МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему «Телевізійні огляди та гібридні телепрограми»

Виконала: студентка 4 курсу, групи
6.0611-1ж
спеціальності 061 журналістика
освітньої програми «Журналістика»
Чугуєнко А. Д.
Керівник: д. соц. ком., проф.
Чернявська Л. В.
Рецензент: д. соц. ком., проф.
Ковпак В. А.

Запоріжжя 2025

ЗМІСТ

Реферат…….....3
Завдання…….....5
Вступ .....…….…..…7
Розділ 1. Телевізійні огляди: теоретичний аспект. Гібридні телепрограми: концепція та аналіз ……...…..…10
1.1 Визначення телевізійних оглядів. Функції та типи телевізійних оглядів. Історія та еволюція телевізійних оглядів ……..……..……10
1.2 Гібридні телепрограми: концепція та аналіз. Стратегії створення гібридних телепрограм ……...…18
Розділ 2. Аналіз власних телевізійних оглядів у жанрово-форматному аспект ……..…..…..…24
2.1. Загальна характеристика матеріалів творчого проект….....….....24
2.2 Відеоогляд «Ковзанка у Запоріжжі» як приклад навчального телевізійного продукту……..……..…26
2.3. Аудиторна орієнтація та стратегія подання відеоматеріалу.…….….28
2.4. Особливості оформлення проєкту…….……..…..30
2.5 Технічна база і цифрові платформи для монтажу……..…..31
2.6 Зв’язок із творчим доробком (портфоліо)……..……..…….33
Висновки……34
Список використаної літератури……...….36
Додаток А. Сценарії матеріалів ……..……..38
Додаток Б. Список матеріалів портфоліо ……...44
Декларація академічної доброчестності…….….45
Abstract…….....46

РЕФЕРАТ

Тема кваліфікаційної роботи бакалавра: «Телевізійні огляди та гібридні телепрограми»

Обсяг основного тексту: 29 сторінок

Кількість використаних джерел: 21

Мета роботи: Дослідити жанрові й змістові особливості телевізійного огляду, проаналізувати гібридизацію телевізійних форматів та на основі отриманих знань створити й обґрунтувати власний творчий продукт у вигляді телевізійних відеооглядів.

Для досягнення мети дослідження ми виконали такі **завдання:**

1) окреслити поняття телевізійного огляду та його місце в тележурналістиці;

2) розглянути теоретичну суть гібридних телепрограм і особливості їх структури;

3) проаналізувати приклади сучасних телевізійних оглядів і гібридних форматів;

4) виявити тенденції гібридизації в журналістиці та її вплив на зміст і форму телепрограм.

Об’єкт дослідження: Телевізійний огляд як жанрове явище в сучасному медіапросторі.

Предмет дослідження: Форматні, структурні та змістові особливості телевізійних оглядів і гібридних телепрограм, процеси їх створення, адаптація до потреб аудиторії.

Формально-змістові характеристики проєкту: Проєкт складається з телевізійних відеоматеріалів, що поєднують пізнавальні та розважальні елементи. Основними характеристиками є поєднання інформаційного й емоційного компонентів, використання закадрового тексту, авторської начитки, динамічного відеоряду, музичного супроводу та візуальної стилізації згідно з темою. Окрему увагу приділено елементам персонального брендингу,

цільовому націленню контенту та створенню унікального стилю викладу матеріалу.

Ключові слова: телевізійний огляд, гібридна телепрограма, формат, жанр, відеоконтент, телеведучий, сценарій, медіатекст, телевізійна журналістика, авторський проєкт, телевізійне виробництво

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Рівень вищої освіти – бакалавр
Спеціальність 061 журналістика
Освітня програма «Журналістика»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Чернявська Л. В.__
_____
«27» травня 2025 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА СТУДЕНТЦІ

Чугуєнко Аліні Дмитрівні

1. Тема роботи – «Телевізійні огляди та гібридні телепрограми» («TV Views and Hybrid TV Programs»),
   керівник роботи – Чернявська Людмила Віталіївна, д. соц. ком., проф.
   затверджені наказом ЗНУ від «7» листопада 2024 року № 1781-С.
2. Строк подання студентом роботи – 10 червня 2025 р.
3. Вихідні данні до роботи – наукові праці таких дослідників: А. Москаленко, Л. Мірошніченко, І. Михайлин, О. Петренко, Н. Романюк, О. Чекмишев.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) окреслити поняття телевізійного огляду та його місце в тележурналістиці. 2) розглянути теоретичну суть гібридних телепрограм і особливості їх структури. 3) проаналізувати приклади сучасних телевізійних оглядів і гібридних форматів. 4) виявити тенденції гібридизації в журналістиці та її вплив на зміст і форму телепрограм.
5. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Завдання видав (дата і підпис)	Завдання прийняв (підпис)
Вступ	Чернявська Л. В., проф..	23.12.2024	
1 розділ	Чернявська Л. В., проф.	20.01.2025	
2 розділ	Чернявська Л. В., проф.	25.03.2025	
Висновки і додатки	Чернявська Л. В., проф.	25.04.2025	

6. Дата видачі завдання –24 листопала 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об'єкт, предмет дослідження.	20.12.2024	Виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту. Дібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела.	25.12.2024	Виконано
3	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину, оформити список літератури	05.02.2025	Виконано
4	Доробити творчий проєкт, скласти його опис та обґрунтування.	05.05.2025	Виконано
5	Сформувати список творчого доробку, написати всі інші підрозділи практичної частини.	05.05.2025	Виконано
6	Написати висновки і остаточний варіант вступу.	29.05.2025	Виконано
7	Оформити всі додатки.	01.06.2025	Виконпно
8	Пройти рецензування. Здати роботу на нормоконтроль.	06.06.2025	Виконано невчасно
9	Виправити недоліки оформлення і здати роботу на кафедру.	10.06.2025	Виконано невчасно

Студентка _____А. Д. Чугуєнко

Керівник роботи _____Л. В. Чернявська

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____Чабаненко М. В

ВСТУП

Сучасна журналістика постійно змінюється під впливом цифрових технологій, соціальних мереж та нових інформаційних потреб аудиторії. Телебачення як один із ключових медіа каналів трансформацій зазнає особливо помітно. Традиційні жанри, що десятиліттями визначали структуру телевізійного мовлення, поступово поєднуються, видозмінюються або відходять на другий план, поступаючись місцем новим, гібридним форматам.

Водночас телевізійні огляди – інформаційно-аналітичні передачі, що дають змогу глядачеві швидко й зрозуміло орієнтуватися в подіях – залишаються актуальним елементом журналістського контенту. Проте й ці програми зазнають змін: з'являються нові підходи до подачі матеріалу, глядацька взаємодія, елементи шоу та розважального контенту.

У цьому контексті гібридизація телепрограм – тобто змішування жанрів, форматів та стилістик – стає визначальною тенденцією. Журналістика в гібридних телепроєктах часто поєднується з розважальними елементами, візуальними ефектами, інтерактивом, що ставить перед журналістами нові виклики, але й відкриває нові можливості для впливу на аудиторію.

Мета дослідження – проаналізувати телевізійні огляди як жанр журналістики в умовах розвитку гібридних телепрограм, визначити їхні функції, особливості та вплив на сучасного глядача.

Актуальність теми дослідження: У XXI столітті телебачення, попри конкуренцію з боку інтернет-платформ, залишається одним із найвпливовіших засобів масової інформації. Проте, щоб зберегти свою конкурентоспроможність, телевізійні редакції змушені адаптуватися до нових умов інформаційного простору: змінювати формат подачі, структуру програм, взаємодію з аудиторією. Одним із наслідків цієї трансформації стало активне поширення гібридних телепрограм, що поєднують журналістські, аналітичні, розважальні та інтерактивні елементи.

Телевізійні огляди як жанр журналістики особливо виразно демонструють ці зміни. З одного боку, вони залишаються джерелом достовірної та структурованої інформації про суспільно важливі події, а з іншого – дедалі частіше використовують прийоми розважального телебачення: візуальні ефекти, особистісну подачу ведучих, гумор, живу взаємодію з глядачем.

Таким чином, відбувається гібридизація журналістського контенту, що вимагає нового наукового осмислення. Змінюються не лише формати, а й роль журналіста, очікування аудиторії, межі між жанрами. У цьому контексті важливо дослідити, як саме трансформуються телевізійні огляди, якими є особливості гібридних телепрограм, і яким чином це впливає на якість та функціональність журналістики в умовах сучасного телемовлення.

Тема є актуальною також і тому, що гібридні формати дедалі частіше стають основою успішних телевізійних проєктів – як в Україні, так і за кордоном. Їх вивчення дозволяє краще зрозуміти тенденції розвитку медіа, адаптувати журналістську практику до нових реалій, а також сформулювати рекомендації для створення якісного, конкурентного телевізійного продукту.

Завдання роботи:

5) окреслити поняття телевізійного огляду та його місце в тележурналістиці;

6) розглянути теоретичну суть гібридних телепрограм і особливості їх структури;

7) проаналізувати приклади сучасних телевізійних оглядів і гібридних форматів;

8) виявити тенденції гібридизації в журналістиці та її вплив на зміст і форму телепрограм.

Об'єкт дослідження – Телевізійний огляд як жанрове явище в сучасному медіапросторі.

Предмет дослідження – структурно-змістові особливості гібридних телепрограм і принципи створення телевізійних оглядів з елементами розважального та пізнавального контенту.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів та підрозділів, висновків, списку використаних джерел. Обсяг основної частини роботи – 29 сторінок. Список використаної літератури містить 21 найменування, викладені на 2 сторінках.

РОЗДІЛ 1
ТЕЛЕВІЗІЙНІ ОГЛЯДИ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ. ГІБРИДНІ ТЕЛЕПРОГРАМИ: КОНЦЕПЦІЯ ТА АНАЛІЗ

1.1 Визначення телевізійних оглядів. Функції та типи телевізійних оглядів. Історія та еволюція телевізійних оглядів

Телевізійний огляд – це жанрова форма телевізійної журналістики, яка передбачає узагальнення та аналітичне осмислення фактів, подій, явищ суспільного життя. Такий огляд подає глядачам інформацію у концентрованому, структурованому вигляді, часто з елементами суб'єктивного авторського аналізу або критики [7].

За визначенням О. Чекмишева [19], телевізійний огляд – це жанр журналістики, в якому автор аналізує та систематизує події, які мали місце протягом певного часу або у певному інформаційному полі. Він підкреслює, що телевізійні огляди можуть бути тематичними (наприклад, політичними, культурними, спортивними) або комплексними – узагальненням усього інформаційного потоку за добу, тиждень, тощо.

За визначенням Р. Кузнєцова [8], телевізійний огляд – це форма аналітичної телепередачі, яка включає елементи коментаря, інтерв'ю, репортажу та авторської думки. Такий огляд є продуктом ретельного відбору інформації, її логічної структурування та інтерпретації, що дозволяє глядачеві глибше зрозуміти суть подій та тенденцій.

А. Яковець у своїй праці підкреслює [21], що телевізійний огляд виконує не лише інформативну, а й аналітичну, публіцистичну та виховну функції. Вона зазначає, що телевізійні огляди покликані сприяти формуванню критичного мислення у глядачів, допомагаючи їм не просто споживати інформацію, а й осмислювати її в контексті соціокультурного та політичного середовища.

Як зазначає Д. Григораш у своєму словнику [4], термін "огляд" трактується як журналістський жанр, що передбачає узагальнення фактів, подій і явищ у певній сфері. У контексті сучасної телевізійної журналістики цей жанр

трансформувався у телевізійний огляд – форму подання інформації, яка поєднує аналітику, візуальний ряд і елементи суб'єктивної авторської оцінки. Сучасні гібридні телепрограми значно розширюють рамки класичного огляду, доповнюючи його елементами розваг, інтерактиву та реклами.

Варто зазначити, що телевізійні огляди часто мають авторський характер, адже журналіст або ведучий виступає не лише як ретранслятор інформації, а як аналітик, коментатор і навіть критик, який формує певний ракурс сприйняття подій. Це відрізняє телевізійний огляд від звичайних новин, де суб'єктивність автора зведена до мінімуму.

На сучасному етапі розвитку телебачення телевізійні огляди активно адаптуються до нових форматів – зокрема, гібридних жанрів, де поєднуються елементи журналістики, шоу, документалістики й навіть розважального контенту. Це дозволяє залучати ширшу аудиторію, не знижуючи при цьому аналітичного рівня передач.

Телевізійні огляди класифікуються за кількома критеріями – зокрема, за тематикою, періодичністю, форматом подачі, жанровою побудовою тощо. Така диференціація дозволяє визначити роль телевізійного огляду в медіапросторі та способи його взаємодії з аудиторією.

Телевізійний огляд як жанр журналістики має гнучку структуру та багатовекторну класифікацію, що зумовлена його функціональним навантаженням, тематичною орієнтацією, формою подання матеріалу та цільовою аудиторією. У науковій літературі дослідники журналістики подають різні типології оглядів залежно від контексту аналізу.

За тематикою. Однією з найпоширеніших класифікацій є поділ телевізійних оглядів за тематикою. Це дозволяє структурувати контент за галузями суспільного життя:

– Політичні огляди – аналізують події в системі влади, партійної діяльності, міжнародної політики. Часто містять коментарі експертів та прогнозування.

– Соціальні огляди – висвітлюють питання соціальної політики, життя громад, проблеми охорони здоров’я, освіти, міграції тощо [8].

– Культурні огляди – присвячені культурним подіям, мистецтву, театру, кінематографу, літературі, виставкам. Їх відзначає висока естетична складова [17].

– Спортивні огляди – аналіз подій зі світу спорту: змагання, трансфери, результати, аналітика, коментарі. Як зазначає Р. Левицький, спортивні спецпроєкти на українському телебаченні демонструють приклад вдалої синергії журналістики, розваг та PR, що є характерним і для гібридних телепрограм як нового типу медіапродуктів [9]

– Економічні огляди – орієнтовані на бізнес, фінансові ринки, інфляційні показники, бюджетну політику [3].

Періодичність телевізійних оглядів пов’язана з темпами новинного потоку й очікуваннями аудиторії:

Щоденні (денні, вечірні) – короткий аналіз подій доби (наприклад: «Факти. Вечір», «ТСН. День»).

Тижневі огляди – найбільш усталена форма, що дозволяє глибше проаналізувати події (наприклад: «Підсумки тижня», «Українські сенсації»).

Місячні / сезонні огляди – спеціальні проєкти до важливих дат або на завершення сезону.

За авторською позицією та рівнем суб'єктивності: Інформаційні огляди - подаються у нейтральному, фактичному стилі, з мінімумом коментарів. Мета - об’єктивно узагальнити новини. Аналітичні огляди – містять експертні оцінки, прогнози, авторське бачення. Публіцистичні огляди – емоційно забарвлені, включають елементи роздумів, критики, сатири або іронії.

За форматом подачі. Класичний студійний огляд – ведучий в кадрі озвучує матеріал, коментує вставки (сюжети, інтерв’ю). Документально-оглядовий формат – з використанням архівних кадрів, інфографіки, закадрового тексту. Інтерактивний огляд – з включенням прямого зв’язку з аудиторією, соцмереж, опитувань.

Вивченням структурних особливостей телевізійного огляду займалися як українські, так і зарубіжні дослідники. Так, за словами М. Михайлина [13], телевізійний огляд – це не просто підбірка новин, а «узагальнення інформаційного потоку з елементами аналітики, оцінювання й контекстуалізації».

У практиці сучасного телебачення можна виділити такі додаткові підвиди оглядів:

Тематично-комбіновані огляди. Цей підвид передбачає синтез кількох сфер у межах одного випуску. Наприклад, програма може охоплювати як політичні, так і економічні чи соціальні події, об'єднані єдиною концепцією або подієвим полем [16]. Приклад: «Підсумки тижня з Олегом Панютою» (ICTV) – поєднує новини з парламенту, військових дій, економіки та навіть соціальної тематики, іноді з інтерв'ю експертів.

Огляди спеціалізованого напряму. Такі огляди орієнтовані на вузькопрофільну аудиторію, часто мають освітню чи професійну спрямованість. Такі програми формують інформаційну компетентність аудиторії в певних галузях, наприклад [6]:

– Наукові огляди – наприклад, «Світ науки» на телеканалі UA:Культура.

– Освітні огляди – моніторинг реформ, змін в освітній сфері, аналітика результатів.

– Огляди технічних інновацій – IT, стартапи, технології, наприклад, «Технопарк».

Критико-оглядові програми. Цей формат наближається до рецензії. У таких оглядах ведучий не лише інформує, але й надає оціночні судження, часто з посиланням на інші джерела або думки глядачів: огляди фільмів і серіалів, книжкові огляди, критика соціальних явищ (наприклад, політична сатира в програмі «Телебачення Торонто»).

Репортажно-оглядові гібриди. З розвитком мобільної журналістики (MoJo) та YouTube-форматів з'являється тенденція до поєднання жанрів. Часто

сучасний телевізійний огляд набуває риси репортажу або розслідування, коли журналіст не лише узагальнює події, а й показує їх «зсередини» – за участю очевидців, учасників, експертів. Приклад: «Слідство.Інфо» або YouTube-канал Bihus.Info – подають інформацію у вигляді «огляду справ», часто з аналітичним підтекстом.

Згідно з підручником Л. В. Ноздріної, ефективне управління медіапроєктами включає планування цілей, ресурсів і командної взаємодії – усі ці компоненти є ключовими у створенні телевізійних спецпроєктів і гібридних телепрограм [14].

Як зазначає Т. Бондаренко, сучасні інформаційні спецпроєкти, що функціонують в онлайн-просторі, вже давно перестали бути лише суто журналістським продуктом. Вони поєднують у собі низку складових, які виходять за межі традиційної подачі інформації. Зокрема, до таких компонентів належать елементи журналістики, візуального дизайну, маркетингових стратегій та глибокого аналізу цільової аудиторії. Завдяки такому симбіозу формується багатошаровий, інтерактивний та динамічний інформаційний продукт, що здатен не лише інформувати, але й утримувати увагу глядача, залучаючи його до активної взаємодії.

Аналогічну тенденцію спостерігаємо і в телевізійному просторі, де гібридні програми вже не обмежуються виключно жанровими рамками класичної журналістики. Сучасні телепродукти дедалі частіше включають у себе елементи візуальної культури, естетики масових видовищ, а також інтегрують розважальний контент, рекламні повідомлення та спеціальні візуальні вставки. Важливою складовою стає й комунікація з глядачем через цифрові платформи: соцмережі, інтерактивні опитування, стріми та інші діджитал-інструменти, які забезпечують зворотний зв’язок і підсилюють ефект присутності. Таким чином, гібридність виявляється не лише у змісті, а й у формах подачі та взаємодії з аудиторією. [2]

Залежно від тематики, форми подачі, рівня суб’єктивності та способу взаємодії з аудиторією, телевізійні огляди поділяються на кілька основних

типів. Кожен із них має свої жанрові риси, функціональне навантаження та приклади реалізації в українському телемедіа. У таблиці 1.1.1 нижче систематизовано найпоширеніші типи телевізійних оглядів:

Таблиця 1.1.1 - Систематизація типів телевізійних оглядів

Тип огляду	**Основні риси**	**Приклади програм**
Політичний	Аналіз владних процесів, політичних сил	«Час. Підсумки тижня», «Право на владу»
Культурний	Рецензії, події культури	«Культурний щоденник», «АртПогляд»
Соціальний	Життя громади, соціальні проблеми	«Схеми», «Зворотний відлік»
Комбінований	Поєднання кількох тематик у межах одного випуску	«Факти тижня», «ТСН. Тиждень»
Авторський (суб'єктивний)	Ведучий має виразну позицію, інтерпретує події	«Гроші», «Телебачення Торонто»
Інтерактивний	Залучення глядача, опитування, коментарі онлайн	Стрими в соцмережах, «Є питання»

Функції телевізійних оглядів

Це не лише жанрова форма, яка узагальнює інформацію за певний період, а й важливий інструмент впливу на суспільну свідомість. Його функції тісно пов'язані з основними завданнями мас-медіа та реалізуються у конкретному контексті: тематиці програми, її цільовій аудиторії, формі подачі, авторській позиції. Телевізійний огляд поєднує у собі «і документ, і аналітику, і публіцистику», що дає йому змогу виконувати багатофункціональну роль у медіапросторі. [11]

Інформаційна функція – оперативне інформування глядача про найважливіші події, що відбулися за певний період. Програма синтезує значні обсяги новин, подаючи їх у скороченій, структурованій та зрозумілій формі.

Така функція особливо важлива в умовах інформаційного перевантаження, коли споживач не встигає відслідковувати всі новини щоденно.

Аналітична функція. Телевізійні огляди часто включають експертні оцінки, прогнози, порівняння та пояснення причинно-наслідкових зв'язків. Це дозволяє глядачеві не лише дізнатись про факт, а й зрозуміти його значення в ширшому контексті. Особливо важливою ця функція є в оглядах політичних, економічних або міжнародних подій [1].

Орієнтаційна (навігаційна) функція. Телеглядач, спостерігаючи за оглядовою програмою, формує уявлення про ієрархію важливості подій. Упорядкування матеріалів, акценти, заголовки та візуальні ефекти створюють підсвідоме розуміння: що є «головним», а що – другорядним. Ця функція формує інформаційну картину світу, яку транслює конкретний телеканал або журналіст.

Виховна та соціалізуюча функція. Оглядові програми здатні впливати на нормативну поведінку аудиторії, формувати етичні орієнтири, розвивати громадянське мислення. Особливо це властиво соціальним, культурним та публіцистичним оглядам, у яких журналіст свідомо або підсвідомо транслює моральні оцінки подій і явищ.

Естетична функція. Хоча це неочевидна, але важлива функція: візуальний стиль, музичний супровід, графіка, манера ведення – усе це формує естетичне сприйняття матеріалу. Саме через подібні засоби огляд стає не лише інформативним, а й емоційно привабливим для глядача.

Мобілізаційна та переконувальна функція. Деякі телевізійні огляди, особливо авторські, мають на меті актуалізувати проблему, підштовхнути глядача до дій або зміни поглядів. Це реалізується через риторику, заклики, контрастні приклади, а також через персоніфікований підхід.

Розважальна функція. У деяких оглядах (особливо у програмах шоу-формату або культурного напрямку) новини подаються з гумором, сатирою, елементами інфотейнменту. Це дає змогу зменшити психологічне навантаження на аудиторію й одночасно утримати її увагу [18].

Історія та еволюція телевізійних оглядів

Телевізійні огляди, як окремий жанровий різновид журналістики, виникли не миттєво – вони пройшли складний шлях становлення та еволюції, що тісно пов'язаний із розвитком телебачення, зміною суспільно-політичних умов та технологічних можливостей.

Витоки телевізійного огляду варто шукати у традиціях преси та радіо, де вже у першій половині XX століття були сформовані форми оглядової та підсумкової інформації. З появою телебачення ці форми трансформувалися, зберігаючи основне призначення – аналізувати, узагальнювати та систематизувати інформаційний потік [5].

Перший етап (1950-1970-ті роки): становлення жанру

Період формування телевізійного огляду як інформаційно-аналітичного жанру. У цей час домінували державні телевізійні мовники, а всі огляди виконували, передусім, інформативно-пропагандистську функцію. Огляди створювались як доповнення до основних випусків новин, часто - як щотижневі підсумки. Приклад: на Центральному телебаченні СРСР виходила програма «Сегодня в мире», яка пропонувала огляди міжнародних новин, хоча подачу було ідеологічно контрольовано. Огляди мали сувору структуру, були насичені офіційною лексикою, а події подавалися з позиції державної політики.

Другий етап (1980–1990-ті роки): розширення формату

Із настанням періоду перебудови та відкриття медіапростору оглядові телепрограми стали більш аналітичними та критичними, з'явилися елементи авторської журналістики. У незалежній Україні 1990-х років виникають нові телеканали, які шукають свій формат оглядових програм. Приклади: «Післямова» з Олександром Ткаченком (ICTV); «Постскриптум»; «Дзеркало тижня» – спершу друкований, але пізніше телевізійний формат. Поступово розширюється тематика оглядів: політика, економіка, соціальні процеси. Огляди стають майданчиком для суспільного діалогу, а також - способом контролю влади з боку ЗМІ.

Третій етап (2000–2010-ті роки): професіоналізація та інституціалізація

У цей період телевізійні огляди стають незалежними повноцінними програмами, часто з регулярним ефіром (щотижня, щодня). Виникає чітка структура жанру, розробляються брендовані стилі подачі матеріалу. З'являються ведучі-аналітики, які стають публічними особами - наприклад, Олег Панюта, Алла Мазур, Савік Шустер [12].

Популярні програми того часу:

– «Факти тижня. 100 хвилин» (ICTV);

– «ТСН. Тиждень» (1+1);

– «Свобода слова» (ICTV);

– «Шустер Live» - аналітика й ток-шоу з ознаками огляду.

Такі програми відігравали роль інформаційного фільтру, допомагаючи глядачеві орієнтуватися в подієвому хаосі.

Сучасний етап (з 2014 року): гібридизація та діджиталізація

Після початку Революції гідності, анексії Криму та війни на Донбасі оглядові програми стали важливим елементом інформаційного спротиву. Водночас виникає тенденція до поєднання жанрів: аналітика, розслідування, репортаж, блогінг.

Сьогодні телевізійні огляди існують не лише на телебаченні, а й у YouTube, Telegram-каналах, на платформах стримінгу. Ведучі часто стають одночасно журналістами, продюсерами і коментаторами (наприклад, Наталка Мосейчук, Роман Скрипін, Денис Бігус).

Приклади сучасних оглядів: «Телебачення Торонто» (YouTube) – іронічний, критичний формат; «Схеми» (Суспільне + Радіо Свобода) – гібрид огляду і журналістського розслідування; «Є питання» (YouTube) – інтерв'ю-огляд тижня з елементами аналітики.

1.2 Гібридні телепрограми: концепція та аналіз. Стратегії створення гібридних телепрограм

Як підкреслюється у матеріалах Всеукраїнської науково-практичної конференції, сучасне телебачення виступає потужним інструментом соціальних

комунікацій, здатним формувати наративи, впливати на емоції й цінності аудиторії. Телевізійні огляди та гібридні телепрограми, які поєднують різні жанрові елементи, активно використовують ці технології для конструювання смислів. [15]

У сучасному телевізійному просторі дедалі більше утверджується явище гібридизації жанрів, коли межі між традиційними телевізійними форматами розмиваються, створюючи нові, багатофункціональні програми. Такий тип контенту прийнято називати гібридними телепрограмами - медіапродуктами, що поєднують у собі ознаки кількох жанрів одночасно (наприклад, інформаційного, публіцистичного, розважального та аналітичного) [18].

Гібридні телепрограми – це результат взаємодії медіаконвергенції, зміни глядацьких запитів і боротьби за увагу аудиторії в умовах цифрового простору. Згідно з визначенням О. Бондаренко, гібридна телепрограма – це «така, що об'єднує ознаки двох і більше жанрів, нерідко доповнюється інтерактивністю, мультимедійними засобами або елементами діджитал-контенту».

Основні ознаки гібридності:

– Жанрове поєднання (інформація + розвага, аналітика + ток-шоу);

– Авторський стиль і ведення програми;

– Використання візуальних та технічних ефектів;

– Інтерактивність з аудиторією (опитування, коментарі, голосування).

Причини виникнення гібридних форматів [8]:

– Переорієнтація телевізора з інформативної на емоційно-розважальну функцію

– Конкуренція з онлайн-медіа та соціальними мережами, де контент подається у легкому форматі.

– Бажання телеканалів розширити аудиторію за рахунок мультижанрових програм.

– Тенденція персоналізації контенту, коли ведучий чи редакція створює індивідуальну модель комунікації.

На основі українського та світового досвіду можна виокремити кілька основних типів гібридних телепрограм інфотейнмент (інформація + розвага), наприклад: «Телебачення Торонто». Ці програми поєднують серйозні інформаційні теми з іронічним поданням, пародією, графікою, музикою.

Авторське ток-шоу з аналітичним оглядом. Наприклад: «Свобода слова» (ICTV), «Шустер Live». Поєднання прямого ефіру, інтерв'ю, аналітики, дискусії, голосувань. Документально-аналітичні формати з елементами розслідувань, наприклад: «Схеми», «Наші гроші». Ці проєкти використовують елементи класичного огляду, інтерв'ю, фактчекінгу та візуального сторітелінгу. Соціальний оглядовий дайджест з мультимедійною подачею, наприклад: «Є питання» (YouTube), «Детектор медіа. Огляд тижня» Програми з короткими сюжетами, поєднанням коментарів, архівного відео, аналітики та суб'єктивних авторських оцінок. Гібридні формати стали відповіддю телевізійної журналістики на виклики нової інформаційної епохи. Вони дають змогу утримувати увагу глядача, поєднуючи розважальну й пізнавальну складову, створюючи контент із доданою вартістю. Завдяки таким форматам традиційне телебачення здатне ефективніше конкурувати з цифровими платформами, адаптуючись до сучасних вимог аудиторії. Крім того, вони сприяють розвитку нових журналістських практик, зокрема мультимедійності, візуальної аналітики та сторітелінгу.

За дослідженням Ц. Лешко, сучасні інтернет-жанри можна класифікувати як традиційні, трансформовані і нові. Останні групи форм потребують мультимедійного підходу — відео, інтерактив, стріми. Аналогічні процеси відбуваються й на телебаченні, де гібридні огляди поєднують класичні жанри з цифровими інструментами та формами подачі інформації [10].

У зв'язку зі змінами у споживанні інформації, технологічною еволюцією та зростанням конкуренції серед медіа, гібридні телепрограми стали стратегічною відповіддю телеканалів на потреби сучасного глядача. Їх створення вимагає не лише креативного мислення, а й чіткого планування, врахування формату, цільової аудиторії, каналів дистрибуції та медіатрендів.

1. Формування концепції: креативна стратегія

Концепція гібридної телепрограми – це системна модель, яка задає загальну ідею, формат, жанрове поєднання і стиль комунікації з глядачем. Стратегічне завдання на цьому етапі – синтез жанрів (наприклад, інформаційного огляду та розважального ток-шоу) у цілісний продукт.

Основні принципи концептуального планування [6]:

– Визначення основного жанрового ядра (наприклад, публіцистика або документалістика);

– Вибір додаткових жанрових модулів (гумор, графіка, аналітика, блогінг);

– Встановлення тональності спілкування (офіційно-інформативна, критично-сатирична, неформальна);

– Формування ключової ідеї, яка об’єднує сюжетні блоки.

2. Цільова аудиторія: стратегія таргетування.

Як відзначав В. Шевченко, соціологічні дослідження читача (аудиторії) є невід’ємною складовою ефективної діяльності медіа, що дозволяє розробляти жанрові форми відповідно до потреб і очікувань споживача [20].

Гібридні програми створюються з чітким розумінням аудиторної специфіки, що визначає стиль, візуальну мову, динаміку подачі. Для різних поколінь характерні різні формати сприйняття. Міленіали та Gen Z надають перевагу швидкому, візуалізованому, інтерактивному контенту (YouTube-огляди, іронічні стендапи). Глядачі 35+ схильні до глибшого аналізу, структурованого подання, авторитетних коментарів (підсумкові новини, аналітичні студії).

Наприклад, програма «Телебачення Торонто» чітко орієнтується на молодь (18–35 років), використовуючи гумор, меми, неформальну мову.

3. Візуальна і технічна стратегія

Візуалізація є ключовим інструментом при створенні гібридних телепрограм. Її завдання - підсилити емоційне сприйняття та структурувати контент.

Елементи стратегії візуального оформлення:

- Динамічний монтаж;
- Графіка, плашки, субтитри;
- Архівні відео, меми, спецефекти;
- Поділ на розділи/рубрики з окремими заставками;
- Використання інфографіки та скрінкастів для пояснення складних тем.

Наприклад, у програмі «Схеми» активно застосовують графіку та схеми для пояснення корупційних схем або майнових зв'язків.

4. Стратегія дистрибуції: багатоплатформність

Гібридні телепрограми проєктуються не тільки для ефірного телебачення, а й для цифрового середовища. Стратегія охоплення включає [9]:

– Основний показ на телеканалі;

– Повтор у YouTube-версії з окремими сегментами;

– Використання соціальних мереж для поширення нарізок, цитат, тизерів;

– Створення Telegram-каналів, де ведеться комунікація з аудиторією;

– Інтеграція веб-платформ для взаємодії (опитування, коментарі, голосування).

Програма «Наші гроші з Денисом Бігусом» ефективно використовує багатоплатформність: телеканал «UA: Перший» + YouTube + Facebook.

5. Контентна стратегія: гнучкість та адаптивність

Контент гібридної програми повинен бути:

- Актуальним (реакція на події);
- Збалансованим (аналітика + емоційна подача);
- Адаптивним (можливість змінити структуру залежно від ситуації).

Це забезпечує гнучкість формату, що є стратегічною перевагою над статичними жанрами. У рамках одного випуску можна змінити наратив - від серйозного розслідування до легкого гумористичного блоку [11].

6. Командна стратегія: креативна продакшн-модель

Гібридні телепрограми часто створюють мультирольові команди, де:

журналісти = автори сюжету;

ведучі = редактори формату;

оператори = режисери монтажу;

сценаристи = копірайтери заголовків та описів у соцмережах.

Такий підхід сприяє оперативності, гнучкості та унікальності медіапродукту, що є особливо важливим в умовах цифрового ринку, де конкуренція за увагу глядача надзвичайно висока. Показовим прикладом є програма «Є питання» (YouTube), яку створює невелика команда універсальних фахівців: кожен із них поєднує кілька функцій - монтаж, сценарну розробку, ведення та візуальне оформлення контенту. Таким чином, гібридні телевізійні формати демонструють не лише нові можливості у структурі подачі матеріалу, а й трансформацію самої моделі телевиробництва.

РОЗДІЛ 2
АНАЛІЗ ВЛАСНИХ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ ОГЛЯДІВ У ЖАНРОВО-ФОРМАТНОМУ АСПЕКТІ

2.1. Загальна характеристика матеріалів творчого проекту

Протягом навчання значна увага приділялась практичним навичкам створення відеоконтенту, зокрема розробці телевізійних сюжетів, оглядів, репортажів, інформаційних або гібридних форматів. Під час виконання практичних завдань, лабораторних і творчих робіт студентам було запропоновано створювати авторські матеріали, які б не лише демонстрували рівень засвоєння теоретичного матеріалу, а й дозволяли реалізувати індивідуальний стиль подачі, творчий підхід, а також розуміння специфіки телеаудиторії.

У межах навчального процесу було реалізовано один ключовий відеопроєкт, що відповідає сучасним жанрово-форматним вимогам телевізійного огляду та два розроблені сценаріїї. Найвагомішим із них став відеоогляд на тему «Новорічна ковзанка у Запоріжжі», в якому повністю реалізовано індивідуальне бачення теми: від ідеї до монтажу та фінальної презентації. Саме цей матеріал став центральним для аналітичного розгляду у рамках дипломного дослідження.

Крім того було створено ще два сценарію для відео:

«Наталівський кар'єр: затоплена спадщина». Цей матеріал створено у форматі гібридного телевізійного огляду. Основою сюжету є подорож до Наталівського затопленого кар’єру в Запорізькій області, який має не лише унікальні геологічні характеристики, а й багатий історичний підтекст. У відео розкриваються деталі видобутку корисних копалин, зокрема кварцу, згадується про машини та техніку, що залишилися на дні водойми після її раптового затоплення. Підкреслюється таємничість і «легендарність» кар’єру - глядач отримує не лише фактологічну інформацію, а й емоційний наратив. Акцент

зроблено на візуальному ряді, закадровому тексті та створенні атмосфери «місця з духом».

«Панське озеро: легенди та цілюща сила води»

Другий сценарій розкриває тему Панського озера - історичної водойми біля села Григорівка. Відео поєднує краєзнавчі факти, народні легенди, експертну думку історика та короткі інтерв'ю з відпочивальниками. Глядач дізнається про особливості розташування озера, його джерельне походження, незвичну температуру води та духовно-цілющі традиції, пов'язані з місцевими іконами. Сценарій має на меті поєднати інформаційне, культурне та розважальне наповнення, актуальне для сучасного глядача.

Незважаючи на те, що в цих сюжетах я не виступала у ролі ведучої, моя участь у підготовці контенту дозволила отримати цінний досвід, зокрема в частині командної взаємодії, планування відеоструктури, розробки запитань для інтерв'ю та побудови наративу. Таким чином, можна говорити про розвиток універсальних компетентностей тележурналіста, який у сучасних умовах повинен вміти працювати як в кадрі, так і за його межами.

Обидва матеріали розроблені у форматі короткометражного відео (до 5 хв), з акцентом на глядацький інтерес, локальні туристичні маршрути та елементи культурної самоідентифікації.

Аналіз зазначених матеріалів свідчить, що в процесі навчання я здобула практичні навички:

– підготовки сценарію для телевізійного огляду;
– зйомки сюжетів на публічних локаціях;
– роботи з реальними героями/респондентами;
– написання закадрового тексту;
– монтажу відео з урахуванням ритму, естетики та жанру.

Усі відеоматеріали були створені з урахуванням базових принципів телевізійного виробництва: дотримання структури, логіки переходів, відповідність тону подачі до обраної теми, коректність візуального ряду, адаптація під аудиторію глядачів. При цьому експерименти з поєднанням

жанрів, стилістичними елементами та візуальними рішеннями дозволили мені практично наблизитись до розуміння феномену гібридних телепрограм - одного з ключових елементів мого дослідження.

2.2 Відеоогляд «Новорічна ковзанка у Запоріжжі» як приклад навчального телевізійного продукту

Створення телевізійного відеоогляду «Новорічна ковзанка у Запоріжжі» стало підсумком формування професійних компетентностей у процесі вивчення фахових дисциплін. Реалізація проєкту ґрунтувалася на теоретичних знаннях і практичних навичках, здобутих під час навчання, зокрема у сферах сценарної побудови, відеомонтажу, операторської роботи та ведення в кадрі. Основна ідея полягала у створенні медіапродукту, що поєднує пізнавальний зміст, емоційну привабливість і технічну грамотність, а також відображає авторський журналістський підхід.

Відеоогляд опубліковано на платформі YouTube

(https://youtu.be/6Kzz2D6Jm7c?si=dYAZXRgNkTQ_PWET)

У процесі реалізації творчого проєкту було поставлено такі завдання:

– обрати актуальну й водночас легку для сприйняття тему, яка б викликала емоційний відгук у глядача;

– продумати чітку структуру відео, яка поєднує вступ, інформативний блок, розважальний сегмент та завершення;

– реалізувати всі етапи виробництва відеоконтенту самостійно: від розробки ідеї та сценарного плану до зйомки, озвучення та монтажу;

– адаптувати відео до потреб молодої глядацької аудиторії, враховуючи вимоги сучасного телевізійного формату.

Обраний формат відеоогляду відповідає завданням освітньої програми з тележурналістики, оскільки дає змогу продемонструвати ключові професійні компетентності: вміння працювати з темою, формулювати меседж, проводити інтерв’ювання, створювати аудіовізуальний ряд, дотримуватися логіки подачі

матеріалу. Крім того, гібридність формату дозволила поєднати знання з теорії журналістських жанрів, технік телевиробництва та медіаріторики.

Зміст проєкту спрямовано не лише на демонстрацію навичок, а й на формування журналістського підходу до розкриття локальних тем. Показати зимовий простір для відпочинку в Запоріжжі, дати історичну довідку, залучити голоси глядачів - усе це допомогло створити завершений телевізійний продукт, який може бути прикладом регіональної публіцистики для молодої аудиторії.

Таким чином, цей творчий проєкт є не лише підсумком навчання, а й першим кроком до формування індивідуального стилю тележурналіста, здатного працювати з візуальним наративом, форматом короткої телевізійної замальовки та гібридним типом телевізійного продукту. Відеоматеріал має чітко продуману структуру, яка послідовно розкриває тему та забезпечує логічний і емоційний розвиток сюжету.

Починається все зі вступних кадрів – загальних планів ковзанки, знятих під динамічну музику. Ці кадри одразу занурюють глядача в атмосферу свята, створюючи відчуття зимового відпочинку та активності. Далі у відео з’являється ведуча з привітанням і коротким анонсом теми, що допомагає налагодити контакт з аудиторією та окреслити очікування від перегляду. Основну інформаційну частину складає пізнавальний фрагмент - закадровий текст, у якому подається історія ковзанів, супроводжена ілюстраціями у вигляді старих фотографій, що надає відео освітнього характеру. Наступним етапом є інтерв’ю з відвідувачами ковзанки: вони відповідають на заздалегідь підготовлені запитання про улюблені рухи на льоду, родинні новорічні традиції та висловлюють побажання глядачам з нагоди свят. Завершується відео підсумком і щирим побажанням від ведучої, що створює відчуття завершеності та залишає позитивне враження.З точки зору жанрової класифікації, даний відеоогляд належить до гібридних телевізійних форматів, які поєднують кілька функцій: інформаційну, пізнавальну, емоційно-розважальну. Завдяки такій формі подачі матеріал легко сприймається глядачем, дає йому можливість і дізнатись нове, і відчути атмосферу свята.

У межах журналістської класифікації відео поєднує елементи таких жанрів: огляд ,міні-документалістика (історичний блок про ковзани), мікроінтерв'ю, телевізійна замальовка (образне й емоційне оформлення через візуал).

Процес створення відеоогляду вимагав комплексного підходу. Було проведено попереднє планування, написано сценарний план, здійснено зйомки в кілька етапів. Під час монтажу особливу увагу приділено узгодженню ритму відео з музичним супроводом, а також розміщенню закадрового тексту на тлі ілюстративних матеріалів.

Закадровий текст було створено в публіцистичному стилі – доступно, з елементами емоційної розповіді. Він доповнює основну картинку й дає інформацію про походження ковзанів, зміну їх форми, роль у спорті й культурі.

Інтерв'ю – короткі, динамічні, позитивні. Опитування гостей дало змогу створити «живий голос публіки» – ефект присутності й автентичності. Відповіді були доброзичливі, щирі, що створило емоційний резонанс у глядача.

2.3. Аудиторна орієнтація та стратегія подання відеоматеріалу

Успішне створення телевізійного продукту, навіть навчального формату, вимагає не лише змістовної та технічної підготовки, а й чіткого розуміння, для кого саме цей контент призначений. Тобто важливими складовими є визначення цільової аудиторії та методи донесення медіапродукту до глядача. У випадку з відеооглядом «Новорічна ковзанка у Запоріжжі» було враховано особливості сучасного споживача телевізійного (і цифрового) контенту та актуальні тенденції його просування.

1. Визначення цільової аудиторії

Основною аудиторією, на яку орієнтований відеоматеріал, є молодь та сімейні глядачі у віці 15-35 років, які активно споживають інформацію через соціальні мережі, YouTube та інші цифрові платформи. Це аудиторія з високою диджитал-грамотністю, яка цінує динамічну подачу, емоційність, візуальну привабливість контенту та водночас - його інформативність.

Також важливим є регіональний компонент: оскільки сюжет створено в Запоріжжі, матеріал потенційно цікавий місцевим мешканцям – як дорослим, так і підліткам, які шукають можливості для активного відпочинку, зимових розваг та локального туризму. Увага до родинних традицій та інтерв'ю з відвідувачами робить відео близьким для широкого кола глядачів - не лише молодіжної аудиторії, а й для сімей із дітьми, які планують дозвілля.

2. Актуальність теми для аудиторії

Зимовий період, особливо передноворічні тижні, традиційно пов'язаний зі зростанням інтересу до святкових тем, родинних розваг, ідей для дозвілля. Саме в цей час люди активніше споживають позитивний і легкий за настроєм контент. Тема ковзанки як простору для відпочинку та емоційних вражень - безпрограшний варіант для створення медіапродукту, здатного зацікавити емоційно та візуально.

Крім того, додавання пізнавального компоненту (історія ковзанів) дає змогу охопити ще одну групу глядачів – тих, хто шукає змістовний контент, а не лише розвагу. Таким чином, аудиторія розширюється до інформаційно-вмотивованих користувачів.

3. Формати просування відео

У межах навчального експерименту не передбачалося повномасштабне просування відеоматеріалу як у професійному середовищі, однак було змодельовано можливі шляхи його розповсюдження в умовах сучасного медіапростору. До них належать:

Платформи розміщення: YouTube, Facebook, Instagram (Reels), TikTok - платформи, де відео може набрати найбільшу кількість переглядів за умови правильної подачі.

– Монтаж коротких фрагментів: Для залучення аудиторії зручним є створення 15–30 – секундних тизерів або цитат з інтерв'ю для сторіс чи кліпів.

– Актуальний хештегінг і геолокація: Використання хештегів на кшталт #Запоріжжя #ковзанка #новорічнийнастрій #зимовідпочинок дозволяє збільшити охоплення в пошукових системах соцмереж.

– Реакція на сезонність: Опублікування відео у період новорічних та зимових свят дозволяє використовувати природній інтерес аудиторії до цієї тематики.

– Реакція в коментарях і соцвзаємодія: Заклики типу «А яка ваша новорічна традиція?» або «Чи любите ви кататись на ковзанах?» стимулюють взаємодію з відео та покращують його охоплення.

4. Урахування платформних особливостей

Кожна платформа має свої вимоги та уподобання аудиторії. Наприклад, TikTok платформа для короткого динамічного контенту, де важливо захопити увагу з перших секунд. Для цієї цілі можна використовувати найемоційніші або найнезвичніші моменти відео (наприклад, яскраві рухи на ковзанці, смішні фрагменти з інтерв'ю).

На YouTube ж краще працює повна версія відео, оформлена як міні-сюжет або репортаж. У Facebook доцільно використовувати опис із акцентом на локальність: «Як святкує Запоріжжя», «Ковзанка, що об'єднує родини» тощо.

2.4. Особливості оформлення проєкту

У процесі створення відеоматеріалівт було особливу увагу приділено візуальному стилю, звуковому супроводу та атмосферній єдності контенту, що дозволяє глядачеві повністю зануритися у тему кожного огляду.

Цей відеоматеріал має класичну структуру телевізійного огляду з розважальними елементами. Візуально перші кадри занурюють глядача у зимову атмосферу рух камери по льоду, кадри ковзанярів, святкове оформлення. Закадровий голос подає вступ та історичний контекст розвитку фігурного катання, зокрема акцентуючи на важливості культури зимового відпочинку. Музичний супровід підібрано з урахуванням святкового настрою - легкі інструментальні мелодії та сніжна тематика підсилюють враження. Важливою особливістю є інтерв'ю з відвідувачами, що вносить елемент живого спілкування. Для переходів використано м'які затемнення, які передають

емоційну плавність матеріалу. У вступі та фіналі присутні титри з іменем ведучої, а джерела використаного контенту зазначено у заключному кадрі.

У відеосценарії «Наталівський кар'єр: затоплена спадщина» переважає поєднання історичного наративу та елементів легенди, що формує гібридний формат огляду. Відеоряд побудовано на контрасті від масштабних загальних планів водойми до макрозйомки кварцу, що трапляється на дні кар'єру. Закадровий текст розповідає історію видобутку корисних копалин, зокрема кварцу, залізної руди, граніту. Важливим акцентом є згадка про затоплення техніки глядачеві подається «напівлегенда» про машини, що досі лишились на дні. Музичний супровід атмосферні ембієнт-треки з натяком на таємничість – підсилює ефект заглиблення у підводну історію. Використано титри, які додають іменні вставки та позначення локацій. Візуальний стиль витримано у природних кольорах синь, сірий, зелений, що символізують воду, камінь, мінерали.

Сценарій «Панське озеро: легенди та цілюща сила води» структуровано як краєзнавчий гібридний огляд із соціальним контекстом. Перша частина присвячена точному розташуванню озера географічні координати, зйомки з дрону, опис маршруту. У центральному блоці розгортається історія виникнення водойми, її геологічна будова, температура та глибина. Використовується експертна думка історика, яка доповнює закадрову розповідь. Важливим є введення місцевих легенд про цілющу силу води, про ікону, яку нібито знайшли на дні. У завершенні живе інтерв'ю з туристами, що дає змогу оцінити популярність озера у народі. Звукове оформлення поєднання етнічних мотивів з природними звуками дозволяє сформувати культурний бекграунд матеріалу. Титри використовуються як для представлення спікерів, так і для коротких інформаційних вставок.

2.5 Технічна база і цифрові платформи для монтажу

Для реалізації творчого телевізійного проєкту використовувались доступні цифрові ресурси, зокрема мобільні додатки для редагування відео.

Основною програмою для монтажу стала VN Video Editor багатофункціональний застосунок, адаптований як для мобільних пристроїв, так і для персональних комп'ютерів. Її перевага поєднання простоти інтерфейсу з широкими можливостями професійного монтажу, що особливо зручно для студентського проєкту.

VN (VlogNow) дозволяє здійснювати багатошаровий монтаж, додаючи до відеоряду аудіо, титри, субтитри, накладання, переходи й анімаційні ефекти. У роботі над відеоматеріалами були використані наступні технічні можливості програми:

Відеофрагменти знімалися за допомогою смартфона й одразу переносились до програми для первинної обробки;

Основний аудіоряд був записаний за допомогою телефона у застосунку диктофон. Додавання фонової музики, запису начитки, налаштування гучності та балансування закадрового голосу;

Зазначення імен героїв, коротких коментарів, назв локацій легко додати у застосунку;

Використання плавних ефектів зникнення, збільшення чи затемнення для логічного поєднання сюжетних блоків;

Базове покращення візуальної якості зйомки за допомогою готових фільтрів або ручного редагування яскравості, контрасту, насиченості.

Завдяки підтримці FullHD та 4K-якості, VN надає змогу створювати відео з професійним виглядом навіть без доступу до складного технічного обладнання.

Таким чином, технічна база, що складалася з мобільного пристрою з камерою високої роздільної здатності та універсального додатку VN Video Editor, стала достатньою та ефективною для реалізації творчого задуму в умовах студентського проєкту.

2.6. Зв’язок із творчим доробком (портфоліо)

У процесі навчання на освітній програмі «Журналістика» особлива увага приділялася розвитку практичних навичок студентів у створенні медіаконтенту. У межах дисциплін «Телевізійна журналістика», «Телевиробництво» та «Жанрова стилістика телебачення» було реалізовано низку проєктів, які стали складовою творчого портфоліо авторки цієї дипломної роботи.

До практичних матеріалів, які підтверджують опанування жанру телевізійного огляду, належать огляди, створені у межах проєкту «Прогулянка містом» для навчального телеканалу UniverseTV. Серед них:

- «Прогулянка містом. Дубовий Гай. Центральний парк культури»
- «Прогулянка містом. Каскад фонтанів “Райдуга”»
- «Прогулянка містом. Бульвар Шевченка»

У цих оглядах простежується жанрова структура, типовий для тележурналістики темп викладу, закадровий супровід, візуальні акценти, робота в кадрі, а також авторський підхід до формування тематичного блоку. Важливим елементом є врахування цільової аудиторії – молоді міські глядачі, які цікавляться локальними локаціями, міським середовищем і відпочинком.

Доповненням до відеоматеріалів стали використані інтернет-джерела як аналітична та фактографічна база при підготовці до відеозйомок:

- Стаття «Дізнаємося про історію Панського озера». Пороги.
- Стаття «Яку історію приховує млин Нібура». Пороги.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження було з’ясовано, що телевізійні огляди як окремий жанровий напрям відіграють важливу роль у сучасному телепросторі. Вони поєднують в собі аналітичні, пізнавальні та розважальні функції, а також виступають потужним інструментом комунікації з аудиторією, що шукає швидкий та доступний формат подання інформації.

Розглянуті у першому розділі теоретичні аспекти дозволили узагальнити визначення телевізійного огляду, класифікувати його види та дослідити функції і жанрові трансформації, що виникають в умовах диджиталізації медіа. Окрема увага була приділена гібридизації форматів, що стало характерною рисою новітнього телевізійного контенту. Такі гібридні телепрограми поєднують інформативність із розважальністю, актуальністю та емоційним впливом саме ця тенденція була покладена в основу творчого проєкту.

У другому розділі було здійснено аналіз власних відеоматеріалів, створених під час навчання. Серед них найбільш повноцінним є відеоогляд льодової ковзанки в Запоріжжі, який включає інформаційно-пізнавальну частину, закадрову історію про ковзани, а також інтерв’ю з відвідувачами. Також було розроблено два нових сценарії у стилі гібридного телевізійного огляду: «Загублений кар’єр: таємниці Наталівського озера» та «Легенди Панського озера». Обидва проєкти поєднують історико-культурний та розважальний контент, містять закадрові тексти, експертні думки, інтригуючі легенди й опитування аудиторії усе це робить формат привабливим для широкого глядача.

Розробка сценаріїв, підбір музичного й відеоряду, а також візуальне та звукове оформлення демонструють практичні навички автора у сфері телевізійної журналістики. Професійний підхід до реалізації відео забезпечив логічну структуру, відповідність сучасним вимогам та орієнтацію на цільову аудиторію.

Таким чином, проведене дослідження й реалізація творчого проєкту підтверджують, що телевізійний огляд у гібридному форматі залишається актуальним медійним інструментом. Він дозволяє ефективно інформувати, розважати, формувати емоційний контакт із глядачем та розкривати потенціал ведучого як автора, журналіста й медіатворця.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безручко О. В. Симбіоз експериментів і традицій у підготовці фахівців творчих спеціальностей в Ін-ті телебачення, кіно і театру Київ. міжнар. ун-ту : монографія. Київ : КиМУ, 2013. Т. 1. 225 с.

2. Бондаренко Т. Г. Інформаційний онлайн-спецпроект для медіааудиторії: поняття, типологія, вплив. *Поліграфія і видавнича справа.* 2016. Вип. 1 (71). С. 192–200.

3. Бурківська Л., Романишин Ю. Економічна тематика в українському регіональному медіапросторі. *Вісник Книжкової палати*. 2014. № 2. С. 1–3.

4. Григораш Д. С. Журналістика у термінах і виразах. Львів, 1974.

5. Князєв А. Основи тележурналістики і телерепортажу : навч. посіб. Бішкек : Вид-во КРСУ, 2001. 165 с.

6. Кость С. *Журналістика і творчість* : монографія / кер. авт. колективу С. Кость ; за ред. С. Костя. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2023. 562 с.

7. Кривошея Г. П. Теорія і практика журналістики : навч. посіб. Київ : Видавництво Нац. авіац. ун-ту, 2007. 220 с.

8. Кузнєцов Р. В., Цвік В. Л., Юрівський О. Я. Телевізійна журналістика : навч. посіб. Москва : МДУ, Вища школа, 2002. 304 с.

9. Левицький Р. С. Спецпроекти на українському телебаченні: спортивні програми. Київ : КиМУ, ДонНУ, 2012. Т. 7. С. 68–70.

10. Лешко У. О. Типологія жанрів інтернет-журналістики: теоретичні аспекти. *Галицький економічний вісник*. 2018. № 2(55). С. 181–188.

11. Лісневська А., Коженовська Т. Мистецтво телевізійного репортажу : навч.-метод. посіб. для студ. з напряму підготовки: „Кіно-, телемистецтво” та „Тележурналістика”. Луганськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ ім. Тараса Шевченка», 2013. 190 с.

12. Мащенко І. Г. Хроніка українського радіо і телебачення в контексті світового аудіовізуального процесу. Київ : Україна, 2005. 381 с.

13. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підруч. 5-те вид., перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 496 с.

14. Ноздріна Л. В., Ящук В. І., Полотай О. І. Управління проектами : підруч. / за заг. ред. Л. В. Ноздріної. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 432 с.

15. Соціальні комунікації у становленні та розвитку української державності та громадянського суспільства. Стратегеми, наративи, технології та смисли : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. / відп. ред. В. В. Костюк, відп. секретарі В. А. Ковпак, М. О. Семенович. Запоріжжя : ЗНУ, факультет журналістики, 2022. 268 с.

16. Соломін Є. О. Теорія і практика тележурналістики : навч.-метод. посіб. для студентів каф. журналістики Ужгород. нац. ун-ту. Ужгород : ФОП Соломіна А. І., 2024. 40 с.

17. Цвік В. Л. *Телевізійна служба новин* : навч. посіб. Москва : ЮНІТІ-ДАНА, 2008. 319 с.

18. Холод О. М., Дмитровський З., Шаповал Ю. *Основи тележурналістики* : курс лекцій. Київ : КиМУ, 2012. 121 с.

19. Чекмишев О. В. Основи журналістики : навч. посіб. Київ : Академія, 2021. 168 с. (Альма-матер).

20. Шевченко В. Ф. Преса і соціологічні дослідження читача : спецкурс. Київ : Вид-во Київ. ун-ту, 1972. 93 с.

21. Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія і практика : підруч. Київ : Києво-Могилянська академія, 2007. 240 с.

ДОДАТОК А
СЦЕНАРІЇ МАТЕРІАЛІВ, СТВОРЕНИХ У МЕЖАХ РЕАЛІЗАЦІЇ ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ

Огляд 1

«Новорічна ковзанка у Запоріжжі»

Хронометраж 7:00

№ кадру	Хронометраж	Відеоряд	Аудіоряд	Примітки
1	0:00-0:35	Загальний план: ковзанка зовні та всередені. Загальний план: люди катаються на ковзанах.	Закадрова драйвова музика	Склейка кадрів
2	0:35-1:00	Середній план на ведучу у ковзанах на ковзанці	Ведуча:Вітаю шановні глядачі, мене звати Аліна! Сьогодні ми перенесемо вас у святковий світ за допомогою льоду та ковзанів, щоб зробити ваші новорічні підготовки ще більш веселішими та захоплюючими! Сьогодні ми знаходимося на новій льодовій арені Запоріжжя - Ice Point. Приготуйтесь, бо я вам розкажу цікаві факти про ковзани та проведемо опитування не тільки на тему новорічної підготовки але й про те які ви майстри на ковзанах.Поїхали!	
	1:00-1:05	Крупний план: ведуча сидить на середині льодової арени	Ведуча: Розпочинаємо з цікавих фактів про історію ковзання!	
3	1:05-1:26	У кадрі фотографії як віглядали стародавні ковзани та фотографії сучасних ковзанів	Закадровий текст: Ви знали що перші ковзанки виникли ще 3000 років тому, стародавні скандинави використовували дерев'яні конструкції для створення ковзанів. Сьогодні ковзанки це не лише спосіб розваги, але й предмет професійного спорту. Зараз існують навіть ковзанки для фігурного катання, які обладнені	

			спеціальною електронікою для вимірювання точності рухів	
4	1:26-1:36	Середній план: камера повільно прямує за ведучою	Ведуча: Зараз давайте запитаємо у відвідувачів про їх новорічні традиції та як вони катаються на ковзанах. Погнали!	
5	1:36-2:50	Серідний план. У кадрі ведуча та гість . Камера повільна повертається на момент коли гість казує свої особливі рухи на льоду. Загальний план	Ведуча: привіт! Як тебе звати? Гість: відповідає Ведуча: Як ця ковзанка впливає на твій новорічний настрій? Гість: відповідає Ведуча: Чи є у твоєї родини якісь новорічні традиції? Гість: відповідає Ведуча:Добре! А тепер давай про ковзани. Чи є у тебе якись особливі рухи чи танці на льоду? Продемонструєш? Ведуча: Це було дуже круто! Якщо не секрет де ви цьому навчилися? Гість: відповідає Ведуча: У мене є для вас останне запитання: Чи є у вас якість новорічні побажання для наших глядачів? Гість: відповідає	
6	2:50-4:50	Серідний план. У кадрі ведуча та гість . Камера повільна повертається на момент коли гість казує свої особливі рухи на льоду. Крупний план	Ведуча: привіт! Як тебе звати? Гість: відповідає Ведуча: Як ця ковзанка впливає на твій новорічний настрій? Гість: відповідає Ведуча: Чи є у твоєї родини якісь новорічні традиції? Можеш поділитися? Гість: відповідає Ведуча:Добре! А тепер давай про ковзани. Чи є у тебе якись особливі рухи чи танці на льоду? Продемонструєш? Ведуча: Це було дуже круто! Якщо не секрет де ви цьому навчилися? Гість: відповідає Ведуча: У мене є для вас останне запитання: Чи є у вас якість новорічні побажання для наших глядачів? Гість: відповідає	
7	4:50-6:40	Серідний план. У кадрі ведуча	Ведуча: привіт! Як тебе звати? Гість: відповідає	

		та гість . Камера повільна повертається на момент коли гість казує свої особливі рухи на льоду. Крупний план	Ведуча: Як ця ковзанка впливає на твій новорічний настрій? Гість: відповідає Ведуча: Чи є у твоєї родини якісь новорічні традиції? Можеш поділитися? Гість: відповідає Ведуча:Добре! А тепер давай про ковзани. Чи є у тебе якись особливі рухи чи танці на льоду? Продемонструєш? Ведуча: Це було дуже круто! Якщо не секрет де ви цьому навчилися? Гість: відповідає Ведуча: У мене є для вас останне запитання: Чи є у вас якість новорічні побажання для наших глядачів? Гість: відповідає	
8	6:40-7:00	Крупний план. Ведуча на середені льодової арени	Ведуча: Дякую що приєдналися до нас цій святковій льодовій пригоді. Нагадуємо, що головне це ділитися радістю та веселощами не лише на ковзанах, але й у кожному моменті вашего життя! Бажаємо вам світлого новорічного настрою та безліч радісних митів та звісно – неймовірних ковзанок у новому році! До зустрічі друзі!	

Огляд 2

«Наталівський кар'єр: затоплена спадщина»

Хронометраж: 3:30

№ кадру	Хронометраж	Відеоряд	Аудіоряд	Примітки
1	0:00–0:10	Загальний кадр кар’єру	Закадрова інструментальна музика	
2	0:10–0:25	Середній план ведучого на березі затопленого кар’єру	Ведуча: Привіт! Ми на березі Наталівського кар’єру затопленого гранітного кар’єру біля села Наталівка, неподалік Запоріжжя. Це місце стало природним оазисом серед степу і сьогодні він відкриє свої таємниці!	Титри: ім’я та призвіще ведучої

3	0:25–0:50	Крупний план уступів кар’єру	Закадровий голос: У 1960-х роках тут добували граніт, іноді з домішками кварцу. У 1985 році через прорив перемички лівого уступу вода річки Мокрої Московки стрімко затопила кар’єр температура води та геометрія уступів створили глибоке озеро від 27 до 80 м.	
4	0:50–1:10	Середній план ведучого в руках кварц із води	Ведуча: А це - знайдений кристал кварцу, що виділявся під час зйомок. Прозорий, чистий, майже ідеальний типовий для нашого регіону	
5	1:10–1:35	Крупний план камінців та стін кар’єра	Закадровий голос: Кварц - популярний мінерал, діоксид кремнію, твердий 7 за Моосом. У минулому з нього виготовляли інструменти, сьогодні він - сировина для ювелірних виробів і електроніки	
6	1:35-1:40	Середній план. Ведуча з камінцем у руках	Ведуча: Тримати його - наче тримати частинку природи під рукою	
7	1:40–2:00	Загальний план кар’єру. Захід сонця знятий на тамйлапс	Музика (закадрова): лірична п’єса на струнних	Візуальна пауза
8	2:00–2:25	Середній план ведучий з експертом	Експерт: Наталівський кар’єр довгий час був покинутим. Після затоплення сюди почали приїжджати запоріжці: кататися на байдарках, купатися.	Титри : ім’я та призвіще експерта
9	2:25–2:2:45	Крупний план. Ведуча на фоні кар’єру сидячі на краю скелі і вказуючи у глубини води. Напівтемні кадри з водної поверхні (можна ефект «коливання», як від глибини), плавний рух камери	Ведуча (тихо, майже шепотом): Кажуть, коли кар’єр затопило, на дні залишились… робочі машини. Величезні трактори, самоскиди - як привиди технічної епохи. Тепер вони сплять там - під товщею води... А ти б наважився пірнути туди - щоб побачити їх на власні очі?	Створення ефекту «легенди», глядацький емоційний гачок
10	2:45–2:50	Різні плани люди відпочивають на березі,	Закадровий голос: Кар’єр став улюбленим «диким пляжем» для місцевих жителів - чиста вода, мальовничі уступи.	Динамічний блок

		купаються		
11	2:50–3:10	Середній план ведучої на фоні кар’єру	Ведуча: Місце унікальне: тут є історія геології, технічні артефакти на дні та сучасні традиції відпочинку. Якщо хочете поєднати пригоди з користю для душі - Наталівка чекає!	
12	3:10–3:30	Крупний план кар’єру на фоні рожевого заходу, плавний перехій камери на ведучу у середній план	Ведуча: Дякую, що подорожували зі мною. Підписуйтеся, ставте лайк, та до зустрічі в наступних оглядах!	

Огляд 3

«Панське озеро: легенди та цілюща сила води»

Хронометраж: 3:50

№ кадру	Хронометраж	Відеоряд	Аудіоряд	Примітки
1	0:00–0:10	Загальний кадр. Камера направлена на ліс потім плавно перенаправляється на озеро	Закадрова музика: спокійний інструментал	Вступна частина. Познайомити глядачів з місцем огляду Титри з ім’ям та призвіщем ведучої
2	0:10–0:30	Середній план. Ведуча поруч зі стендом.	Ведуча: Привіт! Сьогодні ми біля Панського озера унікальної пам’ятки поблизу Григорівки, за 20 км від Запоріжжя. Озеро розташоване у заказнику «Пристін», має штучні береги з каменю й вважається цілющим	
3	0:30–0:55	Крупний план води, кам’яних плит уздовж берега	Закадровий голос: Береги вимощені вапняком, східці викладені ще в Середньовіччі. 18-19 ст. укривали їх за замовленням Потьомкіна чи пана Соколова. Довжина 33 м, ширина 16 м, глибина до 3 м, температура 13-16 °C	
4	0:55–1:20	Середній план. ведуча	Ведуча: На протилежному боці ікони Богородиці та	

		біля води, показує ікони	Христа. Кажуть, для освячення вода набирається з глибини й приносить духовне очищення	
5	1:20–1:45	Крупний план стіни озера зі сходами	Закадровий голос: Озеро живиться 25 підземними джерелами тому вода ціла рік прохолодна. Кажуть, ця прохолода омолоджує	
6	1:45–2:10	Панорами водойми, купаються люди, середній план	Закадровий текст: Місцеві називають його «Блакитним» через прозору воду. Тут вірять: вода здатна зцілити легені, кістки, зміцнити дух	
7	2:10–2:35	Середній план. Ведуча з істориком біля альтанки	Історик (пряма мова): Панське озеро було створено, ймовірно, як садово-парковий об’єкт ще у 18 столітті. Потьомкін міг замовити його для Катерини II така легенда існує, але наукового підтвердження немає	
8	2:35–2:55	Крупний план води, ритуального купання	Ведуча: Ритуал Водохреща переплисти до ікон і доторкнутися до них вважається благословенним	
9	2:55–3:15	Міні-інтерв'ю двох відвідувачів. Крупний план	(Ведуча за кадром: Звідки ви приїхали і що можете сказати про це дивовижне місце?) Відвідувач 1: Відповідає Відвідувач 2: Відповідає	Питання ведучої не озвучувати, просто відповідь на питання відвідувачів. Титри: Ім’я відвідувачів
10	3:15–3:35	Ведуча стоїть біля води, середній план	Ведуча: Панське озеро поєднання історії, вірувань і природи. Приїжджайте, перевірте себе!	Заклик до глядачів
11	3:35–3:50	Загальний план на озеро. У озері плескаються діти	Спокійна інструментальна закадрова музика	

ДОДАТОК Б
СПИСОК МАТЕРІАЛІВ ПОРТФОЛІО

Інтернет-матеріали:

1. Стаття. «Дізнаємося про історію Панського озера». Пороги. https://porogy.zp.ua/2023/03/diznayemosya-pro-istoriyu-panskogo-ozera/
2. Стаття. «Яку історію приховую млин Нібура». Пороги. https://porogy.zp.ua/2023/03/yaku-istoriyu-pryhovuye-mlyn-nibura/

Телевізійні матеріали:

1. Огляд. «Прогулянка містом. Дубовий Гай. Центральний парк культури». UniverseTV. 10.07.2024. URL: https://youtu.be/eD_jsKWibHQ?si=R79Lmutky7klZmyV
2. Огляд. «Прогулянка містом. Каскад фонтанів “Райдуга”». UniverseTV. 10.07.2024. URL: https://youtu.be/gYYT7glbQcM?si=pdRjN5_ccwLcAhpQ
3. Огляд. «Прогулянка містом. Бульвар Шевченко». UniverseTV. 10.07.2024. URL: https://youtu.be/dNTTE8p4SK0?si=BXzxxmXK-DjFMCvn

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Чугуєнко Аліна Дмитрівна, студент(ка) 4 курсу, форми навчання денної, факультету журналістики,
спеціальність 061 «Журналістика», адреса електронної пошти alinachuguenko@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Телевізійні огляди та гібридні телепрограми»

відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата_____Підпис_____А. Д. Чугуєнко

Дата_____Підпис_____Л. В. Чернявська

ABSTRACT

Bachelor's qualification thesis topic: «Television reviews and hybrid television programs»

Volume of the main text: 29 pages

Number of sources used: 21

Purpose of the work: To investigate the genre and content features of the television review, analyze the hybridization of television formats and, based on the knowledge obtained, create and substantiate one's own creative product in the form of television video reviews.

To achieve the research goal, we completed the following tasks:

– to outline the concept of a television review and its role in TV journalism;

– to examine the theoretical essence of hybrid TV programs and the peculiarities of their structure;

– to analyze examples of modern television reviews and hybrid formats;

– to identify the trends of hybridization in journalism and its impact on the content and form of TV programs.

Object of research: Television review as a genre phenomenon in the modern media space.

Subject of research: Format, structural and content features of television reviews and hybrid television programs, the processes of their creation, adaptation to the needs of the audience.

Formal and content characteristics of the project: The project consists of television video materials that combine cognitive and entertainment elements. The main characteristics are the combination of informational and emotional components, the use of voice-over text, author's reading, dynamic video sequence, musical accompaniment and visual stylization according to the theme. Special attention is paid to the elements of personal branding, targeted content targeting and creating a unique style of presentation of the material.

Keywords: television review, hybrid television program, format, genre, video content, TV presenter, script, media text, television journalism, author's project, television production.