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

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему «Особливості професійної діяльності журналіста-телевізійника»

Виконала: студентка 4 курсу, групи 6.0611-2ж
спеціальності С7 журналістика
освітньої програми «Журналістика»
Таран М. О.
Керівник: доц., к. соц. ком. *Костюк Ю. В.*
Рецензент: доц., к. філол. н. *Тяпкіна Н. І.*

Запоріжжя 2025

ЗМІСТ

ВСТУП 8
РОЗДІЛ 1 10
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДІЯЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТА-ТЕЛЕВІЗІЙНИКА 10
1.1. Роль телевізійної журналістики у сучасному інформаційному просторі 10
1.2. Основні вимоги до професії журналіста-телевізійника: професійні та особистісні якості 14
1.3. Етичні принципи діяльності журналіста: об’єктивність, достовірність та відповідальність 20
РОЗДІЛ 2 26
СУПРОВІДНА ЗАПИСКА ДО ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ 26
2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту 26
2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту 29
2.3. Формально-змістові характеристики проєкту 32
2.4. Особливості оформлення проєкту 33
2.5. Технічні і програмні засоби 35
2.6. Зв’язок із творчим доробком (портфоліо) 35
ВИСНОВКИ 42
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ 46
ДОДАТОК А 49
ВЛАСНИЙ ОДИН ВИПУСК 49
ДОДАТОК Б 52
ПОРТФОЛІО 52
Декларація 53
академічної доброчесності 53
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ 53
ABSTRACT 54

РЕФЕРАТ

Тема кваліфікаційної роботи бакалавра: Особливості професійної діяльності журналіста-телевізійника

Обсяг основної частини роботи: 38 сторінок.

Кількість використаних джерел – 29

Мета роботи – розробити концепцію та супровідну записку до творчого проєкту власної телевізійної програми, зокрема визначити її формат, цільову аудиторію, етичні принципи та технічні засоби для створення та просування програми.

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

1) Розробити концепцію власної телевізійної програми з урахуванням вимог до формату та цільової аудиторії.
2) Проаналізувати етичні принципи створення телевізійного контенту та їх застосування в рамках телепрограми.
3) Визначити професійні та особистісні якості, необхідні для ведучих і журналістів, що працюватимуть у програмі.
4) Оцінити використання технічних і програмних засобів для створення телевізійної програми, включаючи монтаж, відео та звукові ефекти.
5) Розробити супровідну записку до творчого проєкту, що містить обґрунтування концепції програми, особливості її просування та залучення цільової аудиторії.
6) Визначити формально-змістові характеристики телепрограми та її оформлення.
7) Підготувати зв'язок із творчим доробком (портфоліо) журналіста, що розробляє програму.

Предмет дослідження – процеси створення телевізійної програми, враховуючи етичні принципи, професійні вимоги та використання технічних засобів для розробки та просування програми.

Об'єкт дослідження – телевізійна програма як форма медіа-контенту, включаючи її концепцію, цільову аудиторію, формат та технічні засоби, що використовуються для її створення та розповсюдження.

Формально-змістові характеристики проєкту. Розроблення власної програми «В епохах часу», що є унікальним телевізійним шоу, яке поєднує історичні теми з гумором, інтерактивністю та глибоким аналізом важливих етапів розвитку людства.

Ключові слова: журналістика, журналіст, телевізійник, телепрограма

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Рівень вищої освіти – бакалавр
Спеціальність С7 журналістика
Освітня програма «Журналістика»

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

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА СТУДЕНТЦІ
Таран Мілені Олексіївні

1. Тема роботи «Особливості професійної діяльності журналіста-телевізійника» («Instagram As A Platform For Effective Promotion Of Journalistic Content »), керівник роботи – Усманова Олена Вікторівна, доц., к. філол. н., затверджені наказом ЗНУ від «07» листопада 2024 року № 1781-с.
2. Строк подання студентом роботи – 09.06.2025
3. Вихідні дані до роботи – праці таких дослідників: О. Аліфанов, Г. Десятник, О. Безручко, А.-Н. Мануляк, Е. Бойд, З. Вайшенберг, І. Венгер, Н. Гамоліна, В. Головецький, В. Гоян, К. Грубич, Д. Дзюба, З.Є. Дмитровський, Б. Довженко, Я. Тимофіїва, Ю. Єлісовенко, Ю. Кияшко, П. Коневега, О. Коханевич, Н. Кукуруза, І. Куляс, О. Макаренко, О. Макренко, С.В. Лісова, В. Маргалик, Д. Мой, М. Ордольфф, Ю. Нагорна, О. Сербенська, О. Соколан, Ю. Шаповал, А. Яковець.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) Розробити концепцію власної телевізійної програми з урахуванням вимог до формату та цільової аудиторії. 2) Проаналізувати етичні принципи створення телевізійного контенту та їх застосування в рамках телепрограми. 3) Визначити професійні та особистісні якості, необхідні для ведучих і журналістів, що працюватимуть у програмі. 4) Оцінити використання технічних і програмних засобів для створення телевізійної програми, включаючи монтаж, відео та звукові ефекти. 5) Розробити супровідну записку до творчого проєкту, що містить обґрунтування концепції програми, особливості її просування та залучення цільової аудиторії.6) Визначити формально-змістові характеристики телепрограми та її оформлення. 7)

Підготувати зв'язок із творчим доробком (портфоліо) журналіста, що розробляє програму.

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Завдання видав (дата і підпис)	Завдання прийняв (дата і підпис)
Вступ	Костюк Ю.В., доц.	15.02.2025	15.02.2025
1 розділ	Костюк Ю.В., доц.	20.03.2025	20.03.2025
2 розділ	Костюк Ю.В., доц.	06.04.2025	06.04.2025
Висновки і додатки	Костюк Ю.В., доц.	06.06.2025	06.06.2025

6. Дата видачі завдання – 20 січня 2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об’єкт, предмет дослідження.	07.02.2025	Виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту. Дібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела.	20.03.2025	Виконано
3	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину, оформити список літератури	01.04.2025	Виконано
4	Доробити творчий проєкт, скласти його опис та обґрунтування.	08.05.2025	Виконано
5	Сформувати список творчого доробку, написати всі інші підрозділи практичної частини.	08.05.2025	Виконано
6	Написати висновки і остаточний варіант вступу.	08.05.2025	Виконано
7	Оформити всі додатки.	10.05.2025	Виконано
8	Пройти рецензування. Здати роботу на нормоконтроль.	11.05.2025	Виконано
9	Виправити недоліки оформлення і здати роботу на кафедру.	12.05.2025	Виконано

Студент _____ _ _____ Таран М. О.

Керівник роботи _____ Костюк Ю. В.

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Чабаненко М. В.

ВСТУП

Телевізійна журналістика займає важливе місце в сучасному інформаційному просторі, відіграючи ключову роль у формуванні громадської думки та інформуванні суспільства. Сучасні медіа, зокрема телебачення, стали потужними каналами для поширення новин і аналітичних матеріалів, що забезпечує журналістам великий вплив на аудиторію. З розвитком нових технологій і змін у медіапейзажі виникає потреба в глибокому розумінні принципів роботи журналістів-телевізійників та визначенні їх ролі в умовах змін, що відбуваються в медіаіндустрії.

Телевізійна журналістика є специфічною професією, що вимагає від представників цієї сфери як високих професійних навичок, так і особистісних якостей, що забезпечують ефективну роботу в умовах сучасної конкурентної медіасередовища. Роль журналістів-телевізійників полягає не лише в зборі і передачі інформації, але й в дотриманні етичних стандартів, таких як об’єктивність, достовірність і відповідальність. Це є основою для побудови довіри до медіа та збереження високої якості журналістських матеріалів.

У рамках цієї роботи буде розглянута роль телевізійної журналістики в сучасному інформаційному просторі, а також визначено основні вимоги до професії журналіста-телевізійника. Особливу увагу буде приділено етичним принципам, які лежать в основі діяльності журналістів, оскільки вони є важливим інструментом підтримки професіоналізму та забезпечення точності й достовірності інформації. Крім того, буде проаналізовано супровідну записку до творчого проєкту, зокрема особливості оформлення, використання технічних засобів та програмного забезпечення для створення та просування телевізійного контенту.

Мета роботи – розробити концепцію та супровідну записку до творчого проєкту власної телевізійної програми, зокрема визначити її формат, цільову

аудиторію, етичні принципи та технічні засоби для створення та просування програми.

Предмет дослідження – процеси створення телевізійної програми, враховуючи етичні принципи, професійні вимоги та використання технічних засобів для розробки та просування програми.

Об'єкт дослідження – телевізійна програма як форма медіа-контенту, включаючи її концепцію, цільову аудиторію, формат та технічні засоби, що використовуються для її створення та розповсюдження.

Завдання дослідження:

1) Розробити концепцію власної телевізійної програми з урахуванням вимог до формату та цільової аудиторії.
2) Проаналізувати етичні принципи створення телевізійного контенту та їх застосування в рамках телепрограми.
3) Визначити професійні та особистісні якості, необхідні для ведучих і журналістів, що працюватимуть у програмі.
4) Оцінити використання технічних і програмних засобів для створення телевізійної програми, включаючи монтаж, відео та звукові ефекти.
5) Розробити супровідну записку до творчого проєкту, що містить обґрунтування концепції програми, особливості її просування та залучення цільової аудиторії.
6) Визначити формально-змістові характеристики телепрограми та її оформлення.
7) Підготувати зв'язок із творчим доробком (портфоліо) журналіста, що розробляє програму.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається з реферату, вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків. Обсяг основної роботи – 40 сторінок. Список використаної літератури включає 29 найменувань (викладених на 3 сторінках).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДІЯЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТА-ТЕЛЕВІЗІЙНИКА

1.1. Роль телевізійної журналістики у сучасному інформаційному просторі

У нинішніх умовах стрімкого розвитку цифрових технологій та інформаційної глобалізації телебачення залишається одним із наймасовіших та найвпливовіших медіаресурсів, що поєднує в собі аудіовізуальні засоби подання інформації, оперативність висвітлення подій та емоційний вплив на глядача. Телевізійна журналістика продовжує відігравати роль основного джерела новин для значної частини населення, навіть попри зростання популярності інтернет-ЗМІ та соціальних мереж. Особливість телебачення як інформаційного каналу полягає у його здатності миттєво охоплювати широку аудиторію та забезпечувати її інформацією про події національного та світового масштабу у зручній та доступній формі. Саме це надає телевізійній журналістиці перевагу у порівнянні з іншими засобами масової інформації, оскільки телебачення здатне не лише передати фактичний бік подій, а й створити певний емоційний контекст, в якому ці події сприймаються глядачем.

У сучасному світі інформація є одним із найцінніших ресурсів, а той, хто володіє інформацією, отримує значні переваги у політичній, економічній та соціальній сферах. Телевізійна журналістика виступає не тільки посередником між подією та глядачем, а й активним учасником процесу інтерпретації, коментування та осмислення дійсності. Застосування телевізійної форми подання інформації дає можливість поєднати зображення, звук та мову у єдиний комунікаційний комплекс, який здатний максимально повно передати зміст подій та емоційний стан їх учасників. Це дозволяє глядачу не тільки отримувати інформацію, а й відчувати безпосередню присутність на місці подій, що посилює ефект співпереживання та залученості. Завдяки цьому телевізійна журналістика стає потужним засобом впливу на громадську свідомість, оскільки здатна формувати ставлення аудиторії до тих чи інших

подій, явищ або осіб. Особливо це проявляється під час висвітлення кризових ситуацій, воєнних конфліктів, політичних виборів, соціальних протестів, коли важливо не тільки інформувати, а й пояснювати, аналізувати та коментувати ситуацію, допомагаючи аудиторії зрозуміти її суть.

Науковець Е. Бойд наголошує на тому, що телевізійна журналістика є своєрідним каталізатором суспільних процесів, оскільки саме телевізійний формат найбільш повно реалізує можливість одночасного подання інформації, її емоційного забарвлення та візуального образу, що в сукупності формує не тільки уявлення про подію, а й впливає на психологічний стан глядача. За словами дослідниці, телеекран не просто транслює новини, а й створює умови для формування масової свідомості, активно коригуючи її у відповідності до заданих інформаційних акцентів [3, с.221]. Цю думку підтримує З. Вайшенберг, яка зазначає, що телебачення, завдяки своїй багатоканальності та можливості миттєвого охоплення значної кількості аудиторії, стало не тільки провідником інформації, а й її формувачем. За її переконанням, сучасна телевізійна журналістика вже давно перетворилася на соціальний інститут, що не лише фіксує події, а й активно конструює інформаційний простір, визначаючи теми для суспільного обговорення та створюючи образи подій і персон, які залишають глибокий відбиток у масовій свідомості [4, с.115].

Важливою особливістю сучасної телевізійної журналістики є її здатність до адаптації в умовах швидкоплинного інформаційного потоку. Зміни у технологічному середовищі, поява цифрового телебачення, широке використання мобільних пристроїв та онлайн-платформ змушують тележурналістику шукати нові формати і підходи до подання інформації. Це призводить до поєднання традиційних телевізійних програм із елементами інтерактивності, залучення глядачів до обговорення тем у прямому ефірі, використання соціальних мереж як джерела інформації та каналу зворотного зв'язку. Телевізійна журналістика поступово інтегрується у загальний медіапростір, стаючи частиною мультиплатформеного інформаційного середовища, де основну цінність становить швидкість, достовірність та

емоційна насиченість повідомлень. Водночас, телевізійна журналістика залишається джерелом авторитетного та перевіреного контенту, особливо у ситуаціях, коли аудиторія потребує оперативної та надійної інформації, що підтверджена професійними журналістами.

Телебачення виконує не лише інформаційну, а й аналітичну, розважальну та виховну функції. Завдяки своїм можливостям телевізійна журналістика здатна формувати у глядача певну систему цінностей, впливати на його моральні та естетичні орієнтири, сприяти розвитку критичного мислення. Особливе місце займають аналітичні програми, у яких експерти та журналісти аналізують суспільно важливі події, пояснюють їх причини та можливі наслідки, надають глядачам можливість почути різні точки зору. Це сприяє формуванню об'єктивного уявлення про дійсність, допомагає орієнтуватися у складному інформаційному просторі та ухвалювати обґрунтовані рішення. Крім того, телевізійна журналістика активно бере участь у висвітленні культурного та мистецького життя, популяризує національні традиції, знайомить аудиторію з досягненнями науки, освіти та культури. Завдяки цьому телебачення сприяє зміцненню національної ідентичності, розвитку суспільної солідарності та культурного діалогу.

Питання функціонального наповнення телевізійної журналістики досліджував В. Головецький, який акцентував увагу на тому, що телебачення виконує важливу роль у забезпеченні культурного діалогу всередині суспільства. Він вважає, що через поєднання інформаційних, аналітичних та культурно-просвітницьких програм телебачення створює простір для обговорення актуальних соціальних, моральних та культурних проблем. Згідно з позицією дослідника, саме аналітичні та культурологічні програми формують у глядача здатність до критичного осмислення інформації, дають змогу не тільки отримувати факти, а й шукати їх причинно-наслідкові зв’язки. Головецький переконаний, що телебачення значною мірою впливає на суспільну мораль, оскільки саме через екранні образи і телевізійні дискурси

відбувається популяризація або ж девальвація певних цінностей, моделей поведінки та суспільних норм [7, с.211].

У сучасному світі, де інформаційні війни, фейкові новини та маніпуляції стають повсякденним явищем, особливої актуальності набуває питання журналістської етики та відповідальності за достовірність і неупередженість подання інформації. Телевізійна журналістика, як один із найбільш впливових медіа, несе особливу відповідальність перед суспільством, оскільки саме телебачення часто стає основним джерелом інформації про важливі події для більшості громадян. Тому принципи об'єктивності, точності, повноти та балансу подання інформації мають бути основою діяльності тележурналіста. Водночас, у сучасному інформаційному просторі дедалі частіше виникає спокуса підмінити об'єктивне висвітлення подій емоційно забарвленими сюжетами, що орієнтовані на викликання у глядача певних почуттів або реакцій. Це може призводити до маніпуляцій громадською думкою, нав'язування стереотипів та упереджень, що особливо небезпечно в умовах політичної або соціальної нестабільності. Тому телевізійна журналістика повинна дотримуватися високих професійних стандартів, забезпечувати ретельну перевірку фактів, надавати слово усім сторонам конфлікту, уникати тенденційності та маніпуляцій.

Сучасний український публіцист та науковець Д. Дзюба особливо підкреслює ризики, які несе з собою комерціалізація телевізійного контенту та його підпорядкування політичним або корпоративним інтересам. Він зауважує, що в умовах домінування рейтингових показників та комерційної вигоди телебачення все частіше відходить від принципів об’єктивності, замінюючи суспільно значимі теми сенсаційними, що загрожує звуженням інформаційного простору та маніпуляцією масовою свідомістю. За словами Дзюби, надзвичайно важливо дотримуватися високих стандартів журналістської етики, оскільки навіть одна неправдива або упереджена телепрограма може спричинити серйозні наслідки для громадської думки та соціальної стабільності [11, с.169].

Погоджується з цією думкою О. Коханевич, яка досліджує феномен масових маніпуляцій у медіапросторі. Вона наголошує, що сучасне телебачення має не тільки право, а й обов’язок стати противагою інформаційним фейкам, забезпечуючи аудиторію перевіреною, виваженою та об’єктивною інформацією. На думку дослідниці, саме телевізійна журналістика здатна взяти на себе роль надійного посередника між реальністю та суспільством, оскільки тільки вона має достатній вплив, ресурс та авторитет для протистояння інформаційним маніпуляціям та забезпечення інформаційної безпеки [17, с.127].

Отже, роль телевізійної журналістики у сучасному інформаційному просторі є надзвичайно важливою та багатогранною. Вона забезпечує суспільство своєчасною, достовірною та доступною інформацією, формує громадську думку, сприяє культурному та освітньому розвитку, виконує аналітичну та виховну функції. Попри виклики, пов'язані з цифровізацією, конкуренцією з боку інтернет-ЗМІ та соціальних мереж, телевізійна журналістика зберігає свої позиції як один із найпотужніших засобів масової інформації. Її здатність поєднувати візуальний образ, звук та мову, створювати емоційно насичений інформаційний продукт, робить телебачення унікальним інструментом комунікації у сучасному світі. Збереження високих професійних стандартів, дотримання етичних норм та відповідальність перед аудиторією залишаються ключовими умовами ефективного функціонування телевізійної журналістики у майбутньому.

1.2. Основні вимоги до професії журналіста-телевізійника: професійні та особистісні якості

Важливість професійних та особистісних якостей телевізійного журналіста пояснюється специфікою аудіовізуального контенту, адже телебачення має безпосередній вплив на глядача, формує його думки, оцінки та поведінкові моделі, що, у свою чергу, вимагає від журналіста максимальної чесності, об’єктивності та водночас чіткої громадянської позиції, яка не повинна перетворюватися на пропаганду чи маніпуляцію. Основні професійні

вимоги до журналіста-телевізійника визначаються не лише рівнем його освіченості чи обізнаністю у певній тематиці, а й умінням орієнтуватися в інформаційному просторі, швидко аналізувати події та знаходити у них важливе для суспільства.

Науковець О. Аліфанов підкреслює, що сучасний журналіст-телевізійник має володіти не просто технічними навичками та знаннями, а цілим комплексом професійних умінь, серед яких центральне місце займає здатність до критичного мислення, швидкого аналізу інформації, розуміння контексту подій та прогнозування наслідків висвітлення тієї чи іншої теми. Він акцентує увагу на тому, що в умовах інтенсивного розвитку цифрових технологій журналіст зобов'язаний постійно оновлювати свої знання і розширювати межі професійної компетентності, бути готовим працювати у різних форматах, зокрема у поєднанні текстових, аудіо- та відеоматеріалів, та вміти адаптувати подачу інформації під особливості аудиторії та технічні вимоги конкретної платформи, оскільки саме від цього залежить якість сприйняття і довіра глядачів до журналістської роботи [1, с.85].

Телевізійний журналіст повинен досконало володіти мовою, якою працює його телеканал, мати чисту та грамотну вимову, розуміти особливості побудови телевізійного тексту, який відрізняється від газетного чи інтернет-матеріалу своєю лаконічністю, динамічністю, зоровою та слуховою доступністю. Окрім того, ця професія вимагає доброго знання основ операторської роботи, режисури, монтажу, адже журналісту доводиться співпрацювати з командою, від якої залежить кінцевий вигляд сюжету чи передачі. Телевізійний журналіст повинен мати розвинене логічне та критичне мислення, вміти визначати головне у великому масиві інформації та структурувати її так, аби максимально доступно донести її до глядача, уникаючи зайвих деталей, що можуть відволікти увагу чи спотворити зміст події.

Окрему роль у цій професії відіграють особистісні якості журналіста-телевізійника, адже робота у кадрі, спілкування з людьми різного соціального статусу та темпераменту, перебування у стресових ситуаціях вимагають стійкої

психіки, емоційної врівноваженості, комунікабельності та внутрішньої культури. Телевізійний журналіст має бути привітним, уважним, доброзичливим, водночас зберігати професійну дистанцію та не піддаватися емоційним впливам, які можуть завадити об'єктивному висвітленню події. Уміння слухати співрозмовника, ставити правильні запитання, помічати деталі, що залишаються поза увагою інших, розпізнавати приховані мотиви чи емоції співбесідника, це ті якості, без яких неможливе якісне проведення інтерв'ю чи репортажу. Важливим є також зовнішній вигляд журналіста, адже телебачення працює на візуальний контакт, і глядач формує перше враження саме за виглядом, манерою триматися та говорити ведучого чи репортера, що впливає на рівень довіри до його слів.

Дослідник І. Венгер у своїх працях наголошує на тому, що професійна підготовка журналіста є неможливою без формування у нього високого рівня комунікативної культури, толерантності та емпатії, які дозволяють не лише брати участь у професійному спілкуванні, а й ефективно будувати взаємодію з найрізноманітнішими верствами населення. Він підкреслює, що журналіст повинен бути психологічно готовим до роботи у стресових умовах, вміти швидко приймати рішення, залишаючись при цьому доброзичливим, відкритим та коректним. За Венгером, надзвичайно важливою рисою журналіста є здатність до самоконтролю, що забезпечує об'єктивність подачі матеріалу та запобігає проявам емоційної заангажованості чи упередженості, особливо в умовах прямих ефірів та гострих соціальних конфліктів [5, с.28].

Не менш суттєвим є вміння оперативно реагувати на зміну обставин, зберігати самоконтроль у складних чи навіть небезпечних ситуаціях, оскільки журналістам часто доводиться працювати в умовах воєнних конфліктів, стихійних лих, масових протестів чи надзвичайних подій, де ризик для життя поєднується із необхідністю дотримуватися журналістських стандартів. Телевізійний журналіст зобов'язаний дбати про точність інформації, уникати поширення неперевірених даних, маніпуляцій чи будь-якої форми дискримінації. Він має залишатися відповідальним за зміст та форму подачі

матеріалу, усвідомлюючи, що навіть коротка фраза чи жест у прямому ефірі можуть викликати суспільний резонанс чи стати приводом для юридичних наслідків. Професійна етика журналіста-телевізійника передбачає дотримання норм поваги до гідності особи, толерантності, недопущення приниження чи провокування агресії, що особливо важливо в умовах сучасного інформаційного суспільства, де будь-яка інформація миттєво поширюється та обговорюється у мережі.

Важливим аспектом є здатність працювати у команді, адже створення телевізійного продукту, це завжди спільна праця журналіста, редактора, оператора, режисера, технічного персоналу. Успішний телевізійний журналіст повинен уміти взаємодіяти з колегами, враховувати їхню думку, гнучко адаптуватися до редакційної політики, при цьому зберігаючи власну професійну гідність та незалежність суджень. Багато в чому від журналіста залежить атмосфера у знімальній групі, якість підготовки та реалізації телевізійного проекту, тому такі риси, як порядність, відповідальність, відкритість, здатність до компромісів та дипломатичність є невід'ємними складовими професійного портрета телевізійного журналіста. Надзвичайно важливо, щоб журналіст мав внутрішню мотивацію до постійного саморозвитку, оскільки темпи змін у медіасфері вимагають від фахівця не лише відслідковування актуальних тем, але й опанування нових форматів, технічних засобів, особливостей роботи з цифровими платформами та соціальними мережами, що стають дедалі важливішим джерелом та каналом поширення інформації.

На думку науковиці Н. Гамоліної, журналістика є однією з найбільш колективних форм творчої діяльності, де результат залежить від злагодженої роботи усіх членів редакційного та технічного колективу, тому здатність журналіста до командної співпраці, толерантного ставлення до думок інших, гнучкості в робочих питаннях та вміння відстоювати професійну позицію без конфліктів є критично важливими. Вона наголошує, що сучасний телевізійний журналіст повинен не тільки володіти професійними знаннями, а й демонструвати високий рівень етичної та загальнолюдської культури, бути

готовим взаємодіяти із представниками інших професій, швидко інтегруватися у робочий процес, дотримуючись при цьому норм етикету, поваги до колег та глядачів, оскільки саме це формує довіру до медіа та підвищує авторитет журналіста [6, с.54].

Окрім технічної обізнаності та вміння працювати з сучасними технологіями, журналіст-телевізійник повинен володіти широким кругозором, цікавитися політичними, економічними, соціальними, культурними подіями не лише у своїй країні, а й у світі, мати аналітичний склад розуму, що дозволяє не тільки інформувати, а й пояснювати події, виявляти причинно-наслідкові зв'язки, прогнозувати можливі наслідки, що значно підвищує цінність його матеріалів для глядача. Від рівня загальної культури журналіста залежить його здатність орієнтуватися у різноманітних життєвих ситуаціях, спілкуватися з представниками різних соціальних груп, вікових категорій, етнічних спільнот, релігійних та професійних кіл, що особливо актуально для сучасного плюралістичного суспільства. Важливо, щоб журналіст мав стійкі моральні принципи, був здатним захищати право людини на об'єктивну інформацію, дотримувався правових норм та стандартів професійної діяльності, не піддавався тиску з боку влади, бізнесових структур чи інших зацікавлених осіб, залишаючись незалежним та чесним посередником між подіями та глядачем.

Дослідник В. Гоян зазначає, що телевізійний журналіст є важливою складовою інформаційного простору держави, тому він повинен не тільки ретельно відслідковувати актуальні події, а й уміти розглядати їх у контексті національних та глобальних процесів. Гоян наголошує на тому, що журналіст має брати активну участь у формуванні суспільної думки, виступати не тільки як спостерігач, а й як відповідальний комунікатор, який усвідомлює значення слова для суспільства. Він підкреслює необхідність постійного вдосконалення журналістами власного світогляду, поглиблення знань у різних галузях науки, культури, політики, що дозволяє їм бути компетентними співрозмовниками для представників найрізноманітніших сфер та створювати справді якісні та змістовні інформаційні продукти [8, с.112].

Науковиця Н. Кукуруза вказує, що у сучасному медіапросторі журналіст-телевізійник несе відповідальність не тільки за достовірність та повноту поданої інформації, а й за формування ціннісних орієнтирів у глядачів, тому його професійна діяльність має спиратися на принципи гуманізму, поваги до людини, правдивості та соціальної справедливості. Вона підкреслює, що телевізійний журналіст повинен виступати активним учасником суспільного діалогу, бути не просто посередником між подіями та аудиторією, а повноцінним учасником комунікаційного процесу, здатним аналізувати суспільні настрої, виклики та потреби, адекватно на них реагуючи у своїх матеріалах [19, с.123].

В. Маргалик своєю чергою акцентує на тому, що професія журналіста-телевізійника вимагає особливої моральної витримки, здатності протистояти маніпуляціям та зовнішньому тиску, залишаючись об'єктивним та неупередженим. Він вважає, що справжній журналіст має дбати про захист глядача від фейків, інформаційного терору та пропаганди, що особливо актуально у часи воєнних конфліктів, криз та соціальної напруги. Маргалик підкреслює важливість того, щоб журналісти залишалися чесними перед собою та аудиторією, прагнули до правди, незалежно від зовнішніх обставин, оскільки саме це є основою довіри та авторитету професії у демократичному суспільстві [23, с.75].

Отже, професія журналіста-телевізійника є надзвичайно вимогливою як у професійному, так і в особистісному плані, адже поєднує в собі функції інформатора, комунікатора, аналітика, психолога, організатора, що передбачає високий рівень компетентності, відповідальності, моральної зрілості та готовності до безперервного професійного та особистісного вдосконалення. Рівень довіри до журналіста безпосередньо залежить від того, наскільки він чесний перед собою та своєю аудиторією, наскільки професійно та коректно виконує свою роботу, наскільки здатен залишатися людиною в умовах жорсткої конкуренції, інформаційного тиску та мінливих суспільних настроїв. Професія телевізійного журналіста вимагає цілеспрямованості, відданості справі,

постійної внутрішньої роботи над собою, любові до людей та бажання робити світ трохи кращим завдяки правдивій, доступній та цікаво поданій інформації, що формує громадську думку, сприяє розвитку суспільства, утвердженню демократичних цінностей та поваги до прав людини.

1.3. Етичні принципи діяльності журналіста: об'єктивність, достовірність та відповідальність

Особливої уваги заслуговують такі ключові категорії як об'єктивність достовірність та відповідальність що в сукупності утворюють етичний фундамент телевізійної журналістики та стають основою для побудови довіри між журналістом і аудиторією. Наприклад, об'єктивність як базовий принцип полягає у прагненні журналіста відображати події та явища максимально неупереджено без навмисного викривлення фактів чи надання переваги одній із точок зору незалежно від особистих симпатій чи політичних переконань. У контексті телевізійної журналістики цей принцип набуває особливого значення оскільки саме зображення та звук на відміну від друкованого слова чи статті створюють сильні емоційні враження формуючи в глядача певне ставлення до подій тому журналіст повинен критично ставитися до власної роботи уникати маніпуляцій із зображенням монтажем чи музичним супроводом що можуть штучно підсилювати чи знижувати емоційний ефект.

Як справедливо зазначає український дослідник З. Є. Дмитровський, об'єктивність у журналістиці, а особливо в телевізійній, є не лише професійною вимогою, а й виявом моральної культури працівника засобів масової інформації. Автор підкреслює, що об'єктивність не може бути механічним відображенням реальності без врахування соціального контексту і морально-етичних норм, адже журналіст завжди виступає посередником між подією та аудиторією. Саме тому його особиста відповідальність і моральна зрілість визначають ступінь неупередженості інформації, яка подається в телевізійному просторі. Дмитровський наголошує, що справжня об'єктивність можлива лише за умови свідомого прагнення журналіста до чесного та повного представлення всіх

аспектів події, без спотворення фактів чи емоційного підсилення, що може змінити загальне враження про подію або явище. Науковець вважає, що саме ця моральна складова надає професійній діяльності телевізійника суспільної цінності та підкреслює його роль як відповідального комунікатора [12, с.81].

Об’єктивність телевізійника також означає рівновіддаленість від усіх сторін конфлікту що передбачає збалансоване представлення інформації без приховування фактів які можуть суперечити основній темі чи позиції редакції журналіст має подавати альтернативні думки та забезпечувати глядачу можливість самостійно формувати висновки не нав’язуючи жодної конкретної позиції навіть якщо вона здається найбільш виправданою в межах загального контексту подій. В свою чергу, достовірність як етичний принцип є тісно пов’язаною із об’єктивністю проте має власну специфіку що передбачає обов’язкову перевірку всієї інформації що потрапляє у випуск новин чи інший телевізійний продукт. В умовах сучасного інформаційного простору насиченого фейками маніпуляціями та відвертими вигадками роль журналіста як ретельного відбірника фактів та відповідального посередника між джерелами та глядачем суттєво зростає.

У розвитку теми достовірності важливо врахувати позицію Ю. Єлісовенка, який вважає, що достовірність є основою будь-якої журналістської діяльності, оскільки саме вона визначає межу між відповідальною інформаційною діяльністю та спекулятивним інформаційним простором. Дослідник акцентує увагу на тому, що в сучасному інформаційному світі, де фейки та маніпуляції стали буденністю, журналіст мусить не лише перевіряти факти, а й розуміти природу інформації, її джерела та можливі наслідки поширення певних відомостей. Єлісовенко стверджує, що професійна етика телевізійника вимагає постійного критичного аналізу надійності джерел та повної відкритості перед глядачем щодо ступеня перевіреності інформації. Дослідник особливо наголошує на небезпеці використання напівправди або подачі неповної інформації, яка в телевізійному форматі через силу візуального впливу здатна викликати помилкові уявлення і навіть впливати на поведінку

глядача. Саме тому журналістика, що ґрунтується на достовірності, є основою демократичного суспільства, в якому громадянин має право отримувати повну, правдиву і перевірену інформацію [14, с.98].

Достовірність передбачає, що телевізійник зобов'язаний отримувати інформацію лише з перевірених джерел співставляти дані з різних позицій і не допускати в ефір неперевірених або сумнівних відомостей які можуть ввести в оману аудиторію або спровокувати соціальну напругу. Водночас достовірність включає чесність у подачі інформації коли журналіст зобов'язаний відкрито повідомляти про те, що певна інформація ще уточнюється чи не має остаточного підтвердження від офіційних структур, що особливо важливо під час надзвичайних подій кризових ситуацій чи воєнних конфліктів коли ціною помилки може стати безпека громадян або стратегічні інтереси держави. Крім того, достовірність вимагає від журналіста уникати перебільшення сенсаційності інформації задля підвищення рейтингів або уваги аудиторії оскільки такий підхід є проявом непрофесійності та зневаги до прав глядача на об'єктивну та правдиву інформацію.

Відповідальність у діяльності журналіста телевізійника посідає особливе місце оскільки саме цей принцип об'єднує в собі всі інші етичні категорії і визначає остаточне рішення про те яким чином подавати матеріал у публічний простір. Відповідальність передбачає усвідомлення телевізійником наслідків своєї діяльності для суспільства окремих соціальних груп та конкретних осіб які можуть стати героями репортажів чи сюжетів адже телебачення через свою доступність масовість та візуальність здатне миттєво впливати на громадську думку формувати стереотипи чи навіть провокувати паніку тому кожне слово, кожен кадр, кожен коментар повинні бути виваженими та обґрунтованими.

Не менш вагомими є міркування С. В. Лісової, яка розглядає відповідальність журналіста телевізійника як не лише професійний, а й громадянський обов'язок. Науковиця підкреслює, що відповідальність є найскладнішим принципом, оскільки вона передбачає усвідомлення журналістом можливих наслідків кожного сюжету чи інформаційного

повідомлення, особливо у кризові моменти. Лісова наголошує, що відповідальність виявляється у виборі теми, способу подачі інформації та визначенні акцентів, адже саме від цього залежить, як буде сприйнята подія, якими будуть настрої глядачів та чи не призведе репортаж до соціальної напруги чи конфлікту.

Дослідниця вважає, що відповідальний журналіст повинен розуміти, що його діяльність є публічною та соціально значущою, і тому має враховувати не лише інтереси редакції або аудиторії, а й загальнолюдські моральні принципи: гуманність, толерантність та повагу до особистості [22, с.34].

Цікаве доповнення до цієї теми пропонує Ю. Г. Шаповал, який зазначає, що журналістська етика є живим механізмом, що реагує на зміни суспільства та розвиток інформаційного середовища. Дослідник вважає, що принципи об’єктивності, достовірності та відповідальності мають розглядатися не як сталий набір правил, а як динамічна система норм, що постійно адаптуються до нових умов. Шаповал підкреслює, що сучасний журналіст мусить поєднувати традиційні професійні стандарти з розумінням новітніх комунікаційних технологій та цифрового медіапростору, де інформація миттєво розповсюджується, втрачаючи контрольованість. Тому головним завданням телевізійника залишається збереження професійної честі, дотримання етичних стандартів навіть у ситуаціях тиску, сенсаційності чи спокуси популярності. Дослідник вважає, що саме через відповідальне ставлення до своєї праці журналіст може зберегти довіру аудиторії та професійний авторитет засобу масової інформації [28, с.124].

Особливої актуальності принцип відповідальності набуває в умовах сучасного інформаційного суспільства де соціальні мережі й онлайн медіа створюють жорстку конкуренцію традиційному телебаченню а швидкість поширення новин часто переважає їх перевірку. В таких умовах телевізійник має взяти на себе відповідальність за збереження високих стандартів професії навіть тоді коли це може коштувати йому втрати ексклюзиву чи миттєвої популярності оскільки відповідальний журналіст розуміє що його головне

завдання не створювати інформаційні сенсації а інформувати суспільство максимально об’єктивно достовірно та коректно. Відповідальність також вимагає поваги до глядача його прав на особисте життя честь та гідність тому телевізійник повинен уникати трансляції матеріалів які можуть принизити окремих осіб чи соціальні групи спотворити їхній образ або безпідставно звинуватити у певних діях що особливо актуально у випадках кримінальних справ політичних конфліктів чи соціальних протестів.

Важливу роль у розвитку етичної концепції журналістики відіграє А. Яковець, який стверджує, що журналістика є не лише професією, а й видом соціальної діяльності, яка передбачає виконання моральної місії перед суспільством. Дослідник вважає, що журналістське слово має виконувати функцію морального орієнтира, що вимагає від журналіста високого рівня особистої культури, інтелектуальної відповідальності та етичної виваженості. Яковець підкреслює, що журналістика як соціальний інститут покликана не лише інформувати, а й виховувати, формувати суспільну свідомість. Тому об’єктивність, достовірність та відповідальність мають розглядатися як складові єдиної системи моральних обов’язків телевізійника. Саме ці принципи дозволяють журналісту бути не тільки спостерігачем, а й активним учасником суспільного розвитку, який сприяє утвердженню правди, справедливості та гуманності в інформаційному просторі [29, с.185].

Отже, етичні принципи об’єктивності достовірності та відповідальності виступають не лише формальними вимогами професії телевізійного журналіста а й фундаментальними орієнтирами які визначають зміст характер та наслідки його діяльності в суспільстві. Збереження цих принципів дозволяє забезпечити довіру аудиторії підтримати репутацію засобу масової інформації як надійного джерела об’єктивної інформації та сприяти розвитку демократичних процесів оскільки лише в умовах професійно відповідальної журналістики можливе формування поінформованого суспільства що спроможне самостійно приймати рішення і критично оцінювати навколишню реальність. Тому питання дотримання етичних принципів у діяльності телевізійного журналіста є

надзвичайно актуальним і має розглядатися як обов’язкова умова забезпечення демократичного розвитку суспільства формування справедливого інформаційного простору та підтримки соціальної рівноваги на основі достовірних об’єктивних і відповідальних повідомлень що є базовими складовими сучасної медіа культури та необхідною передумовою якісної журналістики.

РОЗДІЛ 2

СУПРОВІДНА ЗАПИСКА ДО ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ

2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту

Назва програми: *«В епохах часу»*

Програма «В епохах часу» є унікальним телевізійним шоу, яке поєднує історичні теми з гумором, інтерактивністю та глибоким аналізом важливих етапів розвитку людства. Кожен випуск програми фокусується на одній або кількох історичних епохах, де учасники та експерти обговорюють ключові моменти, що визначали культурний, науковий та соціальний розвиток цих періодів. Особливістю є те, що кожна епоха подається не тільки через обговорення, але й через інтерактивні мініатюри, які дають можливість учасникам та глядачам зануритися у атмосферу минулих століть.

Програма виходитиме щотижня по суботах, що дозволить глядачам занурюватись у світ історії кожного тижня, не перевантажуючи їх великою кількістю інформації. Це дозволить створити стабільну аудиторію і поступово розкривати все більше історичних періодів.

Аспекти, які охоплюватиме програма:

1. Історія: програма висвітлюватиме різні епохи людства, починаючи з Стародавнього Єгипту та закінчуючи XX століттям.
2. Культура: дослідження культурних аспектів кожної епохи: мистецтво, архітектура, література, мода, традиції.
3. Наука та техніка: розкриття важливих наукових досягнень кожного періоду.
4. Гумор: використання гумору для полегшення сприйняття історичних тем через смішні мініатюри та пародії.

5. Інтерактивність: взаємодія з глядачами через соціальні мережі, голосування та запитання, що додають елементи участі та конкуренції.

6. Експерти: залучення істориків, культурологів та інших експертів для надання авторитетної думки та глибшого аналізу.

Детальний опис випуску (Додаток А):

Тема випуску: «Подорож через час: від Стародавнього Єгипту до 20-х років XX століття»

Тривалість: 2,5 години

Структура: обговорення, мініатюри, інтерв'ю з експертами, інтерактивні елементи.

1. Вступ (10 хвилин)

- Ведучий коротко вводить у концепцію програми. Оголошує, що сьогодні програма занурить глядачів в чотири різні епохи: Стародавній Єгипет, Середньовіччя, Ренесанс і 20-ті роки XX століття.
- Загальна мета випуску: розглянути, як ці епохи змінили світ і як вони відображаються в нашій сучасності.

2. Перша епоха – Стародавній Єгипет (30 хвилин)

- Обговорення (15 хвилин): історики та археологи розповідають про фараонів, піраміди, муміфікацію та релігію Єгипту.
- Мініатюра (10 хвилин): ведучі разом із акторами намагаються побудувати «піраміду» з картонних коробок, смішно демонструють процес муміфікації предметів і створюють святкування в честь фараона.
- Інтерактивна частина (5 хвилин): глядачі можуть поставити запитання експертам через соціальні мережі, а також проголосувати за найкращу «піраміду» чи святкування.

3. Друга епоха – Середньовіччя (30 хвилин)

- Обговорення (15 хвилин): експерти обговорюють лицарів, замки, культури та війни середньовіччя, а також святкування та турніри.

- Мініатюра (10 хвилин): ведучі змагаються в середньовічному турнірі або намагаються організувати свято середньовічних лицарів, ставши у ролі принців і принцес.
- Інтерактивна частина (5 хвилин): глядачі голосують, хто виграв турнір і чому.

4. Третя епоха – Ренесанс (30 хвилин)

- Обговорення (15 хвилин): аналіз наукової революції, художників Ренесансу (як Леонардо да Вінчі), культурних змін.
- Мініатюра (10 хвилин): ведучі намагаються створити картину в стилі да Вінчі або активно беруть участь у «науковій революції».
- Інтерактивна частина (5 хвилин): глядачі голосують за найкраще художнє творіння ведучих.

5. Четверта епоха – 20-ті роки XX століття (30 хвилин)

- Обговорення (15 хвилин): розмова про джаз, рокабілі, арт-деко та зміни в культурі та моді 20-х років.
- Мініатюра (10 хвилин): ведучі змагаються в створенні модного показу в стилі арт-деко або в джазовому конкурсі.
- Інтерактивна частина (5 хвилин): глядачі голосують за найкраще виконання стильових елементів 20-х років.

6. Перерва (10 хвилин)

- Легка музика, питання від глядачів через соцмережі, короткі відео вставки з історії для візуалізації тем.

7. Висновки та обговорення (20 хвилин)

- Підсумки: як вплинули ці епохи на сучасність. Ведучі разом з експертами обговорюють важливі уроки з історії та їх вплив на сьогодення.
- Запитання до глядачів: яка епоха була найцікавішою?

8. Фінал (10 хвилин)

- Підсумки випуску, ведучі обговорюють свої враження.

- Оголошення переможця інтерактивної частини: хто з учасників/ глядачів дав найкращу відповідь на питання або виграв конкурс.

Додаткові елементи:

- Міні-інтерв'ю з істориками та культурологами.
- Музичні вставки: Для кожної епохи використовується характерна для того часу музика для створення атмосфери.
- Інтерактивне голосування через соціальні мережі.

Проєкт «В епохах часу» дозволить не тільки інформувати глядачів про значущі моменти історії, але й зробить це в інтерактивній і легкій для сприйняття формі. Кожен випуск буде поєднувати наукові факти з гумором, даючи можливість глядачам поринути в атмосферу минулих епох. Інтерактивні елементи, мініатюри та голосування дозволять глядачам активно взаємодіяти з програмою, що значно підвищить її популярність і залученість.

2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту

Програма, що охоплює великі історичні епохи через гумор та інтерактивність, спрямована на широку аудиторію з різними інтересами, але з акцентом на молодь і людей середнього віку. Зокрема, її можуть зацікавити:

1. Молодь (від 18 до 35 років):

- Вони активно використовують соціальні мережі та інтернет-контент, часто є користувачами платформ для відео-контенту (YouTube, TikTok, Instagram).
- Інтерес до нових форм навчання та розваг, де поєднується інформативність та розваги.
- Бажання отримувати легкий та цікавий контент, який дозволяє дізнатися більше про історію, культуру та соціальні процеси через гумор та інтерактивність.

2. Сімейні аудиторії (від 30 до 50 років):

- Люди, які шукають цікаві та розвиваючі програми для перегляду у колі родини.

- Мають інтерес до історії, культури, а також шукають нові форми розваг, що включають освітній аспект.
- Важливий аспект – інтерактивність, що дозволяє їм бути частиною програми.

3. Професіонали в галузі історії та культури:

- Люди, які мають професійну освіту в історії, культурології чи археології, але хочуть дивитися програму в більш доступному та веселому форматі, який комбінує елементи розваг та навчання.
- Ця категорія також може залучатися через експертні інтерв'ю та тематичні обговорення, які мають освітній компонент.

4. Широка аудиторія через соціальні мережі:

- Платформи, як Instagram, TikTok, Twitter, YouTube є важливими каналами для досягнення більшої частини цієї аудиторії.
- Поширення через меми, відео-фрагменти, інтерактивні голосування допомагає залучати увагу до програми.

Особливості просування продукту:

1. Інтерактивність через соціальні мережі:

- Програма активно використовує інтерактивні елементи, такі як голосування, питання до глядачів через соцмережі, щоб залучити аудиторію до участі в обговореннях та креативних активностях.
- Своєчасне включення результатів голосувань, коментарів і відповідей користувачів, що створює ефект залучення та підвищує лояльність аудиторії.

2. Вірусні контенти та меми:

- Гумористичні мініатюри та креативні сценки з історичних епох можуть стати вірусними через соціальні мережі. Вони можуть бути адаптовані у формат мемів, що спрощує їх сприйняття та поширення серед молоді.
- Короткі відео та меми дозволяють збільшити видимість програми та залучити нових глядачів.

3. Партнерства з освітніми платформами та інфлюенсерами:

- Співпраця з освітніми проектами, платформами для онлайн-курсів або популярними блогерами у сфері історії та культури дозволяє залучити додаткову аудиторію.
- Використання інфлюенсерів для просування програми через освітні та культурні кампанії може сприяти широкому охопленню цільової аудиторії.

4. Сегментовані рекламні кампанії:

- Реклама на платформах, таких як YouTube, Instagram та TikTok, дозволяє точно таргетувати аудиторію на основі інтересів (історія, культура, освіта) та демографічних характеристик (вік, місце проживання).
- Спеціалізовані рекламні кампанії для сімейної аудиторії через телевізійні канали та сайти з освітнім контентом також можуть бути ефективними.

5. Спеціальні програми та контент для школярів і студентів:

- Створення спеціальних програм або додаткового контенту, який можна використовувати для навчання в школах та університетах, сприятиме популяризації програми серед молоді та науковців.
- Використання форматів відеоуроків, історичних документів або експертних коментарів як частина навчальних матеріалів.

6. Етапи просування на основі зворотного зв'язку:

- Регулярне використання зворотного зв'язку від глядачів (через опитування, коментарі, активність у соцмережах) дозволяє адаптувати програму та маркетингові стратегії відповідно до змін у вподобаннях та інтересах глядачів.

Таким чином, програма має великий потенціал для розвитку завдяки поєднанню гумору, інтерактивності та освітніх елементів. Правильна маркетингова стратегія та постійна взаємодія з глядачами дозволять забезпечити її популярність та актуальність на тривалий час.

2.3. Формально-змістові характеристики проєкту

У межах реалізації телепроєкту було створено програму, яка поєднує освітній та розважальний контент, що охоплює різні історичні епохи через інтерактивний підхід і гумористичні елементи. Основною платформою для реалізації ідей стала телевізійна ефірна програма, яка дозволяє охопити широку аудиторію, зокрема тих, хто цікавиться історією, культурою та тим, як минуле впливає на наше сучасне життя.

На початковому етапі була проведена серія обговорень з командою творчих спеціалістів щодо концепції програми, її формату, структури та цільової аудиторії. Вибір тем для кожного випуску, таких як Стародавній Єгипет, Середньовіччя, Ренесанс та 20-ті роки XX століття, був зумовлений бажанням охопити найбільш впливові та пізнавані епохи, що залишили значний слід у світовій культурі та історії. Для кожної епохи була розроблена тематична частина, що поєднує інформаційні блоки з інтерактивними елементами і гумористичними мініатюрами, що створюють атмосферу легкості і розваги.

Візуальний стиль програми поєднує елементи, характерні для кожної епохи, що дозволяє створити неповторну атмосферу в кожному випуску. Наприклад, для Стародавнього Єгипту використовуються золотисті та піщані кольори, для Середньовіччя – темні та холодні відтінки, а для Ренесансу – світлі та барвисті кольори. Важливою частиною візуальної складової є використання візуальних вставок, що відображають художні стилі і символіку кожної епохи, а також інтерактивні елементи, які залучають глядачів до процесу створення контенту та підвищують їхню зацікавленість.

Контент програми включає обговорення з експертами в історії та культурології, де професіонали розповідають про важливі аспекти кожної епохи, її вплив на світову культуру, а також про цікаві факти, які можуть бути маловідомими широкій аудиторії. Мініатюри в програмі дозволяють розкрити важливі моменти з історії в легкому та доступному для розуміння форматі,

додаючи гумору та розваги. Інтерактивна частина програми включає питання та завдання для глядачів, що дозволяють їм активніше взаємодіяти з контентом.

Програма реалізується як командна робота, де кожен учасник відповідає за конкретний сегмент: ведучі, експерти, актори, а також команда, що відповідає за технічну складову і трансляцію. Всі етапи планування, розподілу обов'язків і комунікації здійснюються через спільні робочі платформи та інструменти, що дозволяють ефективно організувати робочий процес. Для забезпечення постійної взаємодії з аудиторією програма активно використовує соціальні мережі для проведення голосувань, опитувань і запитів до глядачів.

Таким чином, програма поєднує освітній контент, гумор і інтерактивність, що робить її доступною та цікавою для широкої аудиторії, яка цікавиться історією, культурою і бажає отримати нові знання через розвагу. Цей підхід дозволяє не лише розширити аудиторію, а й створити сучасний та інтерактивний продукт, який поєднує освітній та розважальний контент.

2.4. Особливості оформлення проєкту

Особливості оформлення проєкту полягають у чіткій структурованості контенту, що дозволяє глядачам не тільки отримувати нові знання про різні історичні епохи, а й активно взаємодіяти з програмою. У процесі створення проєкту було враховано кілька ключових аспектів, які забезпечують його ефективне сприйняття і цікавість до кожного випуску.

Основним принципом оформлення кожного випуску є поділ на чітко визначені частини, що дозволяє зберігати баланс між інформативністю і розвагою. Кожен етап програми має свою задачу:

- Вступ: короткий вступ, що знайомить глядача з темою випуску, ставить основне питання і задає тон для наступних етапів.
- Обговорення: експертне обговорення історичних фактів, що дає можливість глибше зануритися в епоху.
- Мініатюри: гумористичні або інтерпретаційні міні-сцени, що дають змогу візуалізувати історичні події через легке сприйняття.

- Інтерактивна частина: залучення глядачів до програми через соціальні мережі або опитування, що дозволяє взаємодіяти з контентом і активно включати аудиторію у процес.

Важливу роль в оформленні відіграє візуальний стиль програми. Оскільки кожна історична епоха має свої характерні риси, оформлення кожної частини випуску стилізовано відповідно до того часу:

- Для Стародавнього Єгипту використовуються золотисті, піщані кольори, а також пірамідальні або єгипетські мотиви в графіці.
- Для Середньовіччя використовуються темні кольори, герби та замкові елементи.
- Ренесанс оформлений в яскравих, насичених кольорах, що передають атмосферу епохи мистецтва і науки.
- Для 20-х років XX століття використовується стиль арт-деко, з чіткими лініями і гламурними акцентами.

Особливість даного проєкту полягає в інтерактивних елементах та гуморі, який допомагає зробити сприйняття історії легким та цікавим. Мініатюри та гумористичні сценки, що зображують історичні події в комічному вигляді, роблять кожну епоху більш живою та доступною. Завдяки інтерактивним частинам (голосуванням, запитанням до глядачів через соціальні мережі), аудиторія отримує можливість брати участь у програмі, підвищуючи її залученість.

Використовуються яскраві, але не перевантажені графічні елементи. Наприклад, кожен випуск програми містить інфографіку та картки з короткими фактами або питаннями для інтерактиву, що надаються у вигляді візуальних матеріалів (наприклад, карти, малюнки, цитати). Це дозволяє легше сприймати матеріал і зберігати увагу на важливих аспектах епохи.

Для кожної епохи підібрана музика, що відображає атмосферу часу. Це додає відчуття присутності у відповідній історичній епосі. Музичні вставки, що змінюються від епохи до епохи, підсилюють ефект занурення і створюють неповторну атмосферу кожної частини програми.

2.5. Технічні і програмні засоби

Для реалізації даного проєкту були використані стандартні технічні та програмні засоби, які забезпечили основу для створення концепції та організації контенту. На першому етапі роботи була створена основна концепція проєкту, що включала вибір теми, структури випуску та інтерактивних елементів.

Для документування та написання сценарію використовувався текстовий редактор Microsoft Word. Цей інструмент став основним для формулювання та організації текстових матеріалів, таких як опис випусків, розробка вступів, інтерв'ю та сценаріїв для мініатюр. Word дозволив чітко структурувати концепцію і спростити процес редагування текстів, що забезпечило зручність у роботі з великими обсягами інформації.

Для того, щоб вивчити відповідні приклади історичних передач та знайти підходящий музичний супровід, був використаний відеохостинг YouTube. Перегляд різних програм допоміг зрозуміти основні технічні та стилістичні елементи, що характерні для таких передач, а також дозволив підібрати музику, яка відповідала атмосфері різних історичних епох.

Програма була спроектована таким чином, щоб інтерактивні елементи та гумор були гармонійно поєднані з пізнавальним контентом, що дозволяє глядачам легко та цікаво взаємодіяти з програмою. Таким чином, весь процес розробки концепції базувався на аналізі ідеальних форм подачі історичних матеріалів, а технічні засоби забезпечили можливість вдало втілити цю концепцію.

2.6. Зв’язок із творчим доробком (портфоліо)

Сучасна епоха швидкості, інформаційного перенасичення і технологічних проривів вимагає не лише розуміння сьогодення, а й глибокого усвідомлення минулого. Саме тому з’являється новий формат науково-популярної програми «В епохах часу», покликаний не просто інформувати, а й залучати, змінювати, провокувати до діалогу. Програма будується на перетині між історичним знанням і сучасною соціальною динамікою, і саме цей перетин лежить в основі

мого портфоліо журналістських, аналітичних та культурологічних розвідок. Тема дезінформації, цифрових технологій, поколіннєвих зсувів, соціального підприємництва та емоційної екології – усе це знайомі мені концепти, які знайшли своє місце у матеріалах, що формують зміст моєї творчої і дослідницької діяльності.

Програма, що розгортається впродовж 2,5 годин, є не просто освітнім продуктом. Це діалог із глядачем, подорож крізь час, де інтерактивні елементи, мініатюри, інтерв'ю з експертами та обговорення стають інструментами пізнання світу і себе в ньому. Вступ програми – це не тільки вступ до історії, а й до усвідомлення ролі особистості в часі. Ведучий оголошує тему – чотири історичні епохи, які докорінно змінили людство: Стародавній Єгипет, Середньовіччя, Ренесанс і 20-ті роки XX століття. Але мета не лише у знайомстві з фактами – вона в діалозі між минулим і сучасним, у відкритті того, як минулі сенси живуть у цифровому світі, у поколінні альфа, у викликах емоційного вигорання, у балансі між кар'єрою і родиною.

Єгипет – це не просто піраміди, це архетип державності, структури, сакрального знання. У програмі ми занурюємось у ритуали муміфікації та життя фараонів, а мініатюра з будівництвом піраміди з картону водночас і смішна, і повчальна. Це відсилка до сучасних технологій і спроби відтворити великі ідеї у мініатюрі. Через інтерактив із глядачами, які голосують за кращу піраміду, ми нагадуємо: сьогодні соціальні мережі стали нашими новими храмами, де формуються уявлення про вічність – хай навіть у вигляді відео на 30 секунд. Саме тут проявляється актуальність розвідки про те, як бачити дезінформацію в сучасних реаліях – адже, як і в давнину, інформація здатна увічнювати міфи або руйнувати імперії.

Середньовіччя в програмі – це не лише лицарські турніри чи середньовічна романтика. Це ідея вертикалі, церковної влади, феодальних відносин. В епоху, коли інформаційна ієрархія замінюється горизонтальними мережами, ця історична доба є контрапунктом. Глядачі програми беруть участь

у турнірі через онлайн-голосування, демонструючи, як покоління Z чи альфа змінюють правила – від централізації до розпорошеного лідерства. Саме вони сьогодні стають цифровими лицарями, ведучи битви не списами, а контентом. І якщо середньовічні принци мріяли про трон, то сучасні підлітки мріють про технологічні стартапи чи TikTok-блогерство – і це така ж амбіція, просто в інших обладунках.

Ренесанс – це момент, коли людство раптом згадало про свою гідність, розум, тіло. У програмі ми спостерігаємо, як ведучі створюють картини в стилі Леонардо – але роблять це в дусі сучасного перформансу. І тут виникає питання: що таке творчість у добу штучного інтелекту? У моєму портфоліо особливе місце займає дослідження на тему впливу AI на наше життя, і воно прекрасно резонує з ренесансною ідеєю – бо штучний інтелект це наш «новий да Вінчі». Але водночас – і виклик, і загроза. Творчість більше не монополія людини. Програма нагадує: саме через усвідомлення краси, науки, філософії ми можемо залишатися людьми, навіть у світі машин.

Уривок, присвячений 20-м рокам – це епоха джазу, вільної моди, емансипації жінок, розриву з традицією. Це також період, де з’являється концепт «соціальної особистості», яка не боїться бути іншою. Саме тут програма перетинається з моїми матеріалами про баланс між кар’єрою і родиною, емоційне вигорання, екологічну свідомість, бо всі ці питання – це продовження культурної революції 20-х. Ведучі беруть участь у джазовому конкурсі, але, по суті, вони занурюються в епоху пошуку себе. І сьогоднішній глядач, особливо з молоді, прекрасно це відчуває, адже пошук себе – ключова тема і 2020-х.

Заключна частина програми перетворює її з історичного шоу на культурний маніфест. У підсумковій дискусії звучить не просто рефлексія над епохами, а аналіз того, як ми – сучасні люди – є спадкоємцями та інтерпретаторами кожного часу. Тут знову з’являється елемент із мого портфоліо – наприклад, тема соціального підприємництва, яке з одного боку

спирається на гуманізм Ренесансу, а з іншого – на етичні виклики XX століття. Або тема локального бізнесу в умовах глобалізації, яка напряму апелює до потреби збереження локального, як це було в Середньовіччі з його міськими гільдіями. Глядачам ставиться питання – яка епоха їм ближча – але відповідь завжди одна: всі вони живуть у нас.

Оголошення переможця інтерактивної частини – це не просто фінальний акорд, а заклик до того, щоб кожен глядач став учасником часу, співтворцем епохи, в якій живе. Музика, історичні реконструкції, живе слово експертів і активність в соцмережах створюють ефект присутності – саме такого, який має і сучасна журналістика. Адже сучасна журналістика – це не лише текст чи сюжет, це форма соціального діалогу, в якому історія – не просто наука, а інструмент зміни себе і світу. Саме тому мій творчий і науковий доробок – це не просто набір статей, а культурна інтерпретація нашого сьогодення в координатах минулого. І саме тому програма «В епохах часу» – це не телевізійне шоу, а простір для того, щоб кожен з нас зрозумів: історія – це ми.

Моє портфоліо чудово підготувало мене до створення власної телепрограми, адже в ньому вже закладені ключові елементи, які формують фундамент сучасного медіапроєкту: актуальність тем, глибина дослідження, аналітичний підхід, розуміння аудиторії та здатність до міждисциплінарного мислення.

Ось як саме кожен з матеріалів сприяв цьому:

1. «Як «бачити» дезінформацію в сучасних реаліях?»

Цей матеріал показує здатність працювати з інформаційною гігієною, критично мислити й виявляти маніпуляції – це неймовірно важливо для будь-якого телевізійного продукту, адже телепрограма повинна бути джерелом перевіреної, достовірної інформації.

2. «Історії успіху відомих людей сучасності»

Уміння працювати з інтерв'ю, біографічними наративами та надихаючими прикладами – чудова підготовка до створення сюжетів, що мотивують та тримають увагу глядача. Це цінно для рубрик типу «герой програми».

3. «Як покоління альфа змінює правила гри у світі технологій?»

Інтерес до майбутніх поколінь і технологій свідчить про вміння орієнтуватися в динамічному інформаційному просторі, що важливо для програм з акцентом на молодіжну аудиторію або теми інновацій.

4. «Що таке соціальне підприємництво?»

Це матеріал демонструє здатність досліджувати соціальні явища і шукати позитивні приклади змін – такий підхід може стати основою соціального блоку або навіть цілої програми, присвяченої змінотворцям.

5. «Хто такі покоління Z і чого вони прагнуть у житті?»

Тут проявляється розуміння цільової аудиторії, а це один з основних факторів при створенні будь-якого медіапродукту. Ти вже володієш знанням про потреби, запити та поведінку однієї з ключових груп глядачів.

6. «Чи можна побудувати кар'єру без університетської освіти?»

Ця тема вчить піднімати контроверсійні питання, відкривати альтернативні точки зору, що чудово працює в дискусійних форматах телепередач або ток-шоу.

7. «Як міфи впливають на сучасне сприйняття української історії?»

Уміння досліджувати історичну тематику з сучасним поглядом формує в тобі аналітичне мислення, яке можна трансформувати у формат програм історико-культурного спрямування.

8. «Чому важливо підтримувати локальний бізнес?»

Увага до теми локальної економіки демонструє соціальну відповідальність – це чудова база для створення сюжетів про громади, підприємців, успішні кейси з регіонів.

9. «Що таке емоційне вигорання і як з ним боротися?»

Цей текст показує глибоке розуміння психологічних тем, здатність торкатися особистісних і водночас суспільно важливих аспектів – основа для створення програми у форматі «людина і світ».

10. «Кар'єра чи родина?»

Робота з темою балансу між професійним і особистим життям демонструє емпатійність та навички роботи з життєвими дилемами, які чудово транслюються у форму діалогів, інтерв'ю та телевізійних історій.

11. «Екологічна свідомість»

Це свідчення екологічної відповідальності й готовності говорити про складні глобальні теми мовою прикладів і фактів – чудова база для еко-програм або рубрик.

12. «Штучний інтелект і майбутнє»

Інтерес до новітніх технологій – це плюс у підготовці до інноваційного формату шоу. Тут закладено потенціал до створення програми на перетині науки, культури і технологій.

13. «Роль соціальних мереж у формуванні думки»

Цей матеріал підготував до розуміння впливу мас-медіа, трендів і алгоритмів – що важливо як для створення контенту, так і для його просування.

14. «Міста майбутнього»

Футуристичний погляд відкриває простір для урбаністичних і візіонерських форматів.

15. «Цікаві та історичні місця в Україні»

Це підтвердження навичок роботи з краєзнавчими й туристичними темами. Ідеальний формат для тревел-шоу або інформаційно-культурної програми про Україну.

Портфоліо, яке було сформоване на основі опублікованих статей, стало потужною основою для підготовки до створення власної телепрограми. Кожен із тематичних матеріалів допоміг розвинути важливі професійні навички: уміння критично мислити, аналізувати складні соціальні, культурні та технологічні процеси, адаптувати складну інформацію до доступного формату, працювати з цільовою аудиторією та формувати зміст, що відповідає запитам суспільства. Завдяки широкому спектру тем, які охоплюють проблеми дезінформації, роль технологій, екологічну свідомість, історичну пам’ять, психологічний стан людини, соціальне підприємництво, кар’єрні орієнтири та громадянську активність, стало можливим не лише напрацювати медійний стиль, а й закласти базу для створення телевізійного контенту з високим рівнем суспільної значущості.

ВИСНОВКИ

Ми визначили, що телевізійна журналістика у сучасному інформаційному суспільстві виступає не лише потужним джерелом масової інформації, а й важливим елементом формування світогляду, культури, освітнього рівня та навіть поведінкових моделей громадян. Вона продовжує залишатися актуальною попри стрімкий розвиток цифрових технологій і зростаючу конкуренцію з боку інтернет-ЗМІ та соціальних платформ. Синтез візуального, звукового й вербального компонентів робить телевізійний контент емоційно насиченим і впливовим, а відтак дієвим інструментом комунікації, який здатен ефективно доносити інформацію, викликати відгук, змінювати точки зору та формувати нові смисли в суспільному дискурсі. Успішне функціонування тележурналістики у майбутньому залежатиме від того, наскільки глибоко вона дотримуватиметься професійних та етичних стандартів, залишаючись відповідальною перед своєю аудиторією, витримуючи баланс між швидкістю подачі інформації та її достовірністю. Цей медіаінструмент у своїй сучасній формі це повноцінний культурний, моральний і соціальний феномен, що потребує обережного, продуманого підходу до кожного аспекту свого функціонування.

Нами було досліджено, що професія телевізійного журналіста це сукупність інтелектуальної гнучкості, моральної стійкості, психологічної зрілості та постійного прагнення до самовдосконалення. Це діяльність, яка вимагає великої кількості професійних знань і навичок, уміння зберігати гідність, нести відповідальність за кожне сказане слово, кожну інтонацію й емоцію, що транслюються глядачу через екран. Тележурналіст - це одночасно і митець, і дослідник, і соціальний аналітик, і психолог, що має розуміти тонкощі людської поведінки, реагувати на зміни суспільних настроїв, орієнтуватися у стрімкому потоці новин. Уміння залишатися вірним собі, не зраджуючи ані професійній етиці, ані своїм людським переконанням, є важливою умовою збереження довіри з боку аудиторії. Бути телевізійником – означає бути в полі

зору постійно, мати стійкий моральний фундамент, бути відкритим до змін і водночас зберігати незмінну відповідальність за слово, образ і сенс, який ти транслюєш у світ.

Ми охарактеризували, що етичні принципи в роботі телевізійного журналіста життєво необхідна система, яка забезпечує не лише професійну цілісність, а й довіру суспільства. Принципи об'єктивності, достовірності та відповідальності є основою, на якій будуються якісні інформаційні продукти, що мають тривалий ефект впливу. Суспільство, яке довіряє журналісту, здатне краще орієнтуватися в реальності, критично мислити, ухвалювати зважені рішення. Недотримання цих принципів здатне спотворити картину світу, підірвати авторитет медіа і загалом порушити суспільну рівновагу. Журналіст, який нехтує етичними орієнтирами, може стати інструментом маніпуляцій і дезінформації, тоді як журналіст, який їх дотримується, творить основу демократичного розвитку, розбудови громадянського суспільства та підтримки національного діалогу.

Наш проєкт «В епохах часу» демонструє високий рівень креативного підходу до популяризації історичних знань, поєднуючи традиційний телевізійний формат з елементами театралізованих мініатюр, інтерактивних вставок і гумору. Такий формат дозволяє не лише інформувати глядачів, а й захоплювати, емоційно залучати до розуміння складних історичних процесів, що формували людську цивілізацію. Структура проєкту, яка передбачає щотижневі випуски, забезпечує сталість уваги аудиторії, тоді як тематична різноманітність, її широту. Унікальність цього формату полягає в здатності перетворити історію з сухої академічної дисципліни на динамічну, захопливу розповідь, яка не тільки розважає, а й спонукає до мислення, дискусій і самостійного пізнання. Це яскравий приклад того, як телебачення може трансформувати освітній процес у захопливу гру з глядачем, формуючи нову, зацікавлену і мислячу аудиторію.

Правильно визначена цільова аудиторія є запорукою успіху будь-якого телевізійного продукту, і в випадку програми «В епохах часу» цей аспект

реалізовано стратегічно вдало. Спрямованість на молодь та глядачів середнього віку, які цікавляться історією, культурою та інтерактивними форматами, дозволяє забезпечити високий рівень залученості. Поєднання гумору з навчальним контентом створює ідеальні умови для глибокого і ненав'язливого засвоєння знань. Стратегія просування програми, що передбачає постійну взаємодію з глядачами через інтерактиви, голосування, обговорення у соцмережах, дає змогу розширювати охоплення і підвищувати популярність продукту. Таким чином, комунікаційна стратегія є не лише маркетинговим ходом, а справжнім інструментом демократизації контенту, в якому глядачі не просто споживачі, а активні учасники інформаційного процесу.

Формально-змістове наповнення проєкту «В епохах часу» свідчить про глибоку підготовку, структурований підхід до тематики та уважне ставлення до потреб аудиторії. Ідея поєднати пізнавальність з елементами розваги реалізована через добре продуману структуру випусків: від вибору історичних епох до конкретних мініатюр, які дають змогу глядачеві зануритися в атмосферу відповідного періоду. Це не лише формує емоційний зв'язок з контентом, але й забезпечує глибше розуміння історичного контексту. Такий підхід створює унікальну форму подачі матеріалу, де історія оживає на очах глядача, змінюючи його сприйняття традиційного наративу і відкриваючи нові горизонти для медіаосвіти.

Оформлення телевізійного проєкту виступає не менш важливою складовою його успіху, ніж сам зміст. У випадку «В епохах часу» спостерігається грамотне поєднання візуальних, музичних та інтерактивних компонентів, що робить кожен випуск цілісним і динамічним. Чітка структура, інфографіка, картки з фактами, а також музичне оформлення, адаптоване під тематику кожного випуску, створюють ефект повного занурення. Візуальний мінімалізм і водночас яскравість деталей дозволяють глядачеві не перевантажуватися, зберігаючи при цьому інтерес і концентрацію. Це свідчить про розуміння принципів ефективної комунікації: оформлення не повинне

домінувати над змістом, але має його підсилювати, що тут реалізовано на високому рівні.

Використання доступних і водночас функціональних інструментів, таких як Microsoft Word для підготовки сценаріїв, свідчить про практичний підхід до реалізації проєкту. На першому етапі створення телевізійного продукту важливим є не стільки наявність складного технічного арсеналу, скільки чітке розуміння концепції, структури, цілей і методів взаємодії з аудиторією. У цьому контексті технічне забезпечення виступає основою для креативного втілення ідей, а не самоціллю. Такий підхід дозволяє зосередитись на змісті, зберігаючи гнучкість у виробництві та адаптивність до різних форматів і платформ.

У процесі розробки та реалізації телевізійного проєкту «В епохах часу» було створено не лише повноцінну концепцію оригінального телевізійного продукту, але й поглиблено й розширено індивідуальний творчий доробок автора. Проєкт тісно пов’язаний із попередніми роботами, які включали як журналістські матеріали інформаційного та аналітичного характеру, так і публіцистичні форми висвітлення суспільно важливих тем. Завдяки цьому вдалося інтегрувати раніше набуті навички в нову форму телевізійного контенту, який поєднує аналітичність, глибоке опрацювання історичних тем і сучасні підходи до подачі інформації через гумор, візуальні засоби та інтерактив. До портфоліо, яке стало фундаментом для створення проєкту, увійшли попередні журналістські формати, що були спрямовані на інформування, формування критичного мислення й популяризацію знань серед молодіжної аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аліфанов О., Десятник Г. Основи операторської творчості. Теоретичні та історичні аспекти : тексти лекцій. Київ: КНУ, 2016. 126 с.

2. Безручко О., Мануляк А.-Н. Вплив кольору на глядацьку аудиторію інтерактивного телебачення. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв.* Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво. 2019. № 2. С. 208–215.

3. Бойд Е. Ефірна журналістика. Київ: ТОВ Київська типографія, 2007. 429 с.

4. Вайшенберг З. Новинна журналістика: Навчальний посібник. За загал. ред. В.Ф.Іванова. Київ: Академія Української Преси, 2011. 262 с.

5. Венгер І. Ведучий телевізійної програми як особистість: теорія та практика. *Вісник Львів. Ун-ту Серія журн*. 2011. Вип. 34. С. 26–33.

6. Гамоліна Н. О. Ведучий на телебаченні: трансформація образу. Запоріжжя: ЗНУ, 2020. 91 с.

7. Головецький В. Штампи в тележурналістиці. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2007. № 31. С. 210–212.

8. Гоян В. Ведучий телепрограми: Методичні рекомендації. Київ: Медіа, 2002. 183 с.

9. Гоян В. Екранність телевізійної мови як приклад пропорційної взаємодії візуально-вербальних образів телекомунікації. *Стиль і текст*. 2007. Вип. 7. С. 24–32.

10. Грубич К. Комунікаційні телевізійні технології шоу-програм. *Наукові записки Української академії друкарства.* Сер.: Соціальні комунікації. 2015. № 2. С. 40–48.

11. Дзюба Д. Жанровий аспект сучасного телевізійного контенту. Постановка проблеми. *Українське мистецтвознавство: матеріали, дослідження, рецензії.* 2012. Вип. 12. С. 167–173.

12. Дмитровський З. Є. Організація роботи на телебаченні: Тексти лекцій. Львів : Малий видавничий центр факультету журналістики ЛНУ ім. І. Франка, 2020. 98 с.

13. Довженко Б., Тимофіїва Я. Цифрові технології як засіб творення нової екранної реальності. *World science*. 2020. № 4. С. 21–27.

14. Єлісовенко Ю. Техніка екранного мовлення. Київ: Прапор, 2002. 134 с.

15. Кияшко Ю. Комунікаційні аспекти організації відеоряду в сучасному інформаційному телемовленні : дис. … к. н. соц. ком. : 27.00.04. / Класичний приватний університет. Запоріжжя, 2012. 307 с.

16. Коневега П. Різновиди телевізійного монтажу. *Вісник Львівського університету.* Серія: Журналістика. 2007. Вип. 7. С. 130–137.

17. Коханевич О. Особливості візуального сприйняття сучасного телевізійного образу. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2018. № 5. С. 125–128.

18. Коханевич О. Симулятивна природа телевізійного простору. Науковий вісник *Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки*. Філософські науки. 2014. № 16. С. 28–32.

19. Кукуруза Н. В. Майстерність ведучого: Навчальний посібник. Івано-Франківськ, 2010. 176 с.

20. Куляс І., Макаренко О. Ефективне виробництво теленовин: стандарти інформаційного мовлення; професійна етика журналіста-інформаційника. К: МГО Інтерньюз Україна, 2006. 120 с.

21. Куляс І., Макренко О. Ефективність виробництва теленовин: стандарти телевізійного мовлення; професійна етика журналіста-інформаційника. Київ: ХББ, 2006. 122 с.

22. Лісова С. В. Іміджева стратегія ведучої українських телевізійних новин. *International Scientific Journal.* № 3. 2016. URL: https://www.inter-nauka.com/uploads/public/14593515267620.pdf (дата звернення: 23.05.2025)

23. Маргалик В. Імідж ведучого телевізійної програми, його відповідність жанрові й тематиці. *Наукові записки Інституту журналістики.* Київ, 2003. Т.11. С.70-84.

24. Мой Д., Ордольфф М. Телевізійна журналістика: Практична журналістика. К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. 234 с.

25. Нагорна Ю. Візуалізація фактів у телевізійних випусках новин. *Магістерський науковий вісник Тернопільського національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка*. Вип. 34. 2020. С. 33–36.

26. Сербенська О. Ефірне мовлення у взаєминах із усною мовою. *Збірник науково-методичних праць*. Телевізійна й радіожурналістика. 2002. Вип. 4. 193 с.

27. Соколан О. Зображення як інструмент маніпулятивного впливу телебачення. Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого. 2016. Вип. 18. С. 104–107.

28. Шаповал Ю. Г. Телевізійна публіцистика: методологія, методи, майстерність. Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. 233 с.

29. Яковець А. Телевізійна журналістика: теорія і практика. Київ : Вид. Дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 262 с.

ДОДАТОК А

ВЛАСНИЙ ОДИН ВИПУСК

Назва програми: «В епохах часу»

Тема випуску: «Подорож через час: від Стародавнього Єгипту до 20-х років XX століття»

Тривалість: 2 год 30 хв

Жанр матеріалу: Історично-освітньо-розважальний

Авторська група: [вставити імена команди]

Дата виходу в ефір: [дата]

Акт 1. Вступ

№ кадру	Хронометраж	Відеоряд	Аудіоряд	Примітки
1	00:00–00:10	Загальний план студії. Ведучий входить.	Початкова музична тема. Оплески.	Титри: назва програми, ім’я ведучого.
2	00:10–00:26	Стенд-ап ведучого. Анонс теми програми й чотирьох епох.	Ведучий: «Сьогодні ми вирушаємо у подорож...»	Статичний план, глибина кадру.

Акт 2. Стародавній Єгипет

№ кадру	Хронометраж	Відеоряд	Аудіоряд	Примітки
3	00:26–00:41	Ведучі в студії з експертами. Архівні зображення пірамід, гробниць.	Закадровий текст істориків.	Кадри з документальних відео.
4	00:41–00:51	Мініатюра: актори в костюмах будують «піраміду» з коробок, жартівлива муміфікація.	Весела музика, сміх.	Комедійний тон.
5	00:51–00:56	Ведучий зачитує питання глядачів з соцмереж. Показ голосування.	Аудіо реакцій студії.	Візуалізація голосування.

Акт 3. Середньовіччя

№ кадру	Хронометраж	Відеоряд	Аудіоряд	Примітки
6	00:56–01:11	Інтерв'ю з істориком про лицарство, замки.	Закадровий текст, фонова музика.	Архівні середньовічні гравюри.
7	01:11–01:21	Мініатюра: ведучі в образах лицаря та принцеси. Турнір із гумористичними моментами.	Барабани, сміх глядачів.	Костюми, динамічне світло.
8	01:21–01:26	Показ інтерактиву – хто виграв середньовічний турнір.	Ефект фанфар, результати.	Графіка, яка показує переможця.

Акт 4. Ренесанс

№ кадру	Хронометраж	Відеоряд	Аудіоряд	Примітки
9	01:26–01:41	Дискусія про да Вінчі, мистецтво, науку.	Виступи експертів, спокійна класична музика.	Вставки із картинами, цитатами.
10	01:41–01:51	Мініатюра: ведучі намагаються створити шедевр у стилі да Вінчі.	Весела музика, коментарі.	Художні реквізити, фартухи, креатив.
11	01:51–01:56	Голосування за найкращу картину.	Глядацька реакція, фанфари.	Вставка результатів голосування.

Акт 5. 1920-ті роки

№ кадру	Хронометраж	Відеоряд	Аудіоряд	Примітки
12	01:56–02:11	Обговорення культури, музики, моди 20-х років.	Джазова музика, закадрові коментарі.	Чорно-білі фрагменти архівів.
13	02:11–02:21	Мініатюра: показ мод у стилі арт-деко, джаз-батл.	Жива музика, вигуки глядачів.	Сценічне світло, стилізація кадру.
14	02:21–02:26	Голосування глядачів: кращий образ 20-х.	Ефект конфетті, аплодисменти.	Екранна графіка.

Акт 6. Перерва

№ кадру	Хронометраж	Відеоряд	Аудіоряд	Примітки
15	02:26–02:36	Вставки з історичних фактів. Анімація.	Легка інструментальна музика.	Глядачі ставлять питання онлайн.

Акт 7. Висновки та фінал

№ кадру	Хронометраж	Відеоряд	Аудіоряд	Примітки
16	02:36–02:56	Обговорення з експертами: вплив епох на сьогодення.	Інтерв’ю, коментарі, підсумкова музика.	Ведучі ставлять питання глядачам.
17	02:56–03:06	Фінал: ведучі дякують, оголошують переможців інтерактивів.	Завершальна мелодія програми.	Титри, логотип, заставка «В епохах часу».

ДОДАТОК Б

ПОРТФОЛІО

Інтернет-матеріали:

1. Як «бачити» дезінформацію в сучасних реаліях? URL: https://porogy.zp.ua/2024/12/yak-bachyty-dezinformatsiyu-v-suchasnyh-realiyah/

2. Історії успіху відомих людей сучасності URL: https://porogy.zp.ua/2024/12/istoriyi-uspihu-vidomyh-lyudej-suchasnosti/

3. Як покоління альфа змінює правила гри у світі технологій? URL: https://porogy.zp.ua/2024/12/yak-pokolinnya-alfa-zminyuye-pravyla-gry-u-sviti-tehnologij/

4. Що таке соціальне підприємництво і як воно змінює суспільство? URL: https://porogy.zp.ua/2024/12/shho-take-sotsialne-pidpryyemnytstvo-i-yak-vono-zminyuye-suspilstvo/

5. Хто такі покоління z і чого вони прагнуть у житті? URL: https://porogy.zp.ua/2024/12/hto-taki-pokolinnya-z-i-chogo-vony-pragnut-u-zhytti/

6. Чи можна побудувати кар'єру без університетської освіти? URL: https://porogy.zp.ua/2024/12/chy-mozhna-pobuduvaty-kar-yeru-bez-universytetskoyi-osvity/

7. Як міфи впливають на сучасне сприйняття української історії? URL: https://porogy.zp.ua/2024/12/yak-mify-vplyvayut-na-suchasne-spryjnyattya-ukrayinskoyi-istoriyi/

8. Чому важливо підтримувати локальний бізнес у час глобалізації? URL: https://porogy.zp.ua/2024/12/chomu-vazhlyvo-pidtrymuvaty-lokalnyj-biznes-u-chas-globalizatsiyi/

9. Що таке емоційне вигорання і як з ним боротися? URL: https://porogy.zp.ua/2024/12/shho-take-emotsijne-vygorannya-i-yak-z-nym-borotysya/

10. Кар'єра чи родина? Як шукати баланс? URL: https://porogy.zp.ua/2024/12/kar-yera-chy-rodyna-yak-shukaty-balans/

11. Екологічна свідомість: чи готові українці відмовитися від пластику? URL: https://porogy.zp.ua/2024/12/ekologichna-svidomist-chy-gotovi-ukrayintsi-vidmovytysya-vid-plastyku/

12. Технології майбутнього: як штучний інтелект впливає на наше життя? URL: https://porogy.zp.ua/2024/12/tehnologiyi-majbutnogo-yak-shtuchnyj-intelekt-vplyvaye-na-nashe-zhyttya/

13. Роль соціальних мереж у формуванні громадської думки URL: https://porogy.zp.ua/2024/12/rol-sotsialnyh-merezh-u-formuvanni-gromadskoyi-dumky/

14. Які будуть міста майбутнього в Україні? URL: https://porogy.zp.ua/2024/12/yaki-budut-mista-majbutnogo-v-ukrayini/

15. Цікаві та історичні місця в Україні: що варто відвідати? URL: https://porogy.zp.ua/2024/12/32528/

Декларація

академічної доброчесності

здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Таран Мілена Олексіївна, студентка 4 курсу, форми навчання денна, факультету журналістики, спеціальність журналістика, адреса електронної пошти milenakarpiy2001@gmail.com

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Особливості професійної діяльності журналіста-телевізійника» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлена;
- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- 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 11.06.2025 Підпис _____ ____ ПІБ (студент) Таран М. О .

Дата 11.06.2025 Підпис _____ ПІБ (керівник проєкту) Костюк Ю. В.

ABSTRACT

Bachelor's qualification thesis topic: Peculiarities of the professional activity of a television journalist

The volume of the main part of the work: 38 pages.

Number of sources used – 29

The purpose of the work is to develop a concept and an accompanying note for the creative project of one's own television program, in particular, to determine its format, target audience, ethical principles and technical means for creating and promoting the program.

To achieve the goal of the study, we performed the following tasks:

1) To develop a concept for one's own television program, taking into account the requirements for the format and target audience.

2) To analyze the ethical principles of creating television content and their application within the framework of the television program.

3) To determine the professional and personal qualities necessary for presenters and journalists who will work in the program.

4) To evaluate the use of technical and software tools for creating a television program, including editing, video and sound effects.

5) Develop a cover note for a creative project that contains a justification for the concept of the program, features of its promotion and attraction of the target audience.

6) Determine the formal and substantive characteristics of the television program and its design.

7) Prepare a link to the creative work (portfolio) of the journalist developing the program.

The subject of the study is the processes of creating a television program, taking into account ethical principles, professional requirements and the use of technical means for the development and promotion of the program.

The object of the study is a television program as a form of media content, including its concept, target audience, format and technical means used for its creation and distribution.

Formal and substantive characteristics of the project. Development of our own program «In the Epochs of Time», which is a unique television show that combines historical themes with humor, interactivity and in-depth analysis of important stages of human development.

Keywords: journalism, journalist, television presenter, television program