

Міністерство освіти та науки України

Галицький фаховий коледж імені В'ячеслава Чорновола

Циклова комісія журналістики

ДИПЛОМНА РОБОТА

На тему:

**Специфіка роботи редактора під час підготовки телепрограм на прикладі
«Суспільного телебачення» та телеканалу «Рада».**

Виконала: студентка 4 курсу,

групи В-41

спеціальності 061 «Журналістика»

Кашалупа В. О.

Науковий керівник: Вишневська Г. Б.

Рецензент: Капітан В. С.

Оцінка: _____

Тернопіль 2023

Кашалупа В.О. Специфіка роботи редактора під час підготовки телепрограм на прикладі «Суспільного телебачення» та телеканалу «Рада».

Дипломна робота на здобуття кваліфікації фахового молодшого бакалавра із спеціальності 061 «Журналістика» (ОП «Видавнича справа та редагування»). Галицький фаховий коледж імені В'ячеслава Чорновола, 2023. 37 с.

Роботу присвячено дослідженню роботи редактора під час підготовки телепрограм на прикладі «Суспільного телебачення» та телеканалу «Рада». Проаналізовано роботу редактора двох телеканалів. Прокласифіковано «Суспільне телебачення» та телеканал «Рада» за форматом, географічним покриттям, типом власності та цільовою аудиторією. Описано методи збору інформації та наведено їх приклади.

Ключові слова: журналістика, редактор, «Суспільне телебачення», телеканал «Рада».

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ОСНОВИ РЕДАКТОРСЬКОЇ МАЙСТЕРНОСТІ ПІД ЧАС ПІДГОТОВКИ ТЕЛЕПРОГРАМ.....	6
1.1. Журналістичкознавство як складова редакційно-видавничої справи. Основні жанри та функції журналістики.....	6
1.2. Методи збору інформації в журналістиці. Специфіка написання текстудля сюжету.....	13
1.3. Діяльність інформаційної служби телевізійних новин та структура інформаційної редакції.	19
РОЗДІЛ 2. РОБОТА РЕДАКТОРА ПРИ ПІДГОТОВЦІ ТЕЛЕПРОГРАМ.....	22
2.1. Обов'язки редактора на Суспільному телебаченні. Особливості роботи у телеєфірі.....	22
2.2. Специфіка підготовки тексту на телеканалі «Рада».....	25
2.3. Порівняльний аналіз специфіки роботи редактора на Суспільному телебаченні та телеканалі «Рада».....	29
ВИСНОВКИ.....	33
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	35

. ВСТУП

Журналістика є важливою сферою масової комунікації, яка відіграє ключову роль у поширенні інформації та формуванні громадської думки. Журналісти розкривають події, аналізують факти та виконують важливу функцію контролю за владою.

Журналістика – це постійний пошук нової інформації, дослідження різних фактів, підняття тем, які мають значення для суспільства. Журналістика здатна вплинути на суспільство, та надати голос тим, хто його потребує.

Професія журналіста вимагає не тільки знань та навичок, а й розуміння суті подій, дотримання етичних норм, критичного мислення та вміння працювати з джерелами інформації.

Професійність редактора, журналіста, коректора та усіх членів редакційно-видавничого процесу має значний вплив на підготовку, дотримання стандартів, кінцеву якість медіа-продукту.

Журналісти використовують різні медіаформи – від паперових газет до новинних порталів та соціальних мереж.

Телебачення сьогодні займає одну з найважливіших частин нашого суспільного життя. З кожним днем кількість телеглядачів зростає, особливо з сьогоднішньою ситуацією в країні, люди все частіше дивляться телевізор, щоб дізнаватись з нього інформаційні новини. Тому роль редактора та журналіста стала більш значущою на телебаченні.

Актуальність теми полягає в зацікавленості глядачів в роботі редактора під час підготовки телепрограм на прикладі Суспільного телебачення та телеканалу «Рада», викликана популярністю професії редактора.

Мета роботи: проаналізувати проблеми з якими доводиться стикатися редактору під час підготовки матеріалу, проаналізувати основні вимоги до

написання інформаційних текстів для телевізійних новин, програм, сюжетів, ток-шоу тощо.

Завдання роботи:

1. Обґрунтувати специфіку роботи редактора під час підготовки телепрограм.
2. Дослідити діяльність інформаційної служби телевізійних новин та структуру інформаційної редакції.
3. Описати методи збору інформації.
4. Зробити порівняльний аналіз роботи редактора на «Суспільному телебаченні» та телеканалі «Рада».

Об'єкт дослідження – обов'язки редактора при підготовці телепрограм, структура інформаційної діяльності.

Предметом дослідження є методи збору інформації для написання новин на телебаченні.

Роботі редактора присвячується багато досліджень українських науковців, наприклад М. Тимошик із книгами «Видавнича справа та редагування», «Книга для автора, редактора, видавця», «Як редагувати книжкові та газетно-журнальні видання», також досліджував цю тему М. Женченко «Новітні редакторські професії в умовах конвергенції та мультимедіатизації ЗМІ». «Літературне редагування» С. Гузенко, «Редагування в засобах масової інформації» А. Капелюшний та Ю. Фінклер. Відзначемо що ці дослідження стосуються діяльності редакторів, які працюють у видавництвах та засобах масової інформації і є учасниками медіа-ринку.

Телевізійна індустрія зараз має великий вплив на культуру, суспільство, тому завдання журналіста та редактора максимально яскраво відображати картину дійсності, щоб зацікавити глядача. Наразі дана індустрія є однією з найвпливовіших галузей масової комунікації.

РОЗДІЛ 1. ОСНОВИ РЕДАКТОРСЬКОЇ МАЙСТЕРНОСТІ ПІД ЧАС ПІДГОТОВКИ ТЕЛЕПРОГРАМ

1.1. Журналістичкознавство як складова редакційно-видавничої справи. Основні жанри та функції журналістики.

Журналістичкознавство – це галузь науки, яка вивчає журналістику, як соціокультурне явище. Воно досліджує різні аспекти журналістики, включаючи в себе історію, функції, етичні стандарти, вплив на суспільство та інші аспекти.

Офіційно визнаною наукою журналістичкознавство було у грудні 2000 року, коли українська школа журналістичкознавства та теорії масової комунікації була затверджена вченою радою Київського національного університету імені Тараса Шевченка і зарахована до переліку наукових шкіл. Дана наука має свою історію, філософію і методологію [1].

Журналістичкознавство поділяється на кілька основних галузей, які досліджують різні аспекти журналістики. Основні галузі журналістичкознавства включають:

1. Історія журналістики – має довге та багатогранне минуле, що сягає від давніх часів до сучасності. Досліджує розвиток журналістики впродовж часу, включаючи історичні етапи, ключові події, визначає періоди розвитку журналістичкознавства.

Періоди розвитку історії журналістики:

- 1.1. Античність: вже в давньогрецькому та давньоримському світі існували перші форми журналістики, такі як перекази подій, оголошення та коментарі до актуальних подій.
- 1.2. Середньовіччя: у цей період журналістика була в основному пов'язана з церковними літописами та монастирськими хроніками, де фіксувались події того часу.

- 1.3. Період преси: у 15-16 століттях із появою книгодрукування з'явилися перші періодичні видання, які поширювались у Європі.
 - 1.4. Індустріальна революція: у 19 столітті журналістика стала більш широкою та різноманітною. Цей період також характеризувався зростанням політичної журналістики та розвитком репортажу.
 - 1.5. Радіо та телебачення: у 20 столітті з появою радіо та телебачення змінилися формати журналістських матеріалів. Новини тепер могли передаватися в реальному часі.
 - 1.6. Інтернет та цифрова ера: з появою інтернету і розвитком цифрових технологій журналістика пройшла значні зміни.
2. Теорія журналістики – розглядає різні теоретичні підходи до журналістики, її функції, роль журналіста та інші аспекти.

Теорія журналістики досліджує такі питання, як:

- 2.1. Функції журналістики: інформування суспільства, контроль влади, розважальні функції тощо.
- 2.2. Етика та стандарти журналістики: дослідження етичних принципів, норм та викликів, з якими журналісти зіштовхуються при виконанні своєї професійної діяльності.
- 2.3. Вплив медіа на суспільство: вивчення впливу журналістики та масової комунікації на формування громадської думки, стереотипів, взаєморозуміння та соціальних процесів.
- 2.4. Медіа система: вивчення організації та функціонування медіа-систем, ринків медіа та їх взаємозв'язків із суспільством.

3. Соціологія журналістики – досліджує соціальні аспекти журналістики, включаючи роль журналістів у суспільстві, формування громадської думки.

Дослідження соціології журналістики включають такі аспекти:

- 3.1. Роль журналістики в суспільстві: вивчення того, як журналістика впливає на формування громадської думки, культурні цінності та соціальні процеси.
- 3.2. Професійна практика журналістів: аналіз соціальної динаміки та професійного самовизначення журналістів, їх цінностей, мотивації, етичних поглядів.

4. Експериментальна – проводить емпіричні дослідження, моніторинг ЗМІ та може включати наступні елементи:

- 4.1. Дослідницькі експерименти: журналісти встановлюють експериментальні умови для дослідження конкретного явища або тестування певної гіпотези.
- 4.2. Перевірка фактів: експериментальна журналістика може використовувати експерименти для перевірки фактів або спростування міфів. Наприклад, журналіст може провести експеримент, щоб перевірити твердження або дослідити певну ситуацію.
- 4.3. Аналіз даних: експериментальна журналістика використовує аналітичні методи та статистичні дослідження для обробки даних, отриманих під час експериментів.

Журналістичнознавчі дослідження в Україні проводилися ще від часів І. Франка і О. Маковея і вже на початку 20 ст. утворилась історія української журналістики як наукова дисципліна[2].

Українська наука про журналістику пройшла складний шлях розвитку. Вивчивши всю хронологію, проблематику та принципи, можна виокремити три періоди її розвитку.

Перший період (початок 20 ст.). У цей час почали формуватись перші школи, що займались дослідженнями в галузі журналістики. У цей період активну участь відіграли такі дослідники, як Володимир Гнатюк та Микола Костомаров.

Другий період (1960-1980-ті роки). Цей період характерний підвищеним інтересом до вивчення журналістики як науки в Україні. Були засновані кафедри журналістики та медіакомунікацій у вищих навчальних закладах, проводилися наукові конференції та семінари, видавались перші наукові праці з журналістикознавства.

Третій період після 1991 року. Після отримання Україною незалежності в 1991 році українське журналістикознавство зазнало значного розвитку. Були створенні наукові журнали, дослідницькі інститути, збільшилась кількість дослідників, які займались вивченням журналістики.

Дані періоди відображають прогрес у вивченні журналістикознавства в Україні та його поступове становлення як наукової галузі.

Серед основних праць, дослідження історико-журналістського процесу такими вченими, як І. Франко «Симптоми розкладу в галицькій суспільності» (1878), «Українська альманахова література» (1887), «З останніх десятиліть ХІХ ст.» (1901), «Нарис історії українсько-руської літератури до 1890 р.» (1910), О. Маковей «П'ятдесятилітній ювілей руської публіцистики» (1898), Б. Грінченко «Тяжким шляхом: Про українську пресу» (1906), В. Щурат «Львівський тижневик з 1749 р.» (1907), «Початки української публіцистики (В соті роковини «Украинского вестника»)» (1916), М. Возняк «З зарання української

преси в Галичині» (1912), «З-за редакційних куліс віденського Вісника та Зорі Галицької» (1912) [3].

Загальних питань журналістської творчості торкаються такі праці: Д. Прилюк «Теорія і практика журналістської творчості. Методологічні проблеми» (1973), «Теорія і практика журналістської творчості. Проблеми майстерності» (1983), довідник Д. Григораша «Журналістика у термінах і виразах» (1974) [4].

Серед важливих чинників журналістської діяльності І. Франко називає особистість журналіста, його моральні і людські цінності: доброчесність, порядність, відповідальність.

Завдання журналістики:

- Збирати інформацію про події, які відбуваються в світі.
- Аналізувати інформацію та робити висновки.
- Писати новини, статті, коментарі.
- Проводити дослідження та розслідування.
- Знаходити контакт з політичним життям та політичними діячами.

“Наукова дискусія 60–80-х рр. ХХ ст. проаналізована Т. Трачук у монографії «Нарис з історії та теорії українського журналістикознавства», що вийшла у співавторстві з В. Різуном” [5, с.144]. Дослідники засвідчують, що «система жанрів радянської журналістики як чітка структура була сформована за єдиним принципом, критерієм (спосіб освоєння жанром життєвого матеріалу) у три групи». Проте існували доповнення, що частково збігалися з основним твердженням.

“Зокрема, В. Рубан вважав помилковим вживання терміну «інформаційний жанр» і виокремлював два види журналістської творчості – інформацію та публіцистику. На думку Д. Григораша, усі газетні жанри

відносяться до публіцистики, а І. Валько при класифікації жанрів запропонував виходити з основ теорії соціального відображення, яке може бути простим, узагальненим та узагальнено-естетичним. І. Валько, В. Здоровега та Д. Прилюк, вважали поділ на жанри інформаційні та аналітичні умовними” [5, с.144–146].

“В. Пельт у праці «Диференціація жанрів газетної публіцистики» виділяє ті ж самі родові групи основних газетних публікацій, і, порівнюючи з поділом Є. Прохорова (подієва, аналітична, художня) та Д. Прилюка (повідомлення новин, коментування фактів, публіцистичне розкриття), стверджує про аналогічність їх поглядів. Основна думка В. Пельта полягає у тому, що в загальних рисах у всіх класифікаціях присутня триєдина формула” [5, с.146–148].

Сучасні жанри журналістики можна охарактеризувати за різноманітністю та адаптацією до сучасних медіа-середовищ. Жанри, які можна зустріти в сучасній українській практиці:

- Новини – це базовий жанр журналістики, що передає актуальну інформацію про події, які відбуваються у світі у світі.
- Репортаж дає детальну хроніку про подію, місце або явище. Вони містять аналіз, свідчення та факти, що допомагають читачам отримати більш повну картину події.
- Аналітичний жанр використовується для розкриття причинно-наслідкових зв’язків, оцінки ситуації та висловлення експертів.
- Фіча: даний жанр дозволяє розкрити теми, історії, щоб надати читачам можливість зануритись в довшу, детальну наративну форму.
- Блог набув популярності в цифровій епосі. Вони дозволяють журналістам висловлювати свою думку.

Новітні підходи, які пропонували науковці до жанрової системи демонструють швидкі трансформації в сучасній теорії жанрів, вони потребують

усвідомлення та узагальнення. На думку науковців, розвиток жанрової системи ЗМІ буде відбуватись у трьох напрямках:

1. Кросс-медійність: сучасні жанри журналістики все частіше поєднують різні медіаформати, такі як, текст, фотографії, відео та аудіо, для того щоб створити більш змістовний матеріал.
2. Гіпертекстуальність відкриває нові можливості для створення матеріалів, а це дозволяє користувачам переходити з однієї частини тексту до іншої, переглядати посилання, відео. Це забезпечує зручність для читача.
3. Інтерактивність: сучасні жанри журналістики стають все більш інтерактивними, надаючи можливість читачам брати участь у голосуваннях, коментуванні тощо. Це сприяє залученню аудиторії.

Також традиційним у журналістичнознавстві вважається поділ жанрів на три групи:

1. Інформаційні – жанри публіцистики, найважливіша ознака яких – новизна факту, що повідомляється. До них відносять звіт, інтерв'ю, репортаж, замітку, інформаційну кореспонденцію.
2. Аналітичні жанри журналістики – це форма журналістського написання, в якій аналізуються події, явища, проблеми або тенденції, що відбуваються в суспільстві. Аналітичний матеріал спрямований на глибоке розуміння і пояснення подій та їх наслідків, а також на прогнозування можливих розвитків подій у майбутньому. До аналітичних жанрів також відносять аналітичну кореспонденцію, статті, листи, твори головне завдання, яких аналізувати, робити висновки.
3. Художньо-публіцистичний жанр журналістики, поєднує в собі художні елементи з жанром публіцистики. В таких матеріалах акцент здебільшого робиться на вираження особистої думки журналіста, його думки та сприйняття певної події. До них відносять: нарис, фейлетон та інші модифікації художньої публіцистики.

Отже, журналістикознавство є галуззю науки, що вивчає журналістику як соціокультурне явище та професію. Основна мета цієї галуззі полягає у розумінні та аналізі журналістської діяльності, медіа системи та їх впливу на суспільство.

1.2 Методи збору інформації в журналістиці. Специфіка написання тексту для сюжету.

У журналістиці існує кілька методів збору інформації, які журналісти використовують в своїй роботі або розслідуваннях для здобуття фактів і джерел.

Найпоширенішими методами збору інформації в журналістиці є:

1. Метод спостереження полягає в тому, щоб помічати цікавий та корисний для читача матеріал у середовищі роботи. Чим більше досвіду у журналіста – тим більше матеріалу він здатний помітити. Лише половина зафіксованого матеріалу може бути використана у роботі, про те важливо, щоб був вибір матеріалу. Тому важливо фіксувати велику кількість журналістського матеріалу. Наприклад, розслідування sky news про «Російські бойовики на Донбасі озброєні гвинтівками британського виробництва, попри ембарго ЄС » від 10.10.2020 року.

2. Метод роботи з документами є найбільш поширеним методом збору інформації. Під терміном “документ” мається на увазі будь-який носій інформації (брошури, газети, книги, флешки тощо).

3. Метод інтерв'ю – метод збору інформації і жанр журналістського матеріалу. Використовуючи інтерв'ю, як метод, ми ставимо співрозмовнику запитання з метою отримання відповіді, на основі якої будемо готувати матеріал. Даний метод часто застосовується в статтях «Української правди», наприклад інтерв'ю з Кирилом Будановим від 23.02.2023 року.

Не менш важливо володіти навичками роботи з джерелами інформації, їх можна розрізнити за: походженням, достовірністю та надійністю джерела.

За походженням джерела інформації бувають:

1. Офіційні джерела – це інформація яку журналісти отримують від урядових органів, офіційних документів, організацій або інших формальних джерел.
2. Архівні джерела – це матеріали, які журналісти досліджують в архівах. Вони включають попередні звіти, статті, фотографії або інші документи.

За формою існування джерела інформації поділяються на офіційні і розслідувачі. Офіційні джерела, як правило, носять відкритий характер і в силу доступності для громадян інформація з них представляє інтерес для журналіста, як аргумент в процесі дослідження ситуації. Така інформація потребує професійних напрацювань і знань. Наприклад, до офіційних джерел можна віднести заяву президента.

Розслідувальна інформація – це отримана журналістом інформація в процесі роботи: тривалих спостережень за учасниками подій, експерименту, бесід з носіями конфіденційної інформації, аналізу інформації суспільства.

Якщо спостерігати за інформацією із погляду достовірності і надійності, то слід відзначити, що джерела інформації розцінюються, як однозначно достовірні і надійні.

Достовірні джерела – це офіційні урядові веб-сайти, прес-служби, документи, заяви. Також це можуть бути офіційні організації, які займаються збором статистичних даних, такі як міжнародні організації, дослідницькі центри тощо. Наприклад, достовірним джерелом можна вважати пост в

Instagram міського голови Тернополя, в якому повідомляється про те, що відбувся збій в системі повітряних тривог.

Надійні джерела – це перевірені джерела, які забезпечують доступ до статей, наукових досліджень тощо. Надійними є урядові джерела, академічні видання та журнали. Наприклад, до надійних джерел можна віднести людей, які займають ті чи інші посади, або свідків подій, які не хочуть розголошувати свою зовнішність з якихось причин.

У роботі редактора все частіше поширюються інструменти збору інформації, які характеризують себе, як мультимедійні (тобто з використанням сучасних технічних і програмних засобів, які об'єднують текст, звук, графіку, фото, відео в одному цифровому поданні):

- Стеження за RSS - канали, що дозволяє завчасно виявляти нові блоки інформації за заданими критеріями.
- Перегляд блогів, автори яких збирають аудиторію з метою поширення інформації та розслідувань. Наприклад це може бути YouTube канал Сергія Стерненка [6].
- Аналіз інформації в соціальних мережах – це взаємодія ЗМІ з аудиторією. Соціальна мережа охоплює відомості про учасників: вік, стать, коло інтересів та друзів, а це дає можливість для адресного звернення до читачів і глядачів. Наприклад це може бути Telegram канал з новинами.
- Інтернет-коментарі читачів дають зворотний зв'язок з журналістом. Дозволяють в ході дискусії виявити слабкі та сильні сторони публікації. Тобто коментарі, будучи частиною журналістського матеріалу, збагачують його новим сенсом. Цей аспект вимагає від співробітників редакцій вміння сприймати написане, так вибудовувати захист від психологічних атак. Наприклад, на сайті «glavred.net» від 11 квітня була опублікована стаття Марією Тупік про Спартака Суботу «“Спартак Субота виявився аферистом”»: в

Мережі пожежа через викриття популярного психолога» вона набрала велику кількість коментарів. Коментатори розділились на два табори одні підтримують Спартака, а інші засуджують[7].

Важливим є не тільки методи збору інформації, але й написання статті та сюжету для висвітлення зібраної інформації. Усі тексти, що пишуться для диктора мають бути зрозумілими, щоб він міг їх прочитати, а читачі зрозуміти.

Кожен може допуститися помилки, тому найкращим варіантом є виправлення її в комп'ютері але, якщо текст сюжету вже надрукований, правити доведеться просто на аркуші. Робити це треба охайно. Не рекомендується вносити зміни в текст дописуючи слова на полях або малювати у тексті якісь позначення. Вимова відіграє особливо важливу роль у створенні відеосюжетів.

Газетний текст вимірюється кількістю знаків. Текст на телебаченні та на радіо вимірюється секундами. З газетної статті можна видалити п'ятдесят знаків, щоб текст вмістився на одній сторінці. Телевізійний сюжет можна скоротити на двадцять секунд, щоб історія вмістилася у випуску. Якщо текст виявиться надто коротким, може виникнути – тиша. Якщо ж він буде надто довгим, то може перекрити початок наступної історії.

Журналісти записують хронометраж сюжету в секундах внизу чи зверху сторінки. Часто обводять цю цифру в коло. Використання двокрапки надає їм можливість уникнути написання слова секунди.

Завдання новин та телесюжетів – проінформувати, слухачів зрозумілою мовою, а це означає не застосовувати словесних прикрас, незрозумілих жаргонізмів тощо. Сленг дозволяється лише в тому випадку, коли він є абсолютно зрозумілим аудиторії. Для написання текстів розмовною мовою журналісти користуються тим словниковим запасом, який люди застосовують у розмові. Теле та радіоісторії такі короткі, що з самого початку мають бути

цікавими. Дуже важливо захопити увагу аудиторії з першого ж речення. Своє найкраще речення журналісти виносять на початок.

Слухачів та глядачів легко спантеличити. Вони можуть заплутатися в фактах, можуть пропустити ключові факти і не встигнути за ходом думки. Щоб цього уникнути, слухачів і глядачів треба обережно проводити всередину історії.

Радіостанції мають на роботі водночас більше двох репортерів. Якщо репортери зайняті якоюсь сенсацією – наприклад, кримінальною чи політичною новиною вони все одно мають бути готовими до того, щоб виїхати на місце важливішої події. Деякі репортери можуть мати якісь спеціальні завдання, але більшість повинна також бути готовою до того, щоб написати загальний репортаж для найближчого випуску новин. Для виконання цього завдання вистачить розмови, за допомогою якої можна отримати коментар очевидців, але часто за новиною доводиться йти до її безпосереднього джерела.

Дослівне переписування синхронів забирає багато часу і приносить мало користі. Дикторам потрібен текст, який вони читатимуть – підводка і відводка, а також інформація, достатня для того, щоб вони могли зрозуміти, коли синхрон закінчується і їм слід знову читати [8].

Диктори знають, коли повинен початися синхрон – одразу після підводки. Чекання тиші наприкінці синхрону пропустило б цю тишу в ефір, а це неприпустимо. Щоб вирішити цю проблему, журналісти пишуть: «Подвійний кінець».

Деякі станції додають ще одну позначку – вхідну, це слова, якими починається синхрон. Це допомагає пересвідчитися у тому, що в ефірі відповідний синхрон, хоча це і не дає диктору жодної інформації, потрібної для читання історії.

Отже, методи збору інформації в журналістиці є важливим нюансом роботи, але і написання тексту по темі сюжету є невід'ємною складовою роботи журналіста. Тому людина, яка працює з інформацією повинна вміти її правильно подати в маси.

1.3 Діяльність інформаційної служби телевізійних новин та структура інформаційної редакції.

Функціонування інформаційної служби налаштоване на збір новин.

До основних функцій належить: збір інформації, агенція постійно здійснює моніторинг події, новинних джерел, для збору актуальних фактів та новин. Також інформаційна агенція займається обробкою інформації, а це включає в себе перевірку фактів, редагування, класифікація та аналіз

Предметом діяльності інформаційних служб полягає в зборі, обробці, аналізі, та поширенні новин, інформації та аналітичних матеріалів. Ці агенції займаються збором інформації з різних джерел, таких як кореспондентські репортажі, прес-релізи, офіційні заяви, соціальні мережі та інші джерела, які є джерелом новин.

В Україні за останні роки з'явилась велика кількість телеканалів, які поступово охоплюють всеукраїнський телепростір. Йде мова про «СТБ», ТРК «Студія 1 +1», «Новий канал», «ICTV» тощо.

З часом, працівники почали мігрувати з каналу на канал. В результаті даного процесу структурні схеми штату працівників телеканалу, мають приблизно однаковий вигляд. Як правило, вся редакція підпорядковується генеральному продюсору каналу через головного редактора. Вся виконавча влада перебуває в шеф-редактора. Згідно цієї структури, кожний співробітник інформаційної редакції має свої повноваження та посадові обов'язки.

Генеральний продюсер відповідає за стратегічне управління і займається керівництвом телеканалу. До його обов'язків належить розробка

стратегії, він визначає стратегічні цілі телеканалу. Також він відповідає за бюджет телеканалу, забезпечує ефективне використання фінансових ресурсів.

Головний редактор контролює роботу редакційного відділу. Він відповідає за редагування та контроль якості всіх матеріалів, які виходять на телеканалі. Головний редактор забезпечує відповідність контенту етичним та професійним стандартам, перевіряє фактичну точність, стилістику, граматику та орфографію. Займається формуванням інформаційної політики служби загалом, визначає творчу концепцію телевізійного виробництва та мовлення. Організовує, та підтримує зв'язки з державними установами та громадськими організаціями з метою отримання інформації щодо суспільно важливих подій.

Шеф-редактор займається плануванням та керівництвом журналістської команди. Здійснює координацію творчої діяльності випускової групи, організовує й контролює творчу роботу журналістів. Він визначає пріоритети в телепрограмах, розподіляє завдання між журналістами та забезпечує регулярний випуск програм. Також шеф-редактор аналізує цільову аудиторію, розробляє план розвитку та встановлює високі стандарти якості програм.

Випусковий редактор займається плануванням розкладу трансляцій, він визначає порядок виходу програм, ураховуючи часові рамки, аудиторію, рекламні блоки та інші фактори. Випусковий редактор відповідає за редагування та монтаж програмного матеріалу. Він займається контролем якості програм, забезпечує дотримання правил редакційної політики, правил розміщення реклами та інші внутрішні вимоги телеканалу.

Спеціальний кореспондент досліджує та збирає інформацію про свою спеціалізовану тематику. Він готує репортажі та відеоматеріали, які передають його зібрану інформацію. Спеціальний кореспондент займається прямою трансляцією з місця подій або записує свої репортажі для подальшого використання. Також він повідомляє редакцію про хід своєї роботи. Після

повернення з місця події повинен одразу звітуватися перед шеф-редактором, узгодити форму подачі матеріалів та термін їх підготовки.

Репортер активно займається пошуком і збором новин та фактів. Він переглядає пре-релізи, моніторить новини в соціальних мережах, спілкується із свідками подій, щоб зібрати достовірну інформацію та отримати всю картину подій. Несе відповідальність за зміст та форму підготовлених ним матеріалів. Зобов'язаний здійснювати підготовку матеріалів до програм відповідно до творчого стилю редакції. У разі виникнення подій або обставин надзвичайної ваги репортер, як виняток, може самостійно змінити графік своїх зйомок.

Головний режисер – це високопоставлена посада, яка відповідає за виконанням творчих процесів на телеканалі. Режисер розробляє концепції та стратегії телевізійного контенту. Він співпрацює з керівництвом каналу для визначення цілей, аудиторій та напрямків розвитку. Головний режисер визначає програмний графік телеканалу, включаючи розклад розклад трансляцій та їх послідовність. Перевіряє візуальну естетику, звукові ефекти, монтаж та інші аспекти технічної якості.

Оператор виконує роботу з камерою під час зйомок телепередач, новинних сюжетів тощо. Оператор забезпечує високоякісну зйомку. Під час роботи виїзді підпорядковується репортеріві, у складі випускової групи — випусковому режисерові. Відповідає за технічний стан апаратури й використовує її згідно з правилами техніки безпеки. Несе відповідальність за якість відзнятого сюжету.

Офіс-менеджер: стежить за забезпеченням необхідних умов праці. Налагоджує зв'язок між знімальними групами та ньюз-румом, приймає факси та телефонограми, веде облік відвідувачів та перепусток, дзвінків, листування.

Адміністратор: формує анонси подій та подає їх на розгляд випуску. Виконує організаційні доручення випускової групи. Домовляється з свідками про коментарі до тем, запрошує гостей на передачі, зустрічає їх та проводить. Займається відомістями про сюжети, які виходили в ефір упродовж місяця[9].

Отже, ми можемо зробити висновок, що інформаційна редакція – це відділ який збирає інформацію та відповідає за обробку зібраної інформації. Основною функцією є забезпечення оперативною інформацією.

РОЗДІЛ 2. РОБОТА РЕДАКТОРА ПРИ ПІДГОТОВЦІ ТЕЛЕПРОГРАМ.

2.1. Обов'язки редактора на суспільному телебаченні. Особливості роботи у телеєфірі.

“Суспільне медіа України, або Суспільне телебачення і радіомовлення України — публічний інститут суспільного мовлення, призначений задовольняти інформаційні потреби українського суспільства, залучати його представників до обговорення та вирішення найважливіших соціально-політичних питань, сприяти формуванню громадянського суспільства в Україні та забезпечувати належну реалізацію конституційного права кожного на інформацію” [10].

“Правові засади для появи цього публічного інституту з'явилися у 2014 році після прийняття Закону «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України». З 31.03.2023 року, у зв'язку з прийняттям Закону «Про медіа», поняття «Суспільне телебачення і радіомовлення України» було замінено на «Суспільне медіа України»” [11].

“Закон України «Про суспільні медіа України» (назва до 31.03.2023 року — «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України») прийнятий 17 квітня 2014 року з метою створення правових основ діяльності Суспільного телебачення і радіомовлення України та визначення засад діяльності Національної суспільної телерадіокомпанії України” [12].

Закон України «Про медіа» — Закон України, що регулює діяльність у сфері медіа. Закон визначає правові засади діяльності в Україні суб'єктів медіа, а також засади державного управління, регулювання та нагляду [13].

Обов'язки редактора на «Суспільному телебаченні»

- Ведення радіопрограми та рубрики у прямому ефірі та запису.
- Редагування матеріалів ведучих програм, що звучать у запису, і виконання функції гостьового редактора на прямих ефірах.

- Підготовка матеріалів для програми на задану тему: рубрики, сюжети, дайджести (за виробничої потреби самостійно начитувати матеріали, монтувати і передавати на випуск).
- Розміщення опису, анонсу, пострелізу, форм опитувань програми у соціальних мережах, на сайті радіоканалу і на подкастингові платформи.

Всі завдання та обов'язки, які виконує редактора на «Суспільному телебаченні» здійснюються згідно з календарно-тематичним планом телепередач[14].

Редактор – це особа, яка займається редагуванням видання, новин, тобто вносить зміни в тексті. Насьогодні робота редактора є більш функціональною, ніж раніше. Також специфіка роботи на видавництві відрізняються від роботи редактора ЗМІ передусім чіткими термінами виконання роботи, постійне спілкування з усіма членами редакційно-видавничого процесу: редакторами, репортерами, журналістами тощо.

Під час роботи з авторами, редактор надає їм допомогу в опануванні специфіки телебачення та консультує з різних питань, наприклад: структури та змісту сценарію, підбору ілюстративного матеріалу, підбір учасників для передач, тощо.

Редагує матеріали авторів, перевіряє достовірність фактичних даних. У разі потреби організовує рецензування даних матеріалів. Забезпечує дотримання авторських прав. Бере активну участь у роботі знімальної групи.

Також редактор підтримує зв'язок з органами влади, місцевого самоврядування, кореспондентами, тощо. Займається організацією зворотнього зв'язку із телеглядачами та займається обробкою листів від них. Переглядає матеріали підготовленні до ефіру та редагує їх. Стежить за правильністю оформлення документів про оплату праці авторів і учасників передач.

Робота редактора у телеефірі загалом схожа з діяльністю редактора на радіо чи видавництві, але з розвитком телебачення стало зрозуміло, що потрібен фахівець який контролюватиме те, що відбувається на екрані.

Телередактор – це одна із найважливіших посад, під час підготовки передачі, без неї вона не зможе вийти в ефір. Він проводить переговори, підбирає потенційних гостей та учасників шоу, перевіряє підготовленні матеріали перед їх виходом в ефір [15].

Редактори на телебаченні поділяються на головних та шеф-редакторів, все залежить від функцій, які вони будуть виконувати. Якщо в головного редактора робочий графік внормований, то інший може працювати цілодобово.

Робота у телеефірі дуже виснажлива та потребує не аби-яких знань та вмінь. Наприклад, робота журналіста під час включення, вимагає вміння “виразно розповідати матеріал, власні спогади, роздуми, спостереження, враження та ін. Уміти говорити вільно, просто, доречно, точно, володіти багатством словника, архітектоніки тексту, інтонацій” [16].

Важливим для журналіста під час телеефіру є правильне дихання, тобто дихання, яке забезпечу гарне звукове мовлення, інтонаційна виразність тележурналіста.

Також у мовленні тележурналіста особлива роль належить паузі, яка розділяє одну фразу від іншої. Вона у звичайному мовленні суттєво відрізняється від паузи у телеефірі. Тележурналіст має значно коротшу паузу, тому що обмежений часом.

Отже, робота на «Суспільному телебаченні» потребує від редактора знань улюбій темі, вміння контактувати з людьми, грамотність, великий словниковий запас. Також робота в телеефірі – це важка робота для журналіста, тому що потрібно все контролювати і бути уважним. Дана професія підходить комунікабельним людям, які готові весь час навчатись.

2.2. Специфіка підготовки тексту на телеканалі «рада» .

“«Рада» рахується загальноукраїнським державним інформаційно-аналітичний телеканал, що показує діяльність Верховної Ради України, народних депутатів України, депутатських фракцій та груп, органів місцевого самоврядування” [17].

Перша програма на “Першому національному каналі” вийшла 23.03.1999 року. Це була інформаційна програма «Щоденник Верховної Ради України». А вже 27 березня телеглядачі побачили першу тижневу інформаційно-аналітичну програму «Парламентський вісник».

Даний телеканал був першим парламентським каналом на пострадянському просторі. До перезапуску формату мовлення у грудні 2021 року, «Рада» була близькою до «BBC Parliament» і «C-SPAN», які лише транслювали засідання, без оціночних суджень, де кожен охочий міг зайти та подивитись засідання парламенту наживо. Зі зміною формату мовлення телеканал став інформаційно-аналітичним. У наповненні ефіру з'явилися ведучі, авторські передачі, розмовні шоу, які дають оцінку політичній ситуації в Україні.

Телевізійники Орловський М. та Макаренко С. очолили команду журналістів, режисерів та телеоператорів і почали займатись розвитком українського парламентського телеканалу. До команди входили: Андросчук Н.; Глушенок С.; Горіцька Л.; Шишкова В. та інші.

1 вересня 2018 року телеканал розпочав цілодобове мовлення у мультиплексі МХ-5 цифрової ефірної мережі DVB-T2” [18].

15 грудня 2021 року телеканал здійснив перезапуск і перейшов до мовлення у широкоекранному форматі зображення 16:9 та у стандарті високої чіткості (HD). При цьому телеканал переформатувався з парламентського мовника на інформаційних. За словами директора телеканалу Вадима Перенчука у студіях телеканалу «виходить краща технологічна картинка».

Причиною цього стало збільшення видатку з державного бюджету на телеканал на 2022 рік: з 60 до 320 млн. гривень [19].

“У зв'язку з російським вторгненням в Україну з 24 лютого 2022 року телеканал цілодобово транслює інформаційний марафон «Єдині новини»” [19].

“З 4 квітня 2022 року телеканал транслюється у мережі DVB-T2 замість телеканалів «Прямий», «5 каналу» й «Еспресо TV», а з 23 квітня 2022 до 1 лютого 2023 року — замість «4 каналу»” [20].

Підготовка тексту до телеєфіру включає в себе деякі важливі етапи:

1. Чіткість і зрозумілість: текст повинен бути зрозумілий аудиторії тому використання простої, зрозумілої мови без складних термінів або технічних термінів, якщо вони є то їх потрібно розтлумачувати. Потрібно уникати загромождження інформацією глядача, тому ставимо акцент на основних ідеях та ключових повідомленнях. Використання аргументів та прикладів, які допоможуть чітко висвітлити думку. Використання коротких речень з простою конструкцією полегшить сприйняття інформації глядачами.

2. Короткість та конкретність є ключовим принципом в телевізійних новинах, оскільки вони допомагають швидко та чітко передати інформацію аудиторії. Телевізійний час обмежений, тому текст повинен бути стислим та конкретним, уникайте повторень та сконцентруйтеся на головному. Уникнення зайвої інформації допоможе сконцентруватись на головному.

3. Ритм та стиль: ритм телевізійних новин є доволі швидким. Ведучі зазвичай мовлять з певним темпом, щоб передати інформацію швидко та ефективно. Щоб підкреслити авторитетність чи достовірність, використовуються прямі цитати від учасників подій або експертів.

4. Візуальні елементи: покращують сприйняття інформації телеглядачами. Ілюстрації, схеми, графіки та інші графічні елементи використовуються для візуалізації даних, статистики або концепції. Плавні графічні переходи між новинними сюжетами або сегментами, а також ефекти анімації можуть зробити новини більш привабливими та динамічними

5. Перевірка фактів: перед тим, як подавати текст в ефір важливо перевірити факти та достовірність інформації, для уникнення дезінформації глядачів. Перш за все важливо перевірити джерело інформації. Найкраще використовувати надійні джерела, експертів, офіційні заяви тощо.

Редагування телепередач є значно складніше, ніж редагування видання, тому що в передачах містяться одночасно чотири види інформації: вербальна, графічно динамічна, графічно статична та аудіальна.

- Вербальна інформація має бути чітка та проста, без складних речень, з використанням простої мови. Ідея повинна бути легка для засвоєння аудиторії. Структура інформації повинна бути лаконічною та послідовною з чітким планом або сценарієм для забезпечення логічного перебігу від теми до теми.

- Графічно динамічна інформація допомагає зрозуміти і передати ідею швидше та ефективніше. Використовуйте графіки, діаграми, ілюстрації, які підходять під текст, але уникайте перенасиченості.

- Графічно статична інформація також може бути засобом передачі ідеї та концепції на телеефірі. Використовуйте чим простіші зображення, їх тоді краще сприймає аудиторія. Враховувати потрібно розмір та колір тексту для кращої читабельності.

- Аудіальна інформація в телеефірі включає в себе звукові ефекти, музику, та інші аудіоелементи. Якість звуку повинна бути високою та чіткою. Використання звукових ефектів допоможе передати відповідний настрій подій.

Перед тим як текст попаде в ефір він має пройти два етапи: авторський та редакційний.

Авторський етап є важливим кроком в підготовці контенту. Спочатку потрібно визначити цільову аудиторію та зрозуміти ким є глядач, що йому цікаво. Потім написання самого тексту, він повинен бути зрозумілим не важким для сприйняття. Також редактор відповідно до затверджених планів повинен брати участь у закріпленні авторів за написанням відповідних сценаріїв.

Редактор повинен проінформувати автора, що в сценарії він має врахувати:

- а) специфіку телеканалу;
- б) формат даної передачі;
- в) тему передачі.

Сценарій повинен відповідати жанрові телепередачі

Під час підготовки новин редактор повинен перевірити, щоб:

- а) випуски готувались за планом передачі;
- б) інформаційні повідомлення одержано з достовірних джерел;
- в) сценарій передачі укладено з повідомлень, що мають найвищий ступінь новизни й цінності;
- г) копії сценарію були передані режисерові, дикторові, операторові.

Редактор повинен перевірити: чи підготовлений сценарій редакцією відповідає вимогам стандарту на авторський оригінал;

Редакційний етап також є важливим, оскільки він допомагає виправити помилки, поліпшити стиль та зробити текст більш зрозумілим аудиторії. Даний етап включає в себе виправлення граматичних помилок, перевірку тексту на чіткість, щоб стиль тексту відповідав формату програми. Також він включає в себе перевірку на правильність інформації.

Редактор повинен відредагувати сценарій з урахуванням специфіки телепередачі:

- а) назва передачі має містити до 3–4 слів;
- б) у сценарії повинна бути мінімальна кількість слів;
- в) у сценарії має позначитися місце де може бути перехід на рекламу;
- г) стиль тексту повинен відповідати передачі;
- е) при необхідності скорочення сценарію слід видаляти цілі абзаци, що не викривляти ритм тексту.

Редактор повинен проконтролювати під час редагування новинних телепередач щоб:

- а) співвідношення між блоками новин було орієнтовно однаковим;
- б) новини, які не включено в новинну передачу, слід передавати для використання в іншій редакції [21].

Отже, текст перед тим, як потрапити в ефір проходить багато етапів підготовки. Всі ці етапи є важливими і без них він не був би таким вдосконалим, як тексти які ми чуємо в телеефірі.

2.3 Порівняльний аналіз специфіки роботи редактора на суспільному телебаченні та телеканалі «рада».

Телебачення – це система передачі зображення та звуку для масової передачі інформації, розважальних програм, новин, спортивних подій та іншого контенту.

Телепередачі – це програми, які транслюються на телевізійних каналах різноманітні візуальні та аудіо-візуальні виступи, які мають свою структуру, формат та тривалість.

Телеканали – це медіаорганізації, які здійснюють передачу телевізійних програм через мережу телебачення. Кожен телеканал має свою назву, бренд та програмну концепцію. Телеканали виступають як платформи для виробництва та трансляції телевізійного контенту різних жанрів, таких як новини, розваги, спорт, реаліті-шоу та інше. Кожен телеканал має свою власну програмну схему, розклад передач, які вони транслюють.

Всі телеканали відрізняються один від одного форматом, формою власності за цільовою аудиторією тощо. Тому телеканали можна класифікувати за різними критеріями.

Класифікація телеканалів:

1. За форматом контенту:

- Новинні телеканали: спеціалізуються на передачі новин.
 - Розважальні телеканали: спеціалізуються на шоу, серіали, реаліті-шоу.
 - Спортивні телеканали: транслюють спортивні події, матчі, програми про спорт.
 - Документальні телеканали: присвячені показу документальних фільмів і програм
 - Музичні телеканали: відтворюють музичні відеокліпи, концерти, музичні шоу.
 - Дитячі телеканали: спрямованні на молодших глядачів і пропонують контент для дітей.
2. За географічним покриттям:
- Національні телеканали: мають широке покриття по всій країні.
 - Регіональні телеканали: спеціалізуються на певному регіоні або місті.
 - Міжнародні телеканали: транслюються в кількох країнах і мають глобальну аудиторію.
3. За типом власності:
- Державні телеканали: належать уряду або державі.
 - Приватні телеканали: знаходяться у власності приватних компаній або осіб.
 - Громадські телеканали: фінансуються шляхом пожертвувань або осіб.
4. За цільовою аудиторією:
- Телеканали для дорослих: програми призначені для глядачів певного віку.
 - Дитячі телеканали: надають контент дітям.
 - Жіночі телеканали
 - Спортивні телеканали.

Телеканали також можуть сполучати декілька цільових аудиторій і мати широкий спектр програм, щоб задовільнити інтереси глядачів.

Порівняльний аналіз «Суспільного телебачення» та телеканалу «Рада».

- Суспільне телебачення

За форматом: новинне, тому що спеціалізується на новинному контенті.

За географічним покриттям: «Суспільне» є національним і регіональним телебаченням, тому що має широке покриття і показує всеукраїнські новини, але в нього є філії в кожному місті, які транслюють новини які відбуваються тільки в тому чи іншому місті.

За типом власності «Суспільне телебачення» є державним, тому що належить державі.

За цільовою аудиторією: телеканал для широкого кола глядачів.

- Телеканал «Рада».

За форматом: новинне, тому що спеціалізується тільки на новинному контенті, веде трансляції з Верховної Ради України. В ефір виходять дискусійні програми як «ПроПарламент», «ПолітикаUA». Відтворюються на телеканалі і заходи в яких бере участь Президент України, члени Кабміну та інші перші особи держави.

За географічним покриттям: загальноукраїнський державний інформаційно-аналітичний телеканал.

За типом власності: юридично, телеканал є «Державним підприємством «Парламентський телеканал «Рада», статут, якого затверджений Керівником Апарату Верховної Ради України.

За цільовою аудиторією: телеканал «Рада» орієнтується на широку цільову аудиторію. Виходячи з основних напрямків діяльності каналу

суспільно-політичному та інформаційному мовленню, канал зосереджується на виборюванні довіри глядача.

При формуванні концепції каналу та сітки мовлення, своєю вважається цільова аудиторія без обмеження віку. Як потенційний глядач із зрозумілих причин не розглядаються діти.

Отже, робота редактора на «Суспільному телебаченні» та телеканалі «Рада», може відрізнитись редакційною політикою, кожен телеканал має власну політику, яка визначає пріоритети, цінності які використовуються при виборі та обробці новин. Також редактори можуть обирати різні жанри та формати новинних програм. На «Суспільному» транслюються новини, сюжети, репортажі, а на телеканалі «Рада» – трансляції з Верховної Ради України, тому специфіка роботи телеканалів та редакторів на них має незначні відмінності.

ВИСНОВКИ

У першому розділі проаналізувавши історію українського журналістикознавства, дослідивши значну кількість інформації, можна зробити висновок, що наука про журналістику розвивалася за доволі складних історичних обставин. Дослідження засвідчило, що на становлення журналістикознавства впливало багато чинників. Основними були:

1. Розвиток технологій: поява масових засобів комунікації, зокрема інтернету і телебачення. Це дозволило більше поширювати інформацію і збільшити кількість журналістських видань.
2. Зміна соціально-політичного контексту: заміна політичної системи розширила роль журналіста .
3. Зміна сприйняття журналіста: від спостерігача до активного учасника суспільного життя.

Також розглянуто методи збору інформації в журналістиці. Кожен метод доповнює один одного, кожен з них важливий для журналіста. Без методу спостереження журналіст не помічав деталей, які на перший погляд можуть здатись неважливими, але при баченні вже всієї картини розслідування, вони відіграють ключову роль. Без аналізу документів, неможливо було б знайти і довести факти провини. Метод інтерв'ю дає можливість донести свою думку аудиторії або спростувати ту чи іншу інформацію.

Ознайомившись з інформаційною редакцією, констатуємо, що кожен спеціаліст в даній сфері важливий, без докладання зусиль цих людей не було б телебачення, точніше на ньому нічого не було б. Для сюжету на декілька секунд, потрібно прикласти зусилля не одній людині, а цілій команді людей.

В другому розділі аналізували та порівнювали роботу редактора на телеканалах, «Суспільному» та «Рада».

Проаналізувавши роботу редактора, можна зробити висновок, що специфіка роботи майже не відрізняється. На обох телеканалах редактори редагують перевіряють матеріали перед виходом в ефір.

Хоча обидва телеканали новинні, все ж відрізняються специфікою показу. Якщо «Суспільне» може транслювати розважальні сюжети, опитування тощо, то телеканал «Рада» спеціалізується на парламентських новинах, передачах, трансляціях з Кабінету Міністрів України тощо.

Від 24 лютого 2022 року почався марафон «Єдині новини», який транслюється на загальноукраїнських приватних, державних та суспільних телеканалах. У марафоні беруть участь «Суспільне» та «Рада».

Отже, обов'язки редактора не змінюються в залежності від місця роботи чи телеканалу, але змінюється обсяг роботи та специфіка. На одному телеканалі потрібно моніторити новини, шукати події тощо, а на іншому писати текст для ведучих чи питання для інтерв'ю. Але в будь-якому випадку, головна мета – якісний контент.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабич М. Практична стилістика і культура української мови : навч. посібник. Львів : Світ, 2003. 432 с.
2. Василенко М. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі: монографія Василенка М. – К.: Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2006. – 234 с.
3. Виробництво новин: телебачення, радіо, інтернет / пер. з англ. Єгоровець Н. К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 407 с.
4. Громадські слухання щодо законодавчого забезпечення. Формування в Україні Суспільного мовлення 15 березня 2005 р. Вісник. Київ. 2005. 46 с.
5. Голік О. Теорія жанрів періодичної преси: історіографічний погляд Голік О. Українська журналістика: умови формування та перспективи розвитку: Зб. Наук. Пр. / М-во освіти і науки України; Черкаський нац. Ун-т ім. Б. Хмельницького; – Черкаси, 2007. – С. 394
6. Європейські стандарти у галузі Суспільного мовлення. Інститут Медіа Права – Київ. 2010 – 246 с.
7. Журналістика та основи редакторської майстерності: навч. посіб. / В. Жадько. – К.: Знання, 2012. – 271 с.
8. Закон України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України», URL: <https://zakon.rada.gov.ua/lavs/show/1166-20> (дата звернення: 15.05.2023 о 12:40)
9. Закон України «Про Суспільне медіа», URL: <https://zakon.rada.gov.ua/lavs/show/1166-20> (дата звернення: 15.05.2023 о 14:20)
10. Закон України «Про медіа», URL: <https://zakon.rada.gov.ua/lavs/show/1166-20> (дата звернення: 15.05.2023 о 13:50)
11. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Львів: ПАІС, 2004. - 268 с.

- 12.Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: підручник – 3-тє вид. – Львів: ПАІС, 2008. – 312 с.
- 13.Кабанов М. Українське телебачення. Київ, 2008. 400 с.
- 14.Концепт Радіомовлення і телебачення ввімкнув телеканал «Рада» замість «Прямого», «5 каналу» та «Експресо» URL: <https://prm.ua> (дата звернення: 17.05.2023 о 23:48)
- 15.Кравець А. Методологія науки. Навч. посібник. Львів 1991р. 346 с.
- 16.Крейг Р. Інтернет-журналістика: робота журналіста і редактора у новинних ЗМІ / Переклад з англ. Іщенко І. К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 32 с.
17. Марія Тупік «“Спартак Субота виявився аферистом”: в мережі пожежа через викриття популярного психолога» ULR: <https://glavred.net/stars/amp>. (дата звернення: 25.05.2023 о 17: 20)
- 18.Михайлин І. Нарис з історіографії історії української журналістики: методологічні уроки Івана Франка / Нечиталюк М. *Збірник праць кафедри української преси*. Львів : АНУ ім. Івана Франка. 2000. вип. 3. С. 230.
- 19.Медіапростір зб. Наук. Статей випуск 10 – Тернопіль ТНПУ ім. В. Гнатюка 2017 – 117 с.
- 20.Основи телетворчості: практикум: О. Сербенська, В. Бабенко: ПАІС 2007 – 112 с.
- 21.Поетика телевізійної журналістики : монографія. Львів : видав. центр. ЛНУ ім. Івана Франка.
- 22.Повідомлення – телеканал «Рада» розпочинає мовлення у цифровому, цілодобовому форматі. Офіційний портал Верховної Ради України. URL: <https://portal.rada.gov.ua>. (дата звернення: 06.06.2023).
23. Прилюк Д. Теорія і практика журналістської творчості: проблеми майстерності : навч. посіб. для студентів вузів, які навчаються по спеціальності «Журналістика». К. : Ваша школа, 1983. 280 с.
- 24.Професія редактора Телебачення URL: <https://profitworks.com.ua> (дата звернення 07.06.2023 о 16:55).

25. Повідомлення – телеканал «Рада» розпочинає мовлення у цифровому, цілодобовому форматі. Офіційний портал Верховної Ради України. URL: <https://portal.rada.gov.ua>. (дата звернення: 06.06.2023).
26. Потяник Б. Медіа: ключі до розуміння. Серія: Медіакритика. – Львів: ПАІС, 2004.- 312 с.
27. Різун В. Нарис з історії та теорії українського журналістичного мистецтва : монографія. Київ, нац. Ун-т ім. Тараса Шевченка. К. : Ін-т журналістики, 2005. 232 с.
28. Статут державного підприємства “Парламентський телеканал” «Рада», URL: tv.rada.gov.ua (дата звернення: 06.06.2023 о 18:12).
29. Телеканал «Рада» вестиме марафон до 12.00 і з 00.00 до 6.00 URL: <https://detektor.media> (дата звернення: 08.06.2023 о 20:44).
30. Яковець А. Телевізійна журналістика: теорія і практика: Підручник – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. – 240 с. – Бібліогр. С. 239

Рецензія

на дипломну роботу

«Специфіка роботи редактора під час підготовки телепрограм на прикладі «Суспільного телебачення» та телеканалу «Рада»»

студентки юридичного відділення Галицького фахового

коледжу ім. В. Чорновола

Кашалупи Вікторії Олегівни

Будь-яка перекладна практика із сфери редакторської діяльності виступає обов'язковим маркером як мінімум двох характеристик професійної майстерності редактора. Характеристика перша: глибока інтелектуальна зануреність у фахову сферу того напрямку, яким опікується видавнича структура, до якої є дотичним редактор. Характеристика друга: орієнтація в міжнародній практиці опрацювання контенту, в якій (щодо практики) має зацікавленість певний пласт української аудиторії.

Саме такі характеристики редакторської практики специфіки роботи редактора під час підготовки телепрограм на прикладі «Суспільного телебачення» та телеканалу «Рада» Кашалупи Вікторії Олегівни.

На наше переконання, робота студентки набуває більшої цінності у контексті аналізу проблем з якими доводиться стикатися редактору під час підготовки матеріалу та основних вимог до написання інформаційних текстів для телевізійних новин, програм, сюжетів, ток-шоу тощо.

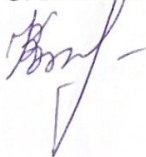
Для втілення дослідницьких інтересів Вікторія Олегівна обрала класичний варіант проведення дослідження, на чільне місце поставивши необхідність теоретичного опрацювання проблеми редакторської праці. Текст дипломної роботи поділено на два розділи, теоретичний і прикладний, з аналізом конкретних телеканалів. Вступ, висновки і список літератури – так само елементи рецензованої нами роботи.

При тому, що студентка доволі вміло опрацювала специфіку редакторської роботи з телеканалами, які вона самостійно визначила для аналізу, сам текст дипломної праці викликав запитання. Студентка не пояснила, чому саме обрані телеканали стали джерельною базою роботи. В цьому ж пункті зазначимо, що Вікторія не зробила конкретизації узагальнених висновків стосовно спільних і відмінних саме редакторських прийомів роботи досліджуваних телеканалів. Спостерігаємо також пунктуаційні огріхи, помилки у списку літератури.

І все ж, на нашу думку, робота відбулась. Студентка в цілому впоралась із завданням, виконавши усі основні завдання, які були перед нею поставлені для опрацювання обраної теми дипломної роботи. Пропонуємо оцінити дипломну роботу позитивною оцінкою.

Рецензент – В. С. Капітан

21.06.23



Ім'я користувача:
Владислава Капітан

Дата перевірки:
19.06.2023 14:56:11 MSK

Дата звіту:
29.06.2023 15:05:14 MSK

ID перевірки:
1015646324

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

ID користувача:
100011655

Назва документа: Кашалупа Віка група В-41 (1)

Кількість сторінок: 31 Кількість слів: 6079 Кількість символів: 47147 Розмір файлу: 85.33 KB ID файлу: 1015292278

12.9% Схожість

Найбільша схожість: 2.14% з Інтернет-джерелом (<https://vdoc.pub/documents/-7dtdcn53mnb0>)

12.9% Джерела з Інтернету

185

Сторінка 33

Не знайдено джерел з Бібліотеки

11.2% Цитат

Цитати

11

Сторінка 34

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0.1% Вилучень

Деякі джерела вилучено автоматично (фільтри вилучення: кількість знайдених слів є меншою за 8 слів та 0%)

0.1% Вилучення з Інтернету

5

Сторінка 35

Немає вилучених бібліотечних джерел

Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи

5