвітлена в програмі є максимально простою та зрозумілою. Глядач зможе зрозуміти інформацію з першого разу, оскільки інформація дублюється короткими відомостями на екрані.

Специфіка роботи редактора на прикладі програми «Історії (не) забутих сіл», випуск «Хутір Млинка»:

1. Тривалість програми — 12 хв.
2. Фактичні дані у випуску уніфіковані.
3. У випуску не дотримані журналістські стандарти. Стандарт балансу думок не дотриманий, оскільки подали коментарі двох жителів хутора. Факти не відокремлені від коментарів жителів. Відповідно інші

стандарти точності висвітлення даних, достовірності та повноти також не виконані.

4. Подана інформація в програмі коротка, але, на наш погляд, багато непотрібної інформації, основну суть не розкрито.

5. Повідомлення у сюжеті не містить ключових слів. Слід часто повторювати назву хутору, щоб запам'ятали глядачі та особливість хутору, наявність печер.

6. Початок повідомлення у програмі не привертає увагу глядача: *«Вирішив з Тернополя перебратися сюди, щоб тут жити і щоб зручніше було»*. Немає конкретики для чого саме переїхати і куди, не вказано назву населеного пункту.

7. У цьому випуску програми «Історії (не) забутих сіл» інформація подається хаотично, тому глядач може її не зрозуміти. Спершу ми зустрічаємо героя, ім'я якого не вказано і він розповідає не про хутір Млинки, а власноруч створений готель. Основний сюжет — це історія про забуте село і цю тему не розкрито.

Отже, підсумовуючи аналіз 3 випусків програми «Історії (не) забутих сіл», можна сказати, що у програмі нехтують журналістськими стандартами. Ми вважаємо, що при дотриманні стандарту балансу думок передача була б більш насичена і цікава, варто брати коментарі у експертів, а не лише у жителів, висвітлювати чіткі факти і цікаві історії жителів. Ще одним вагомим недоліком пропонованої програми є відсутність логічності в подачі інформації.

Провівши докладне дослідження роботи редактора над випусками програм телеканалу UA:Тернопіль: «Дебати», «Новини», «Історії (не) забутих сіл», ми можемо зробити кілька висновків. Перш за все, варто відмітити професійність випусків передач «Дебати» та «Новини». В «Дебатах» розглядаються суспільно важливі теми з різних точок, що є цікавим і зрозумілим для глядача. У випуску програми «Новини» оперативно подається інформація про головні події, що відбулися в регіоні та в Україні.

Обидві вказані програми також відповідають критеріям: фактичні дані у випусках уніфіковані, дотримуються журналістські стандарти та відповідають вимогам. Проєкт «Історії (не) забутих сіл», на нашу думку, варто доопрацювати, важливо залучати експертів з певної галузі — краєзнавців, що докладно розповідатимуть історичну довідку населеного пункту, а тоді подавати коментарі очевидців.

## ВИСНОВКИ

Головною метою дослідження є аналіз роботи редактора під час підготовки телевізійної програми.

Телевізійна програма є різновидом телевізійної трансляції, відеоряд із певною спрямованістю та об'єднаний певним сюжетом. Створення телепрограми відбувається за певними принципами: актуальність та ефективність мовлення, відповідність профілю телевізійного каналу, фіксований термін телеефіру, стилістична і структурна цілісність.

Телевізійна передача має великий вплив на глядача і виконує ряд функцій, зокрема: встановлення тривалих зв'язків з аудиторією, дотримання моральних і етичних норм, культура мовлення телеведучих та запрошених гостей, виховна функція тощо.

Телевізійні програми поділяються на типи за різними ознаками. Висвітлено класифікації науковців В. Лазебний, В. Бакіко та О. Омелянець, І. Пуцята, Я. Бардаков та Н. Тяпкіна, О. Ясницька. На наш погляд, типологічний поділ за тематикою телевізійних програм В. Лазебного, В. Бакіко та О. Омелянця найбільш вдалий. Дослідники виокремлюють інформаційні, авторські, розважально-пізнавальні, культурно-освітні, дитячі, фільми, багатосерійні телефільми, спортивно-ігрові, розважальні та рекламні телевізійні програми.

Зміст роботи редактора над телевізійною програмою передбачає опрацювання матеріалів, сценарію телепередачі, перевірка достовірності фактів, контроль своєчасності подання плану телепрограми, участь у роботі знімальної групи тощо.

Редакторська підготовка телевізійної програми передбачає дотримання журналістських стандартів етики у роботі. Редактор повинен дотримуватися стандарту балансу точок зору, відокремлювати факти від коментарів, стандарту точності висвітлення даних, достовірності, повноти, своєчасності подання інформації.

Практична частина дослідження присвячена аналізу роботи редактора над телевізійними програмами телеканалів TV-4 та UA:Тернопіль.

При детальному аналізі роботи редакторів над програмами каналу TV-4 можна підсумувати, що деякі програми потребують доопрацювання. Зокрема, для дослідження було відібрано такі інформаційно-розважальні передачі, як «БатькиVSдіти», «Погляд експерта», «На гарячому». Програма «Погляд експерта» та «На гарячому» відповідають усім критеріям: уніфікованість інформації, журналістські стандарти та відповідність вимогам. Передача «БатькиVSдіти» допомагає глядачам розвинути критичне мислення та дізнатися багато фактів про світ у веселому конкурсному форматі. Недоліком цієї програми є те, що вона не відповідає всім вимогам.

Детально ознайомившись із роботою редакторів над суспільно-політичними передачами телеканалу UA:Тернопіль: «Дебати», «Новини», «Історія (не)забутого села», ми зробили кілька висновків. Перш за все, варто відзначити професіоналізм програм «Дебати» і «Новини». «Дебати» розглядають суспільно важливі теми з різних точок зору, випуски цікаві та зрозумілі для аудиторії. Випуск програми «Новини» оперативно висвітлює інформацію про основні події в області та країні. Обидві передачі також відповідають вимогам: фактичні дані є стандартизованими, дотримані журналістські етичні норми. Вважаємо, що проєкт «Історія (не)забутого села» має бути доопрацьований, наприклад, залученням у програму фахівця з певної галузі (краєзнавця, еколога тощо).

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеев Б. В. Професійні стандарти журналістики як основа моніторингових досліджень медіа у незалежній Україні. URL: <https://bdpu.org.ua/wp-content/uploads/2019/03/57.pdf> (дата звернення: 30.11.2021).
2. Бардаков Я. В., Тяпкіна Н. І. Типологія розважальних телевізійних програм. *Молодий вчений*. 2015. № 12 (27). С. 140–143.
3. Білоус О. М. Історіографія основних аспектів дослідження передач регіонального телебачення для дітей. *Теле- та радіожурналістика*. 2016. Вип. 15. С. 110–118.
4. Будівська Г. Журналістський професіоналізм: професійні стандарти та їхня інтерпретація українськими медійниками. *Медіапростір: проблеми і виклики сьогодення*. Збірник матеріалів всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Київ, 25 квітня 2018 р.). Київ, 2018. С. 67–70.
5. Будівська Г. Й. Професіоналізм журналістів та професійні стандарти: теоретичні аспекти та інтерпретація медіафахівців. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2019. № 2 (75). С. 27–35.
6. Бурдіна Е. О. Інформаційно-публіцистичний сегмент телемовлення як сприятливе підґрунтя для реалізації формату інфотейнмент. *Вісник книжкової палати України*. 2016. № 6. С. 43–46.
7. Вахрушина В. Є., Хотюн Л. В. Трансформація журналістських жанрів на українських ТВ каналах. *Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку* : матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції (25 жовтня 2018 р.). Вінниця, 2018. С. 233–236.
8. Венгер І. Авторські програми в контексті комерційного телебачення. URL: <http://prima.franko.lviv.ua/faculty/jur/vypusk7/n13/tv13-23.pdf> (дата звернення: 30.11.2021).
9. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. К. : ТОВ «Софія-А», 2016. 184 с.

10. Гоян В. В., Десятник Г. О. Екранознавство : збірка наукових та навчально-методичних статей. К. : Інститут журналістики КНУ, 2019. 184 с.
11. Гоян В. В. Телебачення в наукових працях українських учених (за матеріалами дисертацій 1980–2016 рр.). *Держава та регіони*. 2016. № 4. С. 51–56.
12. Гресько О. Моделі суспільного мовлення Європи в умовах комерціалізації. *Теле- та радіожурналістика*. 2016. Вип. 15. С. 143–148.
13. Гриднєва Л. М. Логічний аспект перекладу та редагування прізвищ. *Обрії друкарства*. 2018. № 1. С. 109–117.
14. Гузенко С. В. Теорія і практика редагування : навч. посіб. Миколаїв : МНУ ім. В. О. Сухомлинського, 2019. 220 с.
15. Дворянин П. Новини на регіональному телебаченні : навч. посіб. Львів : ЛНУ імені Франка, 2016. 262 с.
16. Десятник Г. О. Основи аудіовізуальної документалістики : тексти лекцій. К. : Вид-во Інституту журналістики КНУ, 2020. 105 с.
17. Дмитровський З. Є. Організація роботи на телебаченні : тексти лекцій. Львів : Малий видавничий центр факультету журналістики ЛНУ ім. І. Франка, 2020. 98 с.
18. Добросесність та етика засобів масової інформації. URL: [https://www.unodc.org/documents/e4j/IntegrityEthics/E4J\\_Integrity\\_and\\_Ethics\\_Module\\_10\\_final\\_UKR.pdf](https://www.unodc.org/documents/e4j/IntegrityEthics/E4J_Integrity_and_Ethics_Module_10_final_UKR.pdf) (дата звернення: 30.11.2021).
19. Дотримання редактором соціальних норм при підготовці медіатекстів. URL: [https://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/vseukrainskiy\\_konkurs/Roboty\\_Jurnalistika/11\\_%D0%90%D1%84%D1%96%D0%BD%D0%B0.pdf](https://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/vseukrainskiy_konkurs/Roboty_Jurnalistika/11_%D0%90%D1%84%D1%96%D0%BD%D0%B0.pdf) (дата звернення: 30.11.2021).
20. Дутчак А. Редактор телебачення в мережі інтернет: терміни та функції. URL: <http://www.lsl.lviv.ua/wp-content/uploads/Zb/NDI2017/PDF/24.pdf> (дата звернення: 30.11.2021).



21. Женченко М. Новітні редакторські професії в умовах конвергенції та мультимедіатизації ЗМІ. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/16095/1/NZ%2049%20Zhenchenko.pdf> (дата звернення: 30.11.2021).
22. Женченко М. І. Цифрові трансформації видавничої галузі : монографія. К. : Жнець, 2019. 440 с.
23. Жук О. Актуальні проблеми редагування телевізійних текстів. *Лінгвостилістичні студії*. 2017. Вип. 6. С. 61–70.
24. Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації : посібник рекомендацій для працівників ЗМІ. К. : «Компанія ВАІТЕ», 2016. 118 с.
25. Завгородня Л. В. Основи літературного редагування та коректури. URL: <http://eprints.cdu.edu.ua/240/1/8F.pdf> (дата звернення: 30.11.2021).
26. Коваленко І. Журналістика як соціальний інститут. *Вісник ХДАК*. 2016. № 49. С. 149–161.
27. Костюченко О. М. Основи телевізійної журналістики : навч. посіб. Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2016. 218 с.
28. Котляр С., Федоренко В. Авторська програма — обличчя вітчизняного телебачення. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. 2018. № 1. С. 5–17.
29. Кочукова Н. «Редагування в засобах масової комунікації» в системі професійної підготовки філологів — фахівців інфокомунікацій. *Теоретичні й прикладні проблеми сучасної філології*. 2019. Вип. 8. С. 51–58.
30. Лаврик О. В. Основи журналістики. URL: [https://uu.edu.ua/upload/Osvita/Navch\\_metod\\_d\\_t/Navch\\_metod\\_materiali/Zhurnalistika/Lavrik\\_Osnovi\\_zhurnalistiki.pdf](https://uu.edu.ua/upload/Osvita/Navch_metod_d_t/Navch_metod_materiali/Zhurnalistika/Lavrik_Osnovi_zhurnalistiki.pdf) (дата звернення: 30.11.2021).
31. Лазебний В. С., Бакіко В. М., Омелянець О. О. Організація телевізійного виробництва. К. : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2018. 162 с.

32. Лесюк О. В. Видавнича справа та редагування : навч. посіб. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2021. 103 с.
33. Лизанчук В. В. Україноцентризм — інтегруючий принцип формування журналістського професіоналізму. *Вісник Львівського університету*. 2017. Вип. 42. С. 167–177.
34. Мой Д., Ордольфф М. Телевізійна журналістика: Практична журналістика / за загал. ред. В. Ф. Іванова; пер. з нім. В. Климченка. К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. 234 с.
35. Набокова Г. В. Основні етапи становлення розважального телевізійного мистецтва в Україні. *Культура і сучасність*. 2018. Вип. 1. С. 300–305.
36. Навальна М. Особливості редагування відабредіатурних утворень. *Соціум. Документ. Комунікація*. 2018. Вип. 6. С. 121–135.
37. Навальна М. Складнощі редагування трансформованих висловів у сучасних українських мас-медіа. *Соціум. Документ. Комунікація*. 2019. Вип. 7. С. 50–62.
38. Партико З. В. Загальне редагування: нормативні основи : навч. посіб. К. : Ліра-К, 2020. 637 с.
39. Партико З. В. Основи редагування. Книга 2. Практикум. К. : Ліра-К, 2017. 130 с.
40. Партико З. В. Основи редагування : у 2 кн. Книга 1. К. : Ліра-К, 2020. 331 с.
41. Подедворний Т. Телевізійний документальний формат у контексті конвергентності. *Збірник наукових праць ЛНУ ім. І. Франка*. 2018. Вип. 17. С. 57–63.
42. Посібник з журналістської етики. URL: [https://www.aup.com.ua/uploads/Jurn\\_Etika.pdf](https://www.aup.com.ua/uploads/Jurn_Etika.pdf) (дата звернення: 30.11.2021).
43. Путькалець Л. Жанрова специфіка програм на регіональному телебаченні України. *Science and Education a New Dimension*. 2016. № 13. С. 66–71.

44. Путькалець Л. Журналістські стандарти у мовленні новостворених філій НТКУ. *Вісник Львівського університету*. 2017. Вип. 16. С. 209–214.
45. Путькалець Л. Концепція аналітично-публіцистичних телевізійних програм. *Вісник Львівського університету*. 2016. Вип. 11. С. 245–251.
46. Путькалець Л. Проблематика і жанровий аспект програм на регіональному телебаченні України. *Соціальні комунікації: інструменти, технологія і практика* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 10–11 березня 2017 р.). Запоріжжя, 2017. С. 25–30.
47. Путькалець Л. Регіональне телебачення України: на шляху від державного до суспільного мовлення. *Збірник статей Харківського науково-інформаційного центру «Знання»*. 2016. Вип. 13. С. 148–152.
48. Путькалець Л. Роль регіонального державного телебачення України під час інформаційної війни. *Вісник Львівського університету*. 2016. Вип. 15. С. 213–218.
49. Путькалець Л. Суспільне телебачення України: очікування громадськості та об'єктивні реалії. *Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку* : матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Вінниця, 12–13 жовтня 2016 р.). Вінниця, 2016. С. 150–155.
50. Путькалець Л. Форми відображення дійсності у сучасних аудіовізуальних засобах масової інформації. *Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної інтернет-конференції за 2017 рік* (м. Ірпінь, 2017 р.). Ірпінь, 2017. С. 192–198.
51. Пуцята І. Естетика слова і зображення у соціальних ток-шоу: український досвід. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2019/apr/16181/putsiata.pdf> (дата звернення: 30.11.2021).
52. Романюк Н. В. Редакторська підготовка текстових елементів інформаційного інтернет-видання. *Молодий вчений*. 2017. № 6 (46). С. 347–350.

53. Симоніна Н. Новітні жанри української тележурналістики: розвиток інфотейнменту. URL: [http://journ.univ.kiev.ua/trk/publikacii/symonina\\_publ](http://journ.univ.kiev.ua/trk/publikacii/symonina_publ) (дата звернення: 30.11.2021).
54. Стандарти інформаційного мовлення публічного акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України». URL: [https://tv.suspilne.media/uploads/assets/files/PBC/standarty\\_iformmovlennia.pdf](https://tv.suspilne.media/uploads/assets/files/PBC/standarty_iformmovlennia.pdf) (дата звернення: 30.11.2021).
55. Стеблина Н. О. Етика у сфері соціальних комунікацій (професійні стандарти у журналістиці, рекламі та PR). URL: [http://fj.onu.edu.ua/wp-content/uploads/ethics\\_08.09.pdf](http://fj.onu.edu.ua/wp-content/uploads/ethics_08.09.pdf) (дата звернення: 30.11.2021).
56. Телішевська У. Здобутки в сфері наукового редагування та комунікацій. *Праці наукового товариства ім. Шевченка*. 2020. Т. 62, № 2. С. 42–47.
57. Тимошик М. С. Основи редагування : підруч. для студентів ВНЗ. Київ : Наша культура і наука, 2019. 559 с.
58. Тріщук О. Робота редактора над рухомих рядком. *Вісник книжкової палати*. 2016. № 2. С. 7–10.
59. Холод О. М. Основи тележурналістики. URL: [http://document.kdu.edu.ua/info\\_zab/061\\_130.pdf](http://document.kdu.edu.ua/info_zab/061_130.pdf) (дата звернення: 30.11.2021).
60. Чорна К. В. Інфотейнмент на українському телебаченні. *Культура і сучасність*. 2019. № 1. С. 213–217.
61. Штефан А. Формат телепередачі: сутність, зміст, правова охорона. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2016. № 1. С. 49–58.
62. Ясницька О. Види розважальних програм на телебаченні. URL: [http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/49229/2/2018\\_Iasnitska\\_O-Vydy\\_rozvazhalnykh\\_prohram\\_216-219.pdf](http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/49229/2/2018_Iasnitska_O-Vydy_rozvazhalnykh_prohram_216-219.pdf) (дата звернення: 30.11.2021).
63. Ятчук О. М. Інтерактивне телебачення: соціально-комунікаційні моделі та технології : монографія. Дніпро : УМСФ, 2018. 136 с.

# ДОДАТКИ

## ДОДАТКИ

### Додаток А

#### Заставки аналізованих телепрограм каналу TV-4



Рис. 1. Заставка програми «БатькиVSДіти»

**Продовження Додатку А**

Рис. 2. Заставка програми «Погляд експерта»

## Продовження Додатку А

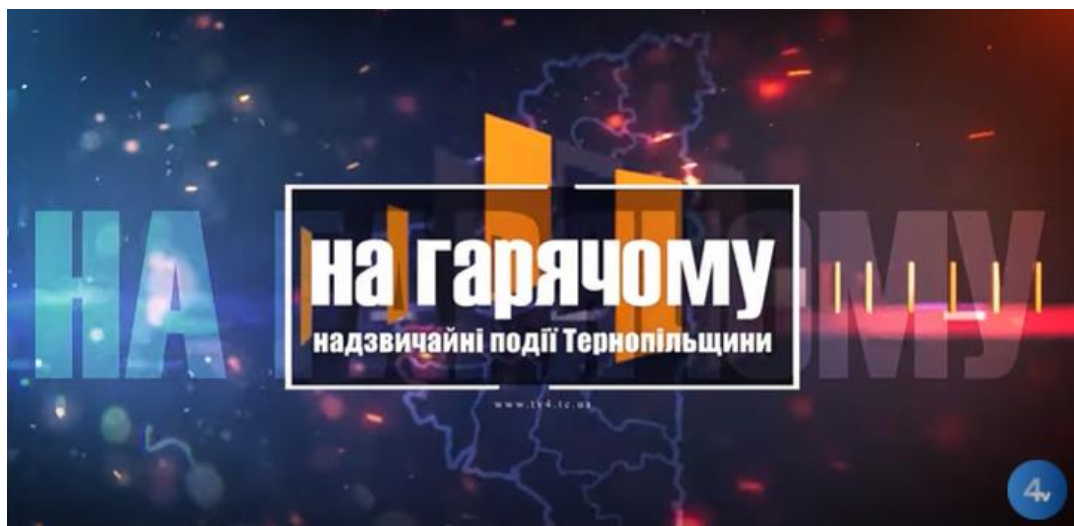


Рис. 3. Заставка програми «На гарячому»



## Додаток Б

## Заставки аналізованих телепрограм каналу UA:Тернопіль

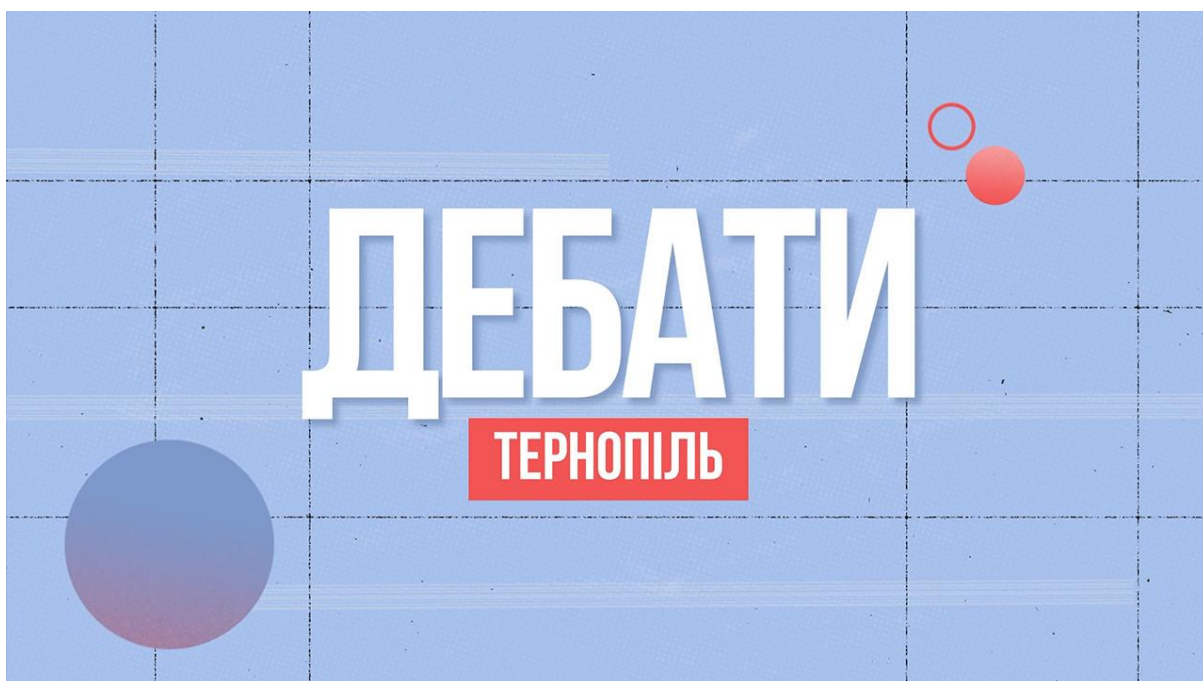


Рис. 1. Заставка суспільно-політичної програми «Дебати»

**Продовження Додатку Б**

Рис. 2. Заставка передачі «Новини»

**Продовження Додатку Б**

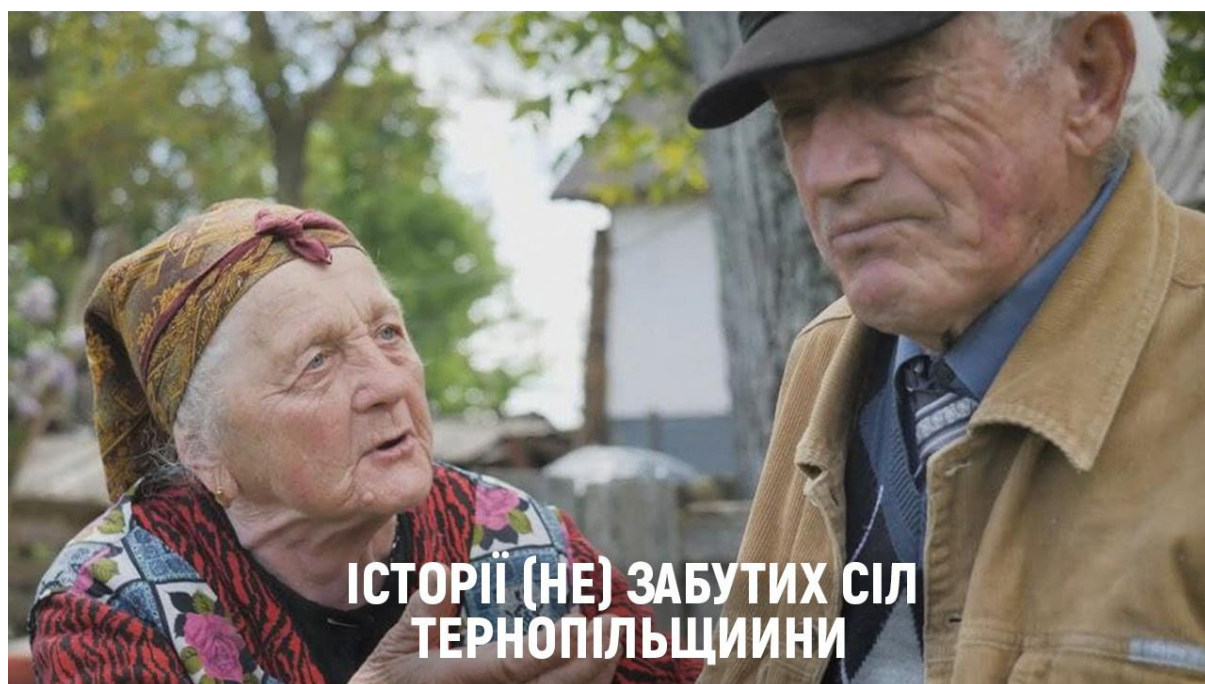


Рис. 3. Заставка програми «Історії (не) забутих сіл»