

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Т. А. Рогова

СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ. ТЕЛЕБАЧЕННЯ. ІНФОРМАЦІЙНЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ

Методичні рекомендації до практичних занять
для студентів напряму підготовки «Журналістика»
денної та заочної форм навчання

Затверджено
Вченою радою ЗНУ
Протокол № 9 від 25 квітня 2017 р.

Запоріжжя

2017

УДК : 379.823 : 004.9: 005. 57 (075. 8)

P598

Рогова Т. А. Спеціалізація. Телебачення. Інформаційне телебачення: методичні рекомендації до практичних занять для студентів напряму підготовки «Журналістика» денної та заочної форм навчання / Т. А. Рогова. – Запоріжжя: ЗНУ, 2017. – 46 с.

Методичні рекомендації до практичних занять відтворюють основні принципи роботи представників інформаційних редакцій, розкривають ключові особливості інформаційних жанрів і дифузійні принципи їх поєднання, мають практично-прикладний характер багатоступеневої системи вмінь та навичок, що необхідні студенту під час проходження практик, виконання завдання та подальшого працевлаштування за фахом.

Призначені для студентів денної та заочної форм навчання напряму підготовки «Журналістика».

Рецензент *Романюк Н. В.*, к. філол. н., доц. кафедри видавничої справи та редагування.

Відповідальний за випуск *Любченко Ю. В.*, к. н. соц. ком, доц., зав. кафедри журналістики.

ЗМІСТ

Передмова	5
Розділ 1. Інформація в телевізійній журналістиці. Принципи роботи з інформацією	7
Тема 1. Вступ. Загальна характеристика курсу «Інформаційне телебачення» Контрольні запитання з теми для самоаналізу	7
Тема 2. Інформаційний привід. Види інформаційного приводу та специфіка роботи з ними Контрольні запитання з теми для самоаналізу	9
Тема 3. Система телевізійних жанрів. Дискурс телевізійних жанрів Контрольні запитання з теми для самоаналізу	11
Тема 4. Інформаційні жанри в системі телевізійних жанрів Контрольні запитання з теми для самоаналізу	14
Тема 5. Класичні та нові форми інформаційних жанрів Контрольні запитання з теми для самоаналізу	16
Тема 6. Форми подачі інформації. Відеозамітка. Коментований та некоментований відеоряд. Спіч Контрольні запитання з теми для самоаналізу	18
Розділ 2. Дифузійні процеси інформаційного телебачення	20
Тема 1. Випуски новин на телебаченні. Особливості підготовки Контрольні запитання з теми для самоаналізу	20
Тема 2. Аналітика в інформаційних жанрах. Правила подання Контрольні запитання з теми для самоаналізу	22
Тема 3. Художність в новинах Контрольні запитання з теми для самоаналізу	24

Тема 4. Розважальний контент новин та його трансформація в українське медійне середовище Контрольні запитання з теми для самоаналізу	26
Тести до дисципліни	28
Орієнтовні питання до екзамену	38
Глосарій	40
Рекомендована література	43
Додатки	45

ПЕРЕДМОВА

Інформаційні редакції сьогодні є найбільш численними в будь-якому виді ЗМІ, при чому на них лягає відповідальність не лише в оперативному зборі та обробці інформації, але й у формуванні суспільної думки, патріотичного виховання. Не варто забувати, що світові стандарти щодо ефірних новин постійно змінюються, тому необхідно не лише шукати нові, цікаві форми подачі, але й постійно мати на увазі правила чесності, об'єктивності та неупередженості. Сучасний інформаційний телевізійний журналіст не лише збирає інформацію, він її готує до ефіру та несе відповідальність за контент.

Головною *метою* видання є ознайомлення студентів з історією появи інформаційних телевізійних жанрів, їх трансформацією з газетних та радійних категорій; спорідненими ознаками та різновидами, специфікою визначення жанру певного телевізійного продукту, дифузійною особливістю жанрів особливо у телевізійному просторі. Методичні рекомендації до практичних занять допоможуть у освоєнні принципів створення телевізійного продукту визначеного інформаційного типу, враховуючи його ознаки та специфічність; сприятимуть оволодінню навичками роботи над сучасними жанрами телебачення і проведення аналізу продукту вітчизняних каналів порівняно із закордонним телебаченням на предмет оформлення та існування телевізійних жанрів; допоможуть вільно орієнтуватися в жанровому полі вітчизняних каналів, навчатимуть ґрунтовно аналізувати ключові особливості новітніх жанрів та форматів.

Інформаційне телебачення виступає формотворчою базою для інших груп жанрів, у тому числі і нових. Запропоновані розділи включають теоретичні основи з дискурсу інформаційних жанрів, дифузійних процесів на вітчизняному та регіональному телебаченні, мають практичні основи у створенні різноманітних інформаційних матеріалів в залежності від інформаційного приводу, специфічних умов, редакційної політики телеканалу.

Основними завданнями курсу є формування складної та багатоманітної системи умінь і навичок, пов'язаних із організацією роботи телевиробництва, створення програмного продукту різних інформаційних жанрів. Навчити працювати як над зображенням, так і над аудіорядом у відповідності до обраного жанру; уміти вибудовувати виробничу телевізійну структуру як окремого елемента програми, так і програми в цілому, зважаючи на жанрову категорію.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен *знати*:

- визначення понять «жанр», «телевізійний жанр», «інформаційне телебачення»;
- основні критерії визначення жанрових категорій;
- специфіку виокремлення телевізійних жанрів та процеси дифузії на українському та зарубіжному телебаченні;
- специфіку сучасного ринку новинних телевізійних продуктів України;

– етапи роботи журналіста над телевізійним матеріалом і програмою в цілому;

– принципи взаємодії та співпраці представників різних творчих професій на ТБ у контексті створення відповідного жанру.

За підсумками курсу студенти повинні *уміти*:

– творчо використовувати набуті знання в процесі створення якісних телевізійних матеріалів відповідних жанрів;

– орієнтуватися у завданнях на підготовчому етапі створення телевізійного продукту;

– знаходити підходи для творчої роботи з колегами;

– оформлювати сценарій та синопсис у відповідності обраному жанру,

– працювати з відеоматеріалом з прес-конференцій та брифінгів;

– орієнтуватися в процесі зйомки заходів, наперед продумуючи жанрову особливість майбутнього твору.

Засвоєні теоретичні знання та практичні компетенції допоможуть журналістам не лише професійно подавати інформацію, займатися версткою новинних проектів, редагувати матеріали для ефіру, але і спробувати себе у різних професіях інформаційної редакції та суттєво покращити стартове портфоліо.

При викладенні курсу «Спеціалізація. Телебачення. Інформаційне телебачення» необхідно враховувати його зв'язки з дисциплінами циклу професійної та практичної підготовки, а саме: «Студійний практикум. Комп'ютерні основи професійної підготовки» (комп'ютерні основи роботи з професійними програмами, правильність написання сценаріїв та закадрового тексту), «Технологія створення аудіовізуального продукту» (правильність викладу матеріалу, робота над естетикою візуального ряду), «Телевиробництво» (структура редакції та основні посадові обов'язки працівників редакції), «Теорія і методика журналістської творчості» (основи журналістської жанрології).

Укладач методичних рекомендацій до практичних занять сподівається, що видання сприятиме формуванню багатоманітної системи знань, вмінь і навичок у підготовці сюжетів, репортажів, інтерв'ю та допоможе під час створення дифузійних матеріалів від ідеї до постпродакшину; розкриє творчий пошук нових форм та засобів у створенні авторського контенту.

Розділ 1

Інформація в телевізійній журналістиці. Принципи роботи з інформацією

Тема 1. Вступ. Загальна характеристика курсу «Інформаційне телебачення»

План

1. Мета, предмет та структура курсу. Ознайомлення студентів з ключовими завданнями дисципліни.

2. Техніка безпеки у роботі з відеообладнанням і вимоги правильної експлуатації обладнання та техніки у підготовці майбутніх фахівців; робота з комп'ютерною технікою.

3. Інформаційні жанри: історія та сучасність. Паралелі з інформаційними жанрами інших видів ЗМІ (газета, радіо, інтернет).

Практичне завдання

1. Пройдіть інструктаж із відповідними записами в журналі з техніки безпеки у спеціалізованих аудиторіях навчальної лабораторії телевізійної журналістики.

☞**Зверніть увагу.** Під час практичних занять студенти користуються відеокамерами, штативами, комп'ютерним оснащенням, софітами, мікрофонами, відтак необхідно детально ознайомитися із правилами користування електропристроями для неелектротехнічного персоналу (Інструкція №10). На початку курсу на робочому комп'ютері створюється папка творчої групи, де розміщуються всі підготовлені для перегляду та ефіру матеріали за принципом назви події та авторської групи. Підсумковий варіант має містити частину itog.

2. ~~З~~Занотуйте рекомендовану літературу.

3. Опрацюйте «Класифікатор професій» (за можливістю використовуйте найновіше видання) у статтях, що тематично відповідають роботі в інформаційній редакції, на основі цього створити короткий опис професій та вимог у вигляді таблиці, що висуваються до них.

☞**Зверніть увагу.** Бажано продемонструвати мінімум 5-7 професій із загального списку, звернувши увагу на журналіста, оператора, режисера монтажу, редактора тощо.

Зразок таблиці

№	Назва професії	Основні вимоги щодо освіти	Досвід роботи	Додаткові вміння та навички
---	----------------	----------------------------	---------------	-----------------------------

4. У творчій групі підготувати та представити сценарій промо-матеріалу інформаційної редакції з хронометражем до 2-х хвилин. Після погодження ідеї

та сценарію, студенти разом із викладачем здійснюють зйомку на різних локаціях університету та займаються нелінійним монтажем. Підготовлений матеріал потрапляє до ефірної локальної мережі ЗНУ.

✍️ поняття «промо-матеріал» означає рекламно-інформаційний жанр, що має на меті познайомити глядача з командою та розкрити її найбільш позитивні риси. У рамках роботи з цим жанром творча група може продемонструвати свій слоган чи фірмовий лінгвістичний елемент, колористику та шрифт оформлення написів та повторювати його у інших групових матеріалах.

Перед початком роботи над сценарієм **📖 повторіть** правила оформлення цього документа. На що треба звертати увагу під час підготовки зйомки без визначеного приводу? Як правильно визначати локацію та описувати репліки?

👂 зверніть увагу. Зйомки та монтаж студенти проводять на парі, застосовуючи технічні можливості лабораторії, а після погодження з викладачем експортують готовий матеріал для ефіру. Рекомендується подавати титри у хронологічному порядку у супровідному текстовому документі, а до підсумкової версії відеофайлу додавати ІТОГ.

➔ запам'ятайте. Робота у творчій групі не лише дозволяє імітувати роботу в редакції, максимально наблизивши умови навчання до робочих, але й сприяє формуванню професійних компетенцій і вчить працювати в команді для досягнення спільного позитивного результату.

Література:

1. Гоян В. В. Журналістська творчість на телебаченні : монографія / В. В. Гоян. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. – 319 с.
2. Дмитровський З. Є. Телевізійна журналістика : навч. посібник / З. Є. Дмитровський. – Львів : ПАІС, 2009. – 224 с.
3. Ла Рош В. Вступ до практичної журналістики : навч. посібник / за заг. ред. В. Іванова, А. Коль / В. Ла Рош. – К. : Академія Укр. Преси, 2005. – 411 с.
4. Телевизионная журналистика : учебник / под. ред. Г. В. Кузнецова, В. Л. Цвика, А. Ю. Юровского. – [3-е изд.]. – М. : Высшая школа, 2002. – 225 с.

? Контрольні запитання з теми для самоаналізу

1. Які традиції лягли в основу поділу на телевізійні жанри?
2. Назвіть спільне та відмінне між інформаційними жанрами на телебаченні та в пресі.
3. Які основні професії представлені у новинній редакції?
4. Які дифузійні прояви інформаційних жанрів на телебаченні та в онлайн-ЗМІ вам зустрічалися?
5. Перерахуйте основні правила безпеки під час роботи з відеообладнанням у інформаційній редакції.

Тема 2. Інформаційний привід. Види інформаційного приводу та специфіка роботи з ними

План

1. Інформаційний привід. Основні ознаки та види інформаційного приводу.
 2. Робота з подією, людьми та документами.
 3. Додаткові інформаційні приводи у роботі сучасного тележурналіста.
- Специфіка роботи з інформаційними приводами, що ще не трапились.
4. Календарний принцип підготовки новинних матеріалів.

Практичне завдання

1. ✍ Занотуйте рекомендовану літературу, звертаючи увагу на основні пункти плану.

2. Запропонуйте з випуску новин матеріали, що відповідають різним інформаційним приводам. Проаналізуйте їх форму та наповнення.

➔ **запам'ятайте.** Інформаційний привід може бути подієвим, календарним (подія тільки планується, проте ще не відбулась) або зорієнтованим на людину, тобто журналіста цікавить новина, що пов'язана із конкретною персоною.

📌 **зверніть увагу** Для успішного виконання цього завдання бажано обирати для аналізу актуальний випуск новин, звертаючи увагу на жанрові характеристики, а також тематику та важливість інформаційного приводу, місце в загальній верстці новин.

3. Оберіть спільний інформаційний привід для усіх трьох матеріалів та запишіть матеріали з вітчизняного, російського та міжнародного телеканалів та проаналізуйте. Свої результати аналізу озвучте під час індивідуального опитування.

📁 **визначення.** Інфопривід – не обов'язково якимсь відкриття чи унікальна інформація. Це може бути: нетрадиційний погляд на факти; нове трактування загальновідомих подій; альтернативні думки та судження тощо.

📌 **зверніть увагу** Для якісної підготовки до цього завдання студентів пропонується обрати 3 випуски новин з вітчизняного (враховуючи двох різних власників) та закордонного мовлення, знайти спільний інформаційний привід та проаналізувати те, яким чином він адаптований до ефіру. Під час аналізу дайте відповіді на такі питання:

- Час виходу в ефір (прямий ефір чи запис);
- Жанр, у якому поданий матеріал (сюжет, коментований та некоментований відеоряд, репортаж, пряме включення, телефонне включення тощо);
- Актуальність та важливість інформаційного приводу;
- Власники телекомпанії та відповідна редакційна політика (комунальне, приватне, державне, суспільне ЗМІ);

- Місце у випуску (початок, «гаряча новина», середина, кінець т. з. новина у форматі «собачі вуха»);
- Загальний хронометраж випуску та матеріалу;
- Ключові слова та їх частотність.

▣ **повторіть**, що таке новина у форматі «собачі вуха» та чому важливо закінчувати новинний блок на позитивній ноті?

4. На практичному занятті під час групової дискусії спробуйте сформулювати календарний перелік дат, які є інформаційним приводом матеріалів, що ще не трапились. Які нестандартні способи подачі ви можете запропонувати?

Література:

1. Гоян В. В. Журналістська творчість на телебаченні : монографія / В. В. Гоян. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. – 319 с.
2. Дмитровський З. Є. Телевізійна журналістика : навч. посібник / З. Є. Дмитровський. – Львів : ПАІС, 2009. – 224 с.
3. Кузнецов Г. Так работают журналисты ТВ : учеб. пособие / Г. Кузнецов. – М. : Изд-во Московского университета, 2000. – 224 с.
4. Поздняков Н. Информационная телепередача / Н. Поздняков. – М. : Изд-во МГУ, 1997. – 141 с.
5. Свитич Л. Профессия: журналист : учеб. пособие / Л. Свитич. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 255 с.

? Контрольні запитання з теми для самоаналізу

1. Що таке «інформаційний привід» та які різновиди вам відомі?
2. Який вид роботи (з подією, документами та людьми) викликає найбільші труднощі у журналіста-початківця? Відповідь поясніть.
3. Що вам відомо про циклічність подій для інформаційних матеріалів?
4. Перерахуйте основні моменти підготовки матеріалу про подію, яка ще не трапилася.
5. Які основні події «беруться в обробку» журналістом до їх настання? Ілюструйте відповідь прикладами.

Тема 3. Система телевізійних жанрів. Дискурс телевізійних жанрів

План

1. Специфіка телевізійних жанрів у системі ЗМІ. Система телевізійних жанрів.
2. Основні концепції поділу телевізійних жанрів (Київська та Львівська школи).
3. Нові жанри та особливості їх модернізації у новинні системи.
4. Дискурс телевізійних жанрів.
5. Аналіз устрою інформаційних структур та редакцій телеканалів.
6. Характерні риси інформаційних програм на різних телеканалах.

Практичне завдання

1. ✍ Занотуйте рекомендовану літературу, звертаючи увагу на основні пункти плану.

2. ✍ Впишіть у зошит щонайменше 6 тлумачень поняття «жанр», вказавши автора та назву джерела. Запропонуйте свою власну дефініцію. Роботу студент захищає на парі у форматі рольової гри. Якщо визначення було озвучено раніше, – його заборонено повторювати. На максимальну оцінку претендує студент, який запропонує останнє визначення.

📁 **визначення.** (фр. *genre* – «манера, різновид») – вид творів у галузі якого-небудь мистецтва, який характеризується певними сюжетними та стилістичними ознаками. Крім того, часто виділяють і такі тлумачення, як спосіб що-небудь робити; сукупність прийомів; стиль, манера.

🗨 **зверніть увагу** Рекомендується опрацьовувати не суміжну до соціальних комунікацій та журналістики літературу, а саме з психології, мистецтвознавства, культурології тощо, аби проаналізувати наскільки спільні чи відмінні пропонуються у наукових джерелах. Не забувайте оформлювати згідно зі стандартами «паспорт» визначення.

📖 **теоретичні відомості.** Соціолог М. Субота у дисертаційному дослідженні на предмет репрезентативності регіональних теленовин пропонує нетиповий дефініціарний апарат: «теленовини є жанром, у якому медіареальність найбільш успішно зливається зі «справжньою реальністю». Категорія жанру інтерпретується як особливий тип дискурсу, що відноситься до специфічної соціокультурної діяльності; як певний набір конвенцій між комунікатором і реципієнтом, що дозволяє виробникам новин співвідносити свою продукцію з очікуваннями глядачів і налагоджувати безперервне і ефективне виробництво. Глядачі розпізнають контексти жанру новин та ідентифікують його коди, що безпосередньо пов'язано з дискурсивним обмеженням потенціалу значень, які утворюються при взаємодії з текстами масової комунікації».

Поясніть, що, на вашу думку, є «справжньою реальністю».

3. Оберіть для аналізу інформаційну структуру телеканалу та зробіть комплексний аналіз, звернувши увагу та запропонувавши відповіді на такі питання:

- кількість людей в штаті;
- кількість програм (епізодів) на тиждень;
- наявність підсумкового випуску (**зверніть увагу**, як правильно та повно називається випуск, на час його виходу та загальний хронометраж, форму (прямий ефір чи запис));
- візуальні вирішення в роботі;
- нагороди, скандали, критичні ситуації.

Для успішного виконання цього завдання рекомендується налагодити зв'язок із редакцією, за можливістю відвідати її чи провести експертне інтерв'ю (телефоном, засобами соціальних мереж, персонально) з її представниками. Для підтвердження факту налагодженого контакту запропонуйте скрін сторінки переписки чи аудіо, відеофайл.

✍️ поняття «візуальне вирішення» охоплює колористику оформлення заставок, перебивок, титрів, «плажок», а також специфічні моменти зйомки (прихована камера, телевізійний кран, стедікам, екшн-камера тощо), монтажу.

Роботу студент презентує на практичному занятті у вигляді презентації у програмі PowerPoint. **📖 повторіть** основні вимоги до створення ефективної презентації.

4. У творчій групі підготуйте та продемонструйте сценарій інформаційного матеріалу з визначеним святковим приводом, хронометражем до 4-х хвилин. Після погодження ідеї та сценарію, студенти разом із викладачем здійснюють зйомку на різних локаціях університету та займаються нелінійним монтажем у межах спеціалізованих аудиторій навчальної лабораторії телевізійної журналістики. Підготовлений матеріал потрапляє до ефіру локальної мережі ЗНУ після групового обговорення якості та перевірки технічних показників (відповідна секвенція, відеоряд, продубльовані звукові канали тощо).

➡️ запам'ятайте. Під час роботи над сценарієм творча група детально прописує локації у межах студентського містечка ЗНУ та орієнтується на час проведення занять.

Література:

1. Алекберова А. А. Понятие и система телевизионных жанров / А. А. Алекберова // Современная филология: материалы междунар. заоч. науч. конф. (г. Уфа, апрель 2011 г.). – Уфа: Лето, 2011. – С. 230–234.
2. Гоян В. В. Журналістська творчість на телебаченні : монографія / В. В. Гоян. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. – 319 с.
3. Дмитровський З. Є. Телевізійна журналістика : навч. посібник / З. Є. Дмитровський. – Львів : ПАІС, 2009. – 224 с.

4. Саруханов В. Албука телевидення : учеб. пособие / В. Саруханов. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 223 с.

5. Субота М. М. Репрезентація соціальної реальності у текстах масової комунікації: автореф. дис... канд. соціол. наук: 22.00.04 / М. М. Субота ; Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна. – Харків, 2008. – 20 с.

6. Телевизионная журналистика : учебник / под. ред. Г. В. Кузнецова, В. Л. Цвика, А. Ю. Юровского. – [3-е изд.]. – М. : Высшая школа, 2002. – 225 с.

? Контрольні запитання з теми для самоаналізу

1. Що таке «система телевізійних жанрів»? Яким чином виділяються окремі різновиди в групі?

2. У чому принципова різниця поділу на жанри між представниками Львівської та Київської наукових шкіл?

3. Як ви розумієте поняття «нові жанри»? Відповідь проілюструйте прикладами.

4. Які відділи та штатні одиниці працюють в інформаційній редакції телеканалу?

5. У чому полягають основні розбіжності кадрової політики вітчизняних телеканалів?





Тема 4. Інформаційні жанри в системі телевізійних жанрів

План


1. Основні інформаційні жанри тележурналістики. Спільні та відмінні риси з газетною та радієюною журналістикою.
2. Сюжет. Основні види сюжету.
3. Базові складники новинного сюжету. Стенд-ап та синхрон.
4. Звіт. Види звіту. Причини непопулярності інформаційного жанру.
5. Репортаж. Види репортажу за тематичними (проблемний, подієвий, актуальний) та технічними (прямий, в записі) ознаками.

Практичне завдання

1. ✍ Занотуйте рекомендовану літературу, особливу увагу приділивши ключовим дефініціям теми, основним класифікаціям вітчизняних та зарубіжних дослідників, зокрема, що стосуються сюжету, звіту та репортажу.


Під час підготовки до індивідуального опитування студентам рекомендується  **прочитати** наукову публікацію Головецький В. Трансформація стенд-апу на українському телебаченні / В. Головецький // Теле- та радіожурналістика. – 2010. – Вип. 9. – Ч. 1. – С. 157–163 та обрати для себе найбільш вдалий різновид для подальшої реалізації. Додаткові відомості про структуру інформаційного сюжету та специфіку роботи кореспондента на місці подій можна отримати, опрацювавши статтю Мелешіної О. «Специфика работы корреспондента информационных программ телевидения» (доступна для  безкоштовного  користування  за посиланням: [//cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-raboty-korrespondenta-informatsionnyh-programm-televideniya](http://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-raboty-korrespondenta-informatsionnyh-programm-televideniya)).

2. Напередодні практичного заняття рекомендується переглянути випуск регіональних новин державного чи муніципального телеканалу та знайти у загальній верстці матеріали, що жанрово відповідають звіту. У чому їх ключова особливість? Які схожі риси ви помітили?

 **визначення** звіту досить широке, традиційно ним позначають деталізоване, розширене повідомлення про збори, засідання, зустрічі, наради, мітинги тощо. Цей вид інформаційного жанру був доволі характерний для тоталітарної журналістики, оскільки тодішня влада вважала за необхідне повідомляти про численні партійні з'їзди. Сьогодні цей вид жанру допомагає журналістам цікавіше, оригінальніше, винахідливіше повідомляти про різноманітні заходи.

Поясніть. Чого сленгова друга назва звіту «паркетний сюжет»?

3. У формі групової дискусії складіть основний список рекомендацій щодо запису та подачі синхрону. Зокрема, зверніть увагу на заборону «виривання слів із контексту» та те, яким чином можна поєднувати фрагменти за участю одного та різних мовців.

 **запам'ятайте.** Групова дискусія – це специфічна форма обміну думками, яка передбачає розширення базового інформаційного пакету та має на

меті здійснити обмін думками, знаннями, навичками; інноваційно-інтелектуальна навчальна методика проходить у доброзичливій толерантній формі.

4. Запишіть та продемонструйте стенд-ап із завершеною драматургією.

Завдання студент презентує на парі під час групової дискусії.

Зверніть увагу. Матеріал має бути повністю підготовлений до ефіру з технічного боку (продубльовані звукові канали, за потребою здійснена корекція кольору тощо).

Основні рекомендації до запису вдалого стенд-апу та принципи оцінювання ви знайдете у Додатку 1.

Література:

1. Вакурова Н. Типология жанров современной экранной продукции / Н. Вакурова, Л. Московкин. – М. : Издательство Московского университета, 1998. – 62 с.

2. Гаврилов, К. Как делать сюжет новостей и стать медиатором / К. Гаврилов. – СПб. : Амфора. ТИД Амфора, 2007. – 299 с.

3. Дмитровський З. Є. Телевізійна журналістика : навч. посібник / З. Є. Дмитровський. – Львів : ПАІС, 2009. – 224 с.

4. Ла Рош В. Вступ до практичної журналістики : навч. посібник / за заг. ред. В. Іванова, А. Коль / В. Ла Рош. – К. : Академія Укр. Преси, 2005. – 411 с.

5. Князев А. Основы тележурналистики и телерепортажа / А. Князев. – Бишкек : КРСУ, 2001. – 160 с.

6. Кузнецов Г. Так работают журналисты ТВ : учеб. пособие / Г. Кузнецов. – М. : Изд-во Московского университета, 2000. – 224 с.

7. Поздняков Н. Информационная телепередача / Н. Поздняков. – М. : Изд-во МГУ, 1997. – 141 с.

8. Яковець А. Телевізійна журналістика: теорія і практика : підручник / А. Яковець. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007 – 240 с. – Бібліогр.: с. 235–239.

? Контрольні запитання з теми для самоаналізу

1. Перерахуйте основні інформаційні жанри та форми.

2. Які основні моменти під час підготовки сюжету беруться до уваги?

Яка роль у процесі журналіста, оператора, режисера монтажу?

3. Основні правила запису синхрону та стенд-апу. Чого має уникати журналіст у своїй роботі?

4. Які види звіту вам відомі?

5. Перерахуйте та дайте коротку характеристику основним видам репортажу.


Тема 5. Класичні та нові форми інформаційних жанрів

План


1. Традиційні класифікації та новітні підходи в інформаційних жанрах.
2. Аналіз сучасних трансформаційно-інтеграційних тенденцій у новинній журналістиці.
3. Принципи роботи на сучасних телеканалах «Make sense» та «Make story».
4. Правила цитування в інформаційних сюжетах.

Практичне завдання

1. На основі законспектованих відомостей зі списку рекомендованої літератури візьміть участь у груповому обговоренні на тему «Традиційні класифікації та новітні підходи в інформаційних жанрах».

 **поняття** трансформаційно-інтеграційних тенденцій варто розглянути з лінгвістичного боку (знайти детальне тлумачення та переклад складових слів), а також із соціологічного, політичного та з боку соціальних комунікацій.

Під час підготовки до дискусії, зверніть увагу на наукові позиції вітчизняних та зарубіжних дослідників, а також матеріали з результатами моніторингу, що можна знайти за посиланням telekritika.ua.

 **запам'ятайте.** На сьогодні в Україні існує два наукових підходи до класифікації телевізійних жанрів – Київська (В. Гоян, О. Гресько, Н. Симоніна та ін.) та Львівська (В. Бабенко, В. Лизанчук та ін.) школи.


2. Поясніть американський поділ жанрів на «news» та «no news». Як ви розумієте розподіл на «soft news» та «hard news»? Наведіть приклади з ефіру загальнонаціональних телекомпаній. Який канал одним із перших почав впроваджувати у практику логічне поєднання матеріалів в ефірі, використовуючи американські принципи?

Подумайте, які засоби збільшення рейтингу не в рамках ефіру може використовувати редакція?

теоретичні відомості

1 січня 2017 р. канал «Студія 1+1» представив документальний фільм «ТСН. 20 років», у якому розповідав про всі ключові етапи роботи редакції, складні часи та роль журналіста у підготовці різноманітних матеріалів. Крім того, через місяць було відкрито нетиповий документально-інформаційний перформанс. Експозиція «Музей новин» розміститься в головному виставковому просторі країни «Мистецькому Арсеналі» на площі 3400 кв. м. Проект розповідав про те, як створюються новини, як вони змінюють життя своїх героїв, познайомить з внутрішньою кухнею телевиробництва, представляв понад 100 унікальних експонатів новітньої історії України, а також голограму в людський зріст і рейтинг головних новин країни.

Унікальним експонатом стало 3D-зображення Алли Мазур. Ведуча ТСН кілька годин поспіль брала участь у спеціальній зйомці, щоб із 2 по 26 березня 2017 р. її голограма щодня могла розповідати відвідувачам найцікавіші факти

про телевиробництво. Така віртуальна ростова проекція не має аналогів в Україні. Щоб отримати більше інформації про унікальні новинки арт-перформансу,  **прочитайте** повний матеріал за посиланням <https://tsn.ua/ukrayina/10-prichin-vidvidati-muzey-novin-888045.html>.

3. Продемонструйте принципи «Make sense» та «Make story» на матеріалах вітчизняних телеканалів.

Подумайте, який із запропонованих принципів можна використати під час підготовки індивідуального практичного завдання.

Література:

1. Почкай Е. Выразительные средства телевидения и радио : учеб. пособие / Е. Почкай. – СПб. : Азбука, 2000. – 104 с.

2. Саруханов В. Азбука телевидения : учеб. пособие / В. Саруханов. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 223 с.

3. Демченко В. Д. Нові формотворчі аспекти телевізійних новин з двома ведучими / В. Д. Демченко. // Теле- та радіожурналістика. – 2011. – Вип. 10. – С. 70–73.

4. Джексон М. Снимаем программу / М. Джексон // Журналист. – 1995 – № 11. – С. 37–45.

5. Засурский Я. Телерадиоэфир: История и современность / Я. Засурский – М. : Аспект Пресс, 2005. – 239 с.

6. Захарченко А. П. Виникнення та розвиток медіа-мистецтв у системі масової комунікації : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунік. : спец. 27.00.01 «теорія та історія соціальних комунікацій» / А. П. Захарченко. – К., 2008. – 16 с.

? Контрольні запитання з теми для самоаналізу

1. Що вам відомо про нові підходи у форматуванні новинних випусків?

2. Поясніть та проілюструйте термін «трансформаційно-інтеграційні тенденції».

3. У чому полягає ключова відмінність між принципами роботи на сучасних телеканалах «Make sense» та «Make story»? Наведіть приклади.

4. Які правила цитування в інформаційних матеріалах вам відомі?

5. Який механізм створення «підводки» до синхрону?

Тема 6. Інформаційні форми подачі інформації. Відеозамітка. Коментований та некоментований відеоряд. Спіч

План

1. Поняття про інформаційну форму подачі матеріалу. Особливості висвітлення тем з продовженням.
2. Бекграунд історії. Принципи роботи з бекграундом.
3. Відеозамітка та її різновиди (за В. Цвіком).
4. Коментований відеоряд. Основні тенденції його підготовки. Принципи роботи з некоментованим відеорядом. Причини подачі некоментованого відеоряду в ефірі.
5. Спіч ведучого. Різновиди спічів. Робота журналіста та ведучого у підготовці спічу.

Практичне завдання

1. ✍ Занотуйте рекомендовану літературу та на основі отриманих знань візьміть участь у індивідуальному опитуванні.

Поясніть. У чому різниця «відеозамітки» (за В. Цвіком) та «сюжетом»?

2. Подумайте та запропонуйте бекграунд до власного індивідуального матеріалу та опишіть способи його зйомки.

↪ **запам'ятайте.** Бекграунд служить не лише способом інтерпретації теми, але і максимально звужує проблему до її конкретного сприйняття глядачами через історію чи людину. Ви можете обрати, як конкретну людину з її показовою історією, так і показати хронологічні зміни суспільного явища з прогнозами, дати цитування з відповідних документів засобами анімування екранного зображення.

3. Візьміть участь у груповій дискусії «Традиційні та нетипові варіанти подачі коментованого та некоментованого відеоряду», попередньо опрацювавши запропоновану літературу. Основні тези та висновки зафіксуйте у вигляді таблиці.

4. 📖 **Прочитайте** матеріал Терновая А. И. Подводка как векторный аспект работы телеведущих информационно-развлекательного типа вещания / А. И. Терновая, Т. А. Роговая // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. – 2015. – № 3. – С. 71–76 та поясніть основні різновиди між підводкою та спічем. Що сьогодні рекомендується використовувати для традиційного новинного блоку?

5. ✍ **Попрацюйте** над написанням тексту підводки ведучого до вашого практичного індивідуального завдання. Який стиль ви оберете та чому?

📖 **повторіть**, що таке «підводка» та «спіч».

Література:

1. Борецкий Р. Журналист ТВ: за кадром и в кадре / Р. Борецкий, Г. Кузнецов. – М. : Искусство, 1990. – 152 с.
2. Вакурова Н. Типология жанров современной экранной продукции / Н. Вакурова., Л. Московкин. – М. : Издательство Московского университета, 1998. – 62 с.
3. Гоян В. В. Журналістська творчість на телебаченні : монографія / В. В. Гоян. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. – 319 с.
4. Дмитровський З. Є. Телевізійна журналістика : навч. посібник / З. Є. Дмитровський. – Львів : ПАІС, 2009. – 224 с.
5. 4. Ла Рош В. Вступ до практичної журналістики : навч. посібник / за заг. ред. В. Іванова, А. Коль / В. Ла Рош. – К. : Академія Укр. Преси, 2005. – 411 с.
5. Князев А. Основы тележурналистики и телерепортажа / А. Князев. – Бишкек : КРСУ, 2001. – 160 с.
6. Цвик В. Л. Телевизионная журналистика: история, теория, практика : учеб. пособие / В. Л. Цвик. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 382 с.
7. Яковець А. Телевізійна журналістика: теорія і практика : підручник / А. Яковець. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007 – 240 с. – Бібліогр.: с. 235–239.

? Контрольні запитання з теми для самоаналізу

1. Поясніть, у чому полягає інформаційна концепція подачі матеріалу.
2. Що таке «бекграунд історії»? Які правила роботи з ним вам відомі?
3. Назвіть основні жанрові різновиди відеозамітки.
4. Перерахуйте основні позиції, що поєднують підготовку коментованого та некоментованого відеоряду.
5. Що таке «спіч ведучого»? Які методи і засоби для його створення та запису ви знаєте?

Розділ 2

Дифузійні процеси інформаційного телебачення

Тема 1. Випуски новин на телебаченні. Особливості підготовки

План

1. Новини на телебаченні та основні принципи їх підготовки.
2. Поняття про загальний та внутрішній хронометраж.
3. Особливості подачі реклами в новинних блоках.
4. Програмна сітка новин.
5. Підсумкові новини та телебаченні.
6. Дикторська форма подачі новин.
7. Візуальна складова новин.
8. Правила верстки матеріалів для новин.
9. Гість у студії.
10. Прямі включення. Телефонні включення. Включення засобами відеозв'язку.
11. Гіпервізуальне подання новин.

Практичне завдання

1. ✍ Занотуйте рекомендовану літературу з ключових питань плану.
2. Запропонуйте детально розписану верстку новинного блоку обраного телеканалу та представте її на занятті. Спробуйте порівняти системи подачі та компонування матеріалів на різних телеканалах. Для успішного виконання завдання зверніться до Додатку 2.

3. Запропонуйте власний варіант верстки студентських новин для локальної мережі з нововведенням постійних рубрик.

➔ **запам'ятайте.** Верстка може бути не лише змістовою (матеріали формуються за важливістю, значущістю), але і блоковою (рубрикаційною).

4. Знайдіть та продемонструйте приклади із загальнонаціональних телеканалів використання відкритої, прихованої реклами чи product placement. Записи продемонструйте на парі під час індивідуального опитування.

Для якісної підготовки до цього завдання рекомендується ознайомитися із науковими роботами та **📖 прочитати** Чудовська-Кандиба І. А. Соціокультурні виміри рекламних практик / І. А. Чудовська-Кандиба. – К. : К.І.С., 2010 – 446с. та Фадеев П Product Placement под грифом «секретно» / П. Фадеев // PR в России. – №5 (69). – 2006. – С. 6-7.

📖 **теоретичні відомості.** Дослідник Г. Почепцов зазначає: «Тільки з 2011 р. Британія дозволила product placement на своєму телебаченні, оскільки він становить 5% від загальної суми реклами, то для Британії йдеться про 150 мільйонів фунтів на рік. Але Королівство вводить досить суворі обмеження. Наприклад, неможливо таким чином рекламувати продукти, що містять сіль чи цукор. Як наслідок, не можна буде побачити гамбургер з Макдональдса в руках у героїв, хоча він може рекламуватися до, всередині чи після шоу. Правила

мають деякі сюрпризи. Телевізійники повинні попереджувати глядачів, що програми мають product placement шляхом розміщення відповідного логотипу, який з'явиться на три секунду на початку і в кінці програми».

Поміркуйте: чи можуть бути апробовані правила маркування телевізійного ефіру на прикладі Великобританії в Україні? Які позитивні та негативні моменти законодавчого регулювання заборони реклами в Україні в рамках новин?

5. Під час індивідуального опитування дайте визначення поняттям «прямі включення», «телефонні включення», «включення засобами відеозв'язку». Поясніть, коли вони мають місце та з якими жанровими різновидами взаємодіють?

6. Запропонуйте визначення з різних джерел поняття «гіпервізуальність новин». На основі опрацьованого матеріалу виведіть власне тлумачення.

Література:

1. Пенчук І. Л. Регіональне телебачення і радіомовлення у контексті формування національної свідомості молоді : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.01.08 «журналістика» / І. Л. Пенчук. – К., 2003. – 19 с.

2. Поздняков Н. Информационная телепередача / Н. Поздняков. – М. : Искусство, 1998. – 158 с.

3. Почепцов Г. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації / Г. Почепцов. – К. : Спадщина, 2012. – 461 с.

4. Телевизионные рейтинги: как избежать самообмана // Broadcasting. – 2004. – № 8. – С. 78–80.

5. Федорив Т. Искусство делать новости / Т. Федорив // Бизнес. – 2004. – 14 ноября. – С. 67–69.

6. Шостак М. Журналисти его произведение / М. Шостак. – М. : РИП-холдинг, 1998. – 280 с.

? Контрольні запитання з теми для самоаналізу

1. Які принципи підготовки новинного випуску вам відомі? Дайте коротку характеристику кожного з них.

2. Що таке «візуальна складова новин»? Які вимоги до неї висуваються операторам та режисерам монтажу?

3. Що таке «верстка новин»? Які базові правила вам відомі?

4. Перерахуйте основні моменти під час роботи, коли гість завітав до новинної студії.

5. Як ви розумієте «гіпервізуальне подання новин»? Відповідь проілюструйте.

Тема 2. Аналітика в інформаційних жанрах. Правила подання

План

1. Аналітика та інформація: шляхи поєднання.
2. Аналітичні жанри на телебаченні.
3. Робота з коментарем та матеріалами прес-конференцій.
4. Огляд та види огляду в новинах.
5. Аналітична спеціалізація.
6. Правила подачі аналітики в новинній кореспонденції.
7. Робота з інфографікою.
8. Вплив аналітики на загальний рейтинг новинної програми.

Практичне завдання

1. ✎ Занотуйте рекомендовану літературу, особливу увагу приділіть ключовим дефініціям, підходам у виявленні аналітичних жанрів на телебаченні.

2. Проаналізуйте один з оглядів на українському телебаченні.

➔ **запам'ятайте.** Огляд – специфічний жанр для радянських ЗМІ, проте і сьогодні часто використовується, особливо муніципальними та державними телемовниками. Редакції загальнонаціональних телеканалів пропонують огляд преси або огляд кіноновинок, подій, які плануються найближчим часом.

3. Створіть власний огляд та продемонструйте відеороботу для обговорення на практичному занятті.

📌 **зверніть увагу** для якісної підготовки до цього завдання рекомендується використовувати різні види огляду, а не базуватися виключно на інформаційному. Напередодні перегляньте ранкові випуски телепрограм та зверніть увагу на те, як ведучі використовують цей жанр.

Подумайте над тим, чого огляд преси найчастіше застосовувався в ранкових телевізійних ефірах саме у четвер?

📖 **теоретичні відомості** Ранкові інформаційні випуски насичені життєвими повідомленнями. У цей час їм приділяють значно більше уваги, ніж увечері. Цікавинки подаються наприкінці програми, маючи найрізноманітніший стиль викладу.

Порівняно з вечірніми випусками ранкові менш офіційні та стримані, містять більше розважальної інформації, у тому числі, за рахунок нетипової подачі, у них намагаються обмежити кількість або й уникнути шокуючих повідомлень (якщо такі подаються, то у супроводі якомога нейтральнішого відео без жахливих подробиць), і лише тоді, коли цього вимагають редакційна політика каналу та принципи оперативності і неупередженості.

➔ **запам'ятайте.** Новинна кореспонденція завжди характеризується використанням інфографіки і синхронів експертів з прогнозами та оцінками. Найчастіше має місце у підсумкових випусках новин, зокрема «Факти тижня 100 хвилин», «ТСН. Тиждень», «Подробиці тижня». Загальний хронометраж не має перевищувати 7 хвилин.

Література:

1. Борецкий Р. Журналист ТВ: за кадром и в кадре / Р. Борецкий, Г. Кузнецов. – М. : Искусство, 1990. – 152 с.
2. Вакурова Н. Типология жанров современной экранной продукции / Н. Вакурова., Л. Московкин. – М. : Издательство Московского университета, 1998. – 62 с.
3. Гоян В. В. Журналістська творчість на телебаченні : монографія / В. В. Гоян. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. – 319 с.
4. Дмитровський З. Є. Телевізійна журналістика : навч. посібник / З. Є. Дмитровський. – Львів : ПАІС, 2009. – 224 с.
5. Ла Рош В. Вступ до практичної журналістики : навч. посібник / за заг. ред. В. Іванова, А. Коль / В. Ла Рош. – К. : Академія Укр. Преси, 2005. – 411 с.

? Контрольні запитання з теми для самоаналізу

1. Дайте визначення поняттям «аналітика» та «аналітичні жанри».
2. Яким чином аналітичні матеріали апробуються в новинному сегменті?
3. Що таке інфографіка? Назвіть дослідника, який вперше в Україні запропонував таке тлумачення.
4. Які основні види огляду вам відомі?
5. Перерахуйте основні правила адаптації матеріалу в інформаційний жанр, що відзнятий у рамках прес-конференції.

Тема 3. Художність в новинах

План

1. Поняття «художність», «режисерський задум».
2. Режисерські підходи в новинних блоках. Симультанність зображення та звуку.
3. Принципи використання музики в новинах.
4. Перспективи використання художності в новинах. Принцип «7 С і 1Г».
5. Вплив художності на загальний рейтинг новинної програми.

Практичне завдання

1. ✎ Занотуйте рекомендовану літературу, давши повні відповіді на кожен пункт плану.

📖 **теоретичні відомості.** Ще у 2004 р. заступник головного редактора ТСН Т. Федорів у кандидатській дисертації вказувала: «найпоширеніші жанри, що їх використовують у програмах теленовин. Це – усне повідомлення (у телевізійних новинах – також коротке відеоповідомлення), телевізійний репортаж, відеозвіт, телевізійне інтерв'ю, розслідування, телеестюд (замальовка)».

Поясніть, яким чином відбувається дифузія художньо-документального жанру з інформаційною платформою?


2. Здійсніть запис новинних матеріалів трьох різних жанрів, де використовується музика. Продемонструйте з флеш-носіїв фрагменти та візьміть участь у індивідуальному опитуванні на парі, спробувавши обґрунтувати доцільність такого художнього прийому. Нотатки зафіксуйте в зошит.

3. Наочно продемонструйте використання принципу «7 С і 1Г» (☞ **зверніть увагу.** У деяких наукових джерелах описуються принципи 6 С чи 5 С).

Для успішного виконання цього завдання рекомендується 📖 **прочитати** та законспектувати основні позиції статті Набруско В. Аматорство національного масштабу, або Деякі штрихи державної інформаційної політики / В. Набруско // День. – 2011. – С. 19, знайти у новинному блоці загальнонаціонального чи регіонального мовника подібні матеріали та представити їх на парі.

Поміркуйте, які з технологій можуть бути апробовані під час роботи над індивідуальним практичним завданням? Що буде доречним для студентської аудиторії?

4. Застосовуючи відео про певні країни та популярні туристичні місця, що є в мережі, принципи художності та реальний інформаційний привід про визначену територію, – створіть матеріал, який би поєднував нестандартні режисерські пошуки та класичну роботу в інформаційній редакції. Під час групової дискусії на парі презентуйте роботу.

 **повторіть**, що таке «замальовка» та «телеєтюд». Які спільні та відмінні риси з іншими видами ЗМІ ви можете назвати?

Література:

1. Засурский Я. Телерадиоэфир: История и современность / Я. Засурский – М. : Аспект Пресс, 2005. – 239 с.
2. Федорив Т. Искусство делать новости / Т. Федорив // Бизнес. – 2004. – 14 ноября. – С. 67–69.
3. Федорів Т.В. Телевізійні новини в політичній комунікації України: жанрова типологія, технологія виробництва, взаємодія з аудиторією: автореф. дис... канд. філол. наук: 10.01.08 «журналістика» / Т. В. Федорів ; Київський національний університет ім. Т. Шевченка. Інститут журналістики. – К., 2004. – 18 с.
4. Ширман Р. Телевізійна режисура. Майстер–клас / Р. Ширман. – К. : ЗАТ «Телерадіокур'єр», 2004. – 200 с.
5. Шостак М. Журналист и его произведение / М. Шостак. – М. : РИП-холдинг, 1998. – 280 с.

? Контрольні запитання з теми для самоаналізу

1. Що таке «художність у новинах»?
2. Які з загальнонаціональних телеканалів найчастіше використовують художність у подачі інформаційного контенту?
3. Поясніть технологію «7 С та 1 Г».
4. За яких умов дозволено в новинах використовувати музику?
5. Як ви розумієте «симультанність зображення та звуку»?

Тема 4. Розважальний контент новин та його трансформація в українське медійне середовище

План

1. Розважальний контент. Інфотеймент, інтертеймент, ед'ютеймент.
2. Західна тенденція верстки та наповнення інформаційних матеріалів. Часовий принцип розваг на телебаченні.
3. Гумор у новинах. Методика використання розважальних елементів.
4. Позиція журналіста, ведучого та режисера у комбінації гумористичних сюжетів. Робота з жартівливими приводами.
5. Вплив розваг на загальний рейтинг програмного продукту.

Практичне завдання

1. ✎ Занотуйте рекомендовану літературу, звернувши увагу на ключові дефініції, озвучені в плані, а також на систему верстки (змістову і блокову), запропоновану Т. Федорів. Яким чином поєднувати гумористичні приводи?
2. Наочно продемонструйте використання гумору, інфотейменту та ед'ютейменту на матеріалах вітчизняних телеканалів.

📖 **теоретичні відомості** Кінець 70-х рр. – початок 80-х рр. ХХ ст., коли результати соціологічних досліджень у США показали, що суспільство стомилося від серйозної інформації, котра лише посилює напругу у житті, рейтинги інформаційних програм почали падати. Медіа почали шукати нові форми подачі інформації, які могли б, з одного боку, подолати тривожний стан людини перед великою кількістю нової інформації, а з іншого, дали б змогу журналістиці стати для аудиторії орієнтиром у житті, що швидко змінюється. Такою новою формою став інфотеймент. Цей термін, що походить від англійських слів «information» («інформація») та «entertainment» («розвага»), означає принцип подачі матеріалу: інформуючи, розважай; розважаючи, інформуй.

Подумайте, що більш повно характеризує інфотеймент: «інформуючи, розважай чи розважаючи, інформуй»? Відповідь обґрунтуйте.

Для отримання додаткових теоретичних знань 📖 **прочитайте** Симоніна Н. Новітні жанри української тележурналістики: розвиток інфотейменту [Електронний ресурс] / Н. Симоніна. – К., 2012. – Режим доступу: http://journ.univ.kiev.ua/trk/publikacii/symonina_publ.Php.

📖 **повторіть**, які перші телевізійні програми загальнонаціональних мовників ви можете віднести до жанру інфотейменту.

3. На базі музичного кліпу створіть інформаційний сюжет з використанням інфотейменту чи ед'ютейменту загальним хронометражем не більше 1 хв. 30 сек.

🗨 **зверніть увагу**. Для успішного виконання цього завдання студенту рекомендується обрати музичну композицію українською мовою, під час монтажу сформулювати 2–3 синхрони, попередньо записати закадровий текст та

використовуючи відеоряд лише музичного продукту, представити варіацію інформаційного матеріалу. Використання додаткового відеоряду – заборонено.

Література:

1. Бирбом М. Хозяин ток-шоу / М. Бирбом // Спутник-ТВ. – 2005. – №7. – С. 26–28.
2. Григораш Д. Журналістика у термінах і виразах / Д. Григораш. – Львів : Вища школа, 1974. – 76 с.
3. Демченко В. Д. Нові формотворчі аспекти телевізійних новин з двома ведучими / В. Д. Демченко. // Теле- та радіожурналістика. – 2011. – Вип. 10. – С. 70–73.
4. Джексон М. Снимаем программу / М. Джексон // Журналист. – 1995 – № 11. – С. 37–45.
5. Федорів Т.В. Телевізійні новини в політичній комунікації України: жанрова типологія, технологія виробництва, взаємодія з аудиторією: автореф. дис... канд. філол. наук: 10.01.08 «журналістика» / Т. В. Федорів ; Київський національний університет ім. Т. Шевченка. Інститут журналістики. – К., 2004. – 18 с.

? Контрольні запитання з теми для самоаналізу

1. Дайте визначення поняттю «інфотеймент».
2. Яким чином принципи ед'ютейменту можуть проявлятися в новинному блоці?
3. Що вам відомо про апробацію гумористичних моментів в рамках новинного блоку?
4. Від чого (кого) залежить рівень гумору в інформаційному матеріалі? Відповідь обґрунтуйте.
5. Які розважальні елементи в інформаційних жанрах вам відомі?

ТЕСТИ ДО ДИСЦИПЛІНИ

1. Поділ на телевізійні жанри має у своїй основі...

- А) літературні традиції;
- Б) історичні традиції;
- В) традиції театру Давньої Греції.

2. Спільне для всіх телевізійних жанрів є:

- А) рід, вид, форма;
- Б) рід, вид, зміст;
- В) спільного немає нічого.

3. Які наукові школи України досліджували телевізійні інформаційні жанри?

- А) Харківська;
- Б) лише Київська;
- В) Київська та Львівська.

4. Які з науковців української наукової школи досліджували телевізійні новинні жанри?

- А) А. Тертичний, В. Бабенко, О. Гоян;
- Б) В. Гоян, В. Бабенко, І. Пенчук;
- В) В. Різун, З. Дмитровський, В. Іванов.

5. Назвіть кількість груп телевізійних жанрів.

- А) 3;
- Б) 4;
- В) 6.

6. Яка додаткова група жанрів має місце в телевізійному дискурсі, на відмінну від преси?

- А) розважальні;
- Б) інформаційно-розважальні;
- В) публіцистичні.

7. Які журналістські традиції використовує українська практика поділу на телевізійні жанри?

- А) французьку;
- Б) британську;
- В) американську та європейську.

8. Назвіть країну, в якій поділи на жанри визначаються за такою схемою: news та no news.

- А) Великобританія;
- Б) Канада;
- В) Сполучені штати Америки.

9. Поділ на жанри в українському телевізійному полі почав відбуватися в...

- А) в 50–60 рр. минулого століття;
- Б) лише у 80-ті рр. минулого століття;
- В) початок 2000-х рр.

10. Поділ жанрів на групи відбувається згідно з законами:

- А) логіки;
- Б) мистецтва;
- В) філософії.

11. Коли почалася поява та адаптація розважальних жанрів телебачення в український контент?

- А) початок 90-х рр.;
- Б) відбувається і сьогодні;
- В) 2000-ті рр.

12. Найчастіше особливості телевізійних жанрів українського телевізійного простору запозичені з...

- А) Сполучених штатів Америки;
- Б) Австралії;
- В) Росії.

13. Назвіть основні жанри телевізійної новинарної журналістики США.

- А) американські телеканали подають новини незалежно від жанру;
- Б) news: soft news and hard news.
- В) репортаж, сюжет, пряме включення.

14. У чому особливості поділу на жанри?

- А) тематика, хронометраж;
- Б) час виходу, тематика;
- В) наявність ведучого в студії.

15. Сучасний процес модернізації жанрів телевізійної журналістики визначається науковим поняттям

- А) дифузія жанрів;
- Б) перехід жанрів;
- В) трансформація жанрів.

16. Взаємопроникнення різних жанрів та категорій в площину одного телевізійного матеріалу має назву:

- А) перехід жанрів один в інший;
- Б) видозміна жанрової системи;
- В) дифузія жанрів.

17. Взаємопроникнення розважального контенту в інформаційні жанри має назву

- А) інтертеймент;
- Б) інфотеймент;
- В) дифузія жанрів.

18. Серед найяскравіших прикладів інфотейменту в українській телевізійній практиці можна вважати такі проекти, як:

- А) виключно «ТСН. Особливе»;
- Б) «Неймовірні історії кохання з Лілією Ребрик»;
- В) «Світське життя з Катериною Осадчою», «Неймовірна правда про зірок».

19. Який телевізійний канал України вперше почав застосовувати практику інфотейменту у власних каналах, подвійно називаючи сюжети новин?

- А) СТБ;
- Б) ТСН;
- В) Інтер;
- Г) Перший національний.

20. Інтертеймент в телевізійних програмах проявляється засобами... (можливі два варіанти правильної відповіді)

- А) називання сюжетів;
- Б) використання гумористичної манери подачі;
- В) обов'язковою наявністю стенд-апу;
- Г) залученням дітей до історії.

21. Які особливості відеоряду притаманні інтертейменту?

- А) динамічність зміни кадрів;
- Б) актуальний інформаційний привід;
- В) наявність інфографіки.

22. Яким чином інфотеймент може реалізовуватися в новинних телевізійних матеріалах?

- А) наявність стенд-апу із завершеною драматургією;
- Б) наявність яскравих фінальних та початкових титрів;
- В) наявність «перебивок».

23. Яка оптимальна кількість жанрових різновидів в рамках одного телевізійного матеріалу з визначеним інформаційним приводом?

- А) 2;
- Б) 4;
- В) до 6, але не більше.

24. Назвіть другу назву розважальної групи телевізійних жанрів.

- А) нові жанри;
- Б) напівнові жанри;
- В) вечірні жанри.

25. Яка з запропонованих назв є правильною для групи телевізійних жанрів, що відповідає газетному типу: «художньо-публіцистичні»?

- А) публіцистичні;
- Б) художні;
- В) документальні;
- Г) художньо-документальні.

26. Які з запропонованих груп жанрів не існує в практиці українського телебачення?

- А) інформаційних;
- Б) аналітичних;
- В) прозових;
- Г) нових.

27. Прояв дискурсу телевізійних жанрів представлений в основному в проектах...

- А) інформаційної тематики;
- Б) журналістських розслідуваннях;
- В) розважальних проектах.

28. Під час планування телевізійного випуску новин, на що звертають увагу випускаючі редактори?

- А) на одяг ведучої;
- Б) на підбір відповідних жанрів;
- В) на інформаційні приводи.

29. Які з запропонованих жанрів не всі є інформаційними?

- А) звіт, рецензія, нарис;
- Б) коментований та не коментований відеоряд;
- В) звіт, інтерв'ю, спіч.

30. У яких випадках найчастіше застосовується коментований відеоряд?

- А) коли у журналіста на місці подій немає змоги начитати відеоряд;
- Б) коли бракує часу підготувати якісний матеріал;
- В) коли подія сталася безпосередньо перед початком випуску новин і немає додаткових подробиць інформаційного приводу.

31. Хто начитує коментований відеоряд?

- А) журналіст у ньюзрумі;
- Б) ведучий/журналіст в кадрі;
- В) у кого є вільний час в редакції під час ефіру.

32. Який випадок є найбільш актуальним для видачі в ефір не коментованого відеоряду?

- А) коли відео з інтершумом самостійно говорить про подію;
- Б) коли у ведучого немає часу його коментувати;
- В) коли зйомка здійснена з мобільного телефону чи планшета.

33. Яка особливість є характерною для інформаційної групи жанрів?

- А) наявність інформаційного приводу;
- Б) наявність синхрону чи коментаря експерта;
- В) наявність інтершуму;
- Г) наявність динамічного відеоряду.

34. Який з інформаційних жанрів є найчастіше вживаним в рамках новинного випуску українських каналів?

- А) репортаж;
- Б) сюжет;
- В) коментований відеоряд.

35. Назвіть телевізійний відповідник газетної замітки.

- А) сюжет;
- Б) репортаж;
- В) подієвий репортаж.

36. Яка з ключових особливостей підготовки телевізійного репортажу?

- А) наявність стенд-апу;
- Б) наявність більше 5-ти синхронів, що записані на місці події;
- В) наявність інтершуму.

37. Які додаткові елементи телевізійного репортажу можуть мати місце в рамках новинного випуску?

- А) запис журналіста в студії;
- Б) відео звернення до громадськості;
- В) інтершум та лайв.

38. Найчастіше в рамках російських випусків новин використовується...

- А) сюжет;
- Б) репортаж;
- В) коментований відеоряд.

39. Який з жанрів має передавати глядачу максимальний ефект присутності?

- А) подієвий репортаж;
- Б) некоментований відеоряд;
- В) сюжет.

40. Найчастіше для показу масштабної ситуації телевізійні журналісти використовують прийом:

- А) маски;
- Б) історії в історії;
- В) інфографіки;
- Г) коментування експертів.

41. Передісторія події в телевізійній журналістиці називається

- А) бекграунд події;
- Б) ньюзрум;
- В) відбивка;
- Г) перебивка.

42. Яка інша назва телевізійного звіту?

- А) «паркетний сюжет»;
- Б) нудний сюжет;
- В) нецікавий сюжет;
- Г) урядовий сюжет.

43. Найтиповішим інформаційним приводом для інформаційного звіту може служити:

- А) підвищення цін на продукти та послуги;
- Б) немає відповідних приводів;
- В) засідання органів влади;
- Г) зустріч виборців з кандидатами.

44. Які канали найчастіше використовують звіт у верстці новин?

- А) загальнодержавні;
- Б) регіональні комерційні;
- В) суспільні;
- Г) регіональні державні та муніципальні;
- Д) це типовий жанр для всіх видів каналів.

45. Який елемент з запропонованих нижче є найбільш доречним для кореспонденції?

- А) інфографіка;
- Б) коментар експерта в галузі;
- В) стенд-ап;
- Г) інтершум.

46. Найчастіше аналітика в рамках телевізійного матеріалу проявляється через:

- А) використання аналізу;
- Б) використання цифр;
- В) дублювання графічних цифр відповідним аудіорядом.

47. Для того, щоб збільшити рейтинг аналітичного матеріалу в новинах, журналіст завжди має дотримуватися:

- А) правил пунктуації;
- Б) інформаційної актуальності приводу;
- В) правилу дублювання цифр аудіорядом;
- Г) правил зйомок загального плану.

48. Найчастіше огляд на українському телебаченні представлений...

- А) оглядом преси;
- Б) оглядом показників валютних ринків;
- В) оглядом тижнів моди;
- Г) оглядом портретів ведучих.

49. Огляд преси найчастіше зустрічається в рамках таких телевізійних проектів, як:

- А) новини;
- Б) підсумкові новини за тиждень;
- В) ранкові шоу;
- Г) авторські гумористичні шоу.

50. Який з аналітичних жанрів є менш популярним серед інших на загальнонаціональних каналах України?

- А) звіт;
- Б) огляд;
- В) рецензія.

51. Найчастіше телевізійна рецензія представляється в рамках тематичних програм. Назвіть ці програми.

- А) музичні;
- Б) музично-драматичні;
- В) підсумковий випуск новин за тиждень;

Г) присвячені театру.

52. Найчастіше окремі аналітичні матеріали зустрічаються в ...

- А) щоденних новинах;
- Б) підсумкових новинах;
- В) програмах-рейтингах.

53. Який інформаційний жанр покладено в технологію створення бесіди?

- А) сюжет;
- Б) інтерв'ю;
- В) спіч.

54. У чому принципова різниця між телевізійною бесідою та інтерв'ю?

- А) в розмові питання може ставити будь-який учасник проекту;
- Б) бесіда довша, ніж інтерв'ю;
- В) бесіда завжди вимагає окремої програми у телевізійній сітці мовлення, а інтерв'ю може бути в контексті бесіди.

55. Якою мінімальною кількістю камер можна здійснити зйомку прес-конференції?

- А) 1;
- Б) 2;
- В) 3.

56. Під час зйомки прес-конференції яким принципом має користуватись організатор для розміщення операторів?

- А) принципом першого за чергою;
- Б) принципом совісті;
- В) принципом зонування приміщення;
- Г) принципом популярності та рейтингу редакцій.

57. Яке технічне правило найчастіше застосовує оператор для зйомки інтерв'ю на дві камери?

- А) «перехрестя»;
- Б) «статика та динаміка»;
- В) «вісімки».

58. В яких жанрах найчастіше реалізовується матеріал з прес-конференції?

- А) сюжет, звіт, репортаж;
- Б) огляд та рецензія;
- В) звіт та інтерв'ю.

59. Яку назву має документ, у якому вказуються організаційні особливості зйомок, монтажу?

- А) сценарій;
- Б) сценарна заявка;
- В) синопсис.

60. Як називається документ, в якому містяться усі відомості щодо пілотної версії проекту (епізоду) із зазначенням місця та часу зйомки, дійовими ролями персонажів?

- А) синопсис;
- Б) сценарна заявка;
- В) розлогий сценарій.

61. Назвіть найтипівіші жанрові різновиди інтерв'ю.

- А) актуальне, проблемне, портретне;
- Б) актуальне, інформаційне;
- В) студійне та позастудійне.

62. В якій специфічній формі телевізійного матеріалу реалізовується інтерв'ю?

- А) синхрон;
- Б) коментар;
- В) стенд-ап;
- Г) титр.

63. Назвіть найтипівіші різновиди репортажу.

- А) проблемний та актуальний;
- Б) подієвий, проблемний;
- В) прямий, подієвий, проблемний.

64. У чому особливість прямого репортажу?

- А) обов'язковий стенд-ап та декілька синхронів;
- Б) репортаж відбувається в прямому ефірі;
- В) усі знімальні локації розташовані на відкритому просторі.

65. Який з перерахованих жанрів є найбільш складним з технічного боку підготовки?

- А) пряма трансляція через декілька камер;
- Б) подієвий репортаж;
- В) портретний нарис;
- Г) замальовка.

66. Для якого з жанрів характерне використання документальної хроніки?

- А) звіт;
- Б) рецензія;
- В) замальовка;
- Г) портретний нарис.

67. Проявом якої специфічної телевізійної форми можна вважати документальну хроніку та архівне відео?

- А) інтертеймент;
- Б) інфортеймент;
- В) дифузія жанрів.

68. Які тематичні приводи недоречні для впровадження інфотейменту в рамках телевізійних новинних матеріалів?

- А) розважальні;
- Б) подробиці з особистого життя публічних особистостей;
- В) комерційні;
- Г) політичні;
- Д) політичні патогенного характеру.

69. Назвіть країну, телевізійні репортажі якої найчастіше завершуються стенд-апом, що відзнятий на загальному плані з перерахуванням усіх журналістів та операторів, задіяних при підготовці матеріалу.

- А) Україна;
- Б) США;
- В) Великобританія;
- Г) Росія.

70. Яка країна вважається лідером за кількістю проданих телевізійних проектів на Канському аукціоні форматів?

- А) США;
- Б) Британія;
- В) Україна;
- Г) Нідерланди.

71. Яка тематика найчастіше дозволяє використовувати прями включення?

- А) спортивна;
- Б) політична;
- В) гостра соціальна;
- Г) проблеми в ефірній сітці мовлення.

72. Які політичні події найчастіше транслюються у прямому ефірі?

- А) вибори Президента та депутатів Верховної Ради;
- Б) інавгурація Президента;
- В) прес-конференції Президента;
- Г) прес-конференції та брифінги Прем'єр-міністра.

73. Яка з запропонованих назв може адаптуватися до терміну «програма в програмі»?

- А) рубрика;
- Б) відбивка;
- В) перебивка;
- Г) шапка.

74. Процес компоювання в рамках одного епізоду (випуску) різних за жанрами матеріалів називається...

- А) макетування;
- Б) розсинхронювання;
- В) верстка;
- Г) трактова репетиція.

75. Найчастіше аналітичний огляд тематично поєднується з таким інформаційним жанром, як...

- А) коментар;
- Б) спіч/виступ;
- В) рецензія;
- Г) сюжет.

76. Ранкові програми сміливо можна віднести до якого з типів мовлення?

- А) розважальне;
- Б) інформаційно-розважальне;
- В) аналітичне;
- Г) подієве;
- Д) активне.

ОРІЄНТОВНІ ПИТАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ

1. Інформаційні жанри: історія та сучасність. Паралелі з інформаційними жанрами інших видів ЗМІ (газета, радіо, інтернет).
2. Інформаційний привід. Основні ознаки та види інформаційного приводу.
3. Робота з подією, людьми та документами.
4. Додаткові інформаційні приводи у роботі сучасного тележурналіста. Специфіка роботи з інформаційними приводами, що ще не трапились.
5. Календарний принцип підготовки новинних матеріалів.
6. Специфіка телевізійних жанрів у системі ЗМІ. Система телевізійних жанрів.
7. Основні концепції поділу телевізійних жанрів (Київська та Львівська школи).
8. Нові жанри та особливості їх модернізації у новинні системи.
9. Дискурс телевізійних жанрів.
10. Аналіз устрою інформаційних структур та редакцій телеканалів.
11. Характерні риси інформаційних програм на різних телеканалах.
12. Основні інформаційні жанри тележурналістики. Спільні та відмінні риси з газетною та радією журналістикою.
13. Сюжет. Основні види сюжету.
14. Базові складники новинного сюжету. Стенд-ап та синхрон.
15. Звіт. Види звіту. Причини непопулярності інформаційного жанру.
16. Репортаж. Види репортажу за тематичними (проблемний, подієвий, актуальний) та технічними (прямий, в записі) ознаками.
17. Традиційні класифікації та новітні підходи в інформаційних жанрах.
18. Аналіз сучасних трансформаційно-інтеграційних тенденцій у новинній журналістиці.
19. Принципи роботи на сучасних телеканалах «Make sense» та «Make story».
20. Правила цитування в інформаційних сюжетах.
21. Поняття про інформаційну форму подачі матеріалу. Особливості висвітлення тем з продовженням.
22. Бекграунд історії. Принципи роботи з бекграундом.
23. Відеозамітка та її різновиди (за В. Цвіком).
24. Коментований відеоряд. Основні тенденції його підготовки. Принципи роботи з некоментованим відеорядом. Причини подачі некоментованого відеоряду в ефірі.
25. Спіч ведучого. Різновиди спічів. Робота журналіста та ведучого у підготовці спічу.
26. Новини на телебаченні та основні принципи їх підготовки.
27. Поняття про загальний та внутрішній хронометраж.
28. Особливості подачі реклами в новинних блоках.
29. Програмна сітка новин.

30. Підсумкові новини та телебаченні.
31. Дикторська форма подачі новин.
32. Візуальна складова новин.
33. Правила верстки матеріалів для новин.
34. Гість у студії.
35. Прямі включення. Телефонні включення. Включення засобами відеозв'язку.
36. Гіпервізуальне подання новин.
37. Аналітика та інформація: шляхи поєднання.
38. Аналітичні жанри на телебаченні.
39. Робота з коментарем та матеріалами прес-конференцій.
40. Огляд та види огляду в новинах.
41. Аналітична спеціалізація.
42. Правила подачі аналітики в новинній кореспонденції.
43. Робота з інфографікою.
44. Вплив аналітики на загальний рейтинг новинної програми.
45. Поняття «художність», «режисерський задум».
46. Режисерські підходи в новинних блоках. Симультанність зображення та звуку.
47. Принципи використання музики в новинах.
48. Перспективи використання художності в новинах. Принцип «7 С і 1Г».
49. Вплив художності на загальний рейтинг новинної програми.
50. Розважальний контент. Інфотеймент, інтертеймент, ед'ютеймент.
51. Західна тенденція верстки та наповнення інформаційних матеріалів. Часовий принцип розваг на телебаченні.
52. Гумор у новинах. Методика використання розважальних елементів.
53. Позиція журналіста, ведучого та режисера у комбінації гумористичних сюжетів. Робота з жартівливими приводами.
54. Вплив розваг на загальний рейтинг програмного продукту.

ГЛОСАРІЙ

Аналітика (грец. *ἀναλυτικά* – мистецтво аналізу) – основа інтелектуальної, логіко-мисленнєвої діяльності, спрямованої на рішення практичних завдань. На телебаченні А. називають фактологічний набір, що супроводжує події, демонстрація причин та наслідків, сукупність аналітичних методів та підходів у підготовці матеріалу. Найчастіше проявляється у вигляді інфографіки та під застосування методу порівняння і прогнозування.

Бекграунд історії (події) (англ. *back* – зворотній, *ground* – земля) – передісторія події, специфічна форма подачі інформаційного матеріалу через його причини, або через історію героя, що безпосередньо має відношення до цього. У сфері PR Б. І. називають інформаційний матеріал, який надає певні відомості про діяльність компанії, виступає доповненням до прес-релізу.

Ведучий – рольова спеціалізація на телебаченні; професія, яка поєднує у собі майстерність вести розмову, подавати тексти підводок, робити висновки, впевнено триматися у кадрі під час запису чи прямого ефіру. На сьогодні в Україні фахову освіту за цим напрямом можна отримати у 6 ВИШах. Ведучий поступово «імігрував» з дикторської школи, взявши за основу грамотний підхід у подачі інформації та діловий зовнішній вигляд. Визначають такі спеціалізації ведучий, модератор, шоумен.

Верстка (англ. «порядок денний») – контекст, в якому відбувається передача повідомлення, встановлює термінологію, за допомогою якої згадують про подію, і обмежує рівень обговорення події. Телевізійна верстка більш «агресивна» щодо аудиторії, ніж, наприклад, газетна. У програмі новин верстка – лінійна, одна тема змінює іншу, й уникнути її неможливо іншим способом, як вимкнути телевізор. Дж. Р. Фанкхаузер і Е. Шоу (1990 р.) виокремили мікроверстку і макроверстку: перша стосується можливості ЗМК впливати на свідомість реципієнтів, акцентуючи на змісті своїх повідомлень, другу вони визначають так: «електронні медіа можуть забарвлювати, викривлювати і навіть руйнувати погляд на цілий культурний світ, припасовуючи картинку цього світу до потреб медіа».

Гумор (лат. *humor* – волога, рідина) – різновид комічного, відображення смішного в життєвих явищах і людських характерах, що знаходить втілення в телевізійних матеріалах. Художній засіб не заперечує об'єкта висміювання і цим відрізняється від сатири, для якої характерне цілковите заперечення й різке осміяння зображуваного. Добродушний гумор піддає осміянню здебільшого часткові недоліки загалом позитивних явищ, окремі смішні риси в характері людини, суспільних подіях. В інформаційних сюжетах проявляється у вигляді закадрового сміху, застосування додаткового відеоряду, інтерпретації комічної ситуації тощо.

Ед'ютеймент (англ. *education* – освіта, *intertainment* – розваги) – освітня технологія, яка полягає у навчанні через гру. На телебаченні знаходить місце у вигляді графічного пояснення «бігунком» незрозумілих термінів, показу технології виготовлення чогось, опис механізмів отримання бажаного.

Найчастіше має місце у розважальному контенті, проте в новинних матеріалах представляється у вигляді пояснення механізмів, застосування інфографіки.

Жанр (фр. genre – «манера, різновид») – вид творів у галузі якого-небудь мистецтва, який характеризується певними сюжетними та стилістичними ознаками. Крім того, часто виділяють спосіб що-небудь робити; сукупність прийомів; стиль, манера. На телебаченні під Ж. розуміють матеріал, що має стійкі видові та формотворчі ознаки, притаманні окремій групі. На сьогодні існує два підходи у виділенні груп жанрів, перший з яких вказує на те, що існує три види – інформаційні, аналітичні, художньо-документальні. Інший додає нові, або розважальні жанри.

Інтертеймент (англ. entertainment – розваги) – термін на позначення сукупного розважального контенту на телебаченні, у тому числі і в новинних блоках, що проявляється у вигляді гумористичної, часом суб'єктивної подачі, музичного супроводу (мелодія та звуки), анімованого графічного відеоряду, підбору кольорів в оформленні тощо.

Інфографіка – це візуальне подання інформації, знань, даних. Під цим терміном розуміють будь-яке поєднання графіки і тексту, від класичного варіанта, коли текст супроводжується пояснюючими малюнками, до новаторського, де на перший план виходить графіка, а текст має вже менше значення. Знаходить втілення не лише в онлайн-ЗМІ, але і на телебаченні у різних за жанром матеріалах. Виділяють статичну та анімовану І.

Інформаційний привід – сукупність характеристик і ознак певної події, факту, які роблять їх суспільно важливими, помітними, привертають увагу громадськості й примушують ЗМІ, у тому числі телекомпанію, готувати матеріали про цю подію чи факт. І. П. у ЗМІ базується на принципах пріоритетності та привабливості теми для загальної аудиторії; неординарності та сенсаційності події; новизні фактів; актуальності, релевантності.

Інформаційний сюжет – це телевізійний аналог газетної замітки; актуальний матеріал із визначеним інформаційним приводом, що відповідає на запитання «Що? Де? Коли?», за хронометражем не перевищує 1,5 хвилини та не дає жодних прогнозів. Найчастіше містить синхрони чи люфти, інколи супроводжується стенд-апом.

Інфотеймент (англ. infotainment – information – інформація + entertainment – розваги) – метод поєднання розважального контенту в інформаційні матеріали. Найчастіше появу цього жанру ототожнюють з появою ранкового шоу «Доброго ранку, Америка» у 80-х рр. характерним для І. є застосування музичного супроводу, архівної відео чи фотохроніки, прискорений темпоритм подачі, «вирвані» слова з контексту синхронів, відсутність подієвого нового, спеціально відзнятого відеоряду.

Коментований відеоряд – інформаційний жанр подачі термінового матеріалу в новинному блоці, який найчастіше начитує ведучий (рідше журналіст). К. В. присвячений вагомій події, але через брак часу до ефіру журналісти не встигають підготувати повноцінний матеріал. Інколи

застосовується для урізноманітнення верстки між двома аналогічними за жанрами матеріалами.

Люфт (нім. luft – повітря) – термін, який використовують на телебаченні для опису фрагменту дійсності, що відзняла камера під час події та потрапляє у матеріал під час монтажу (фрагмент виконання пісні, оригінальне відео зі звуком з акції тощо). Синонімом до цього поняття є лайф або флай (характерний для прямого ефіру). 2. – вільний простір (місце) в кадрі або в загальній верстці програми.

Новинний блок – програма телекомпанії, що має визначене місце в загальній сітці мовлення, супроводжується роботою ведучого (ведучих), інколи гостей в студії та складається з інформаційних матеріалів, заставок, «відбивок». Виділяють Н. Б. щоденний та підсумковий (тижневий). Найчастіше транслюється у прямому ефірі.

Огляд – аналітичний жанр журналістики, на ТБ. проявляється у вигляді оглядів преси, онлайн-матеріалів у рамках ранкових ефірів, або ж у вигляді матеріалу про події та новинки у кінематографі, мистецтві.

Репортаж (лат. reporto – передавати) – інформаційний жанровий різновид в ЗМІ, що детально описує подію, викликає «ефект присутності та залучення», на ТБ. обов'язково містить стенд-ап та низку синхронів. Виділяють Р. прямий та у записі. За хронометражем не має перевищувати 6 хвилин та обов'язково спиратися на інформаційний привід.

Синопис (гр. – опис) – збірка матеріалів, фактологічної основи для створення розширеного варіанту сценарію конкретного епізоду програми. Найчастіше С. виступає базовим творчим завданням під час випробувального терміну на посаду журналіста, режисера в телекомпанію.

Синхрон – це фрагмент інтерв'ю учасника, очевидця чи організатора події, який знаходить місце в інформаційному сюжеті. За правилами має містити завершену фразу, не перевищувати хронометраж у 20–30 секунд. За можливістю записується одним дублем, традиційно на середньому плані, аби в подальшому під час монтажу уникнути «склеювання».

Стенд-ап (англ. stand-up – стояти, стійка) – поява журналіста в кадрі на місці подій чи в умовах, що тематично наближають до інформаційного приводу, якщо немає змоги здійснити запис безпосередньо на території інформаційного приводу. С. дозволяє посилити «ефект присутності», створити логічний місток між частинами матеріалу, налаштувати на нову сюжетну лінію чи повідомити глядача про певні факти. Найбільш професійним різновидом С. називають «обіграний», або із завершеною драматургією.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Борецкий Р. Журналист ТВ: за кадром и в кадре / Р. Борецкий., Г. Кузнецов. – М. : Искусство, 1990. – 152 с.
2. Вакурова Н. Типология жанров современной экранной продукции / Н. Вакурова., Л. Московкин. – М. : Издательство Московского университета, 1998. – 62 с.
3. Гоян В. В. Журналістська творчість на телебаченні : монографія / В. В. Гоян. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. – 319 с.
4. Дмитровський З. Є. Телевізійна журналістика : навч. посібник / З. Є. Дмитровський. – Львів : ПАІС, 2009. – 224 с.
5. Ла Рош В. Вступ до практичної журналістики : навч. посібник / за заг. ред. В. Іванова, А. Коль / В. Ла Рош. – К. : Академія Укр. Преси, 2005. – 411 с.
6. Князев А. Основы тележурналистики и телерепортажа / А. Князев. – Бишкек : КРСУ, 2001. – 160 с.
7. Кузнецов Г. Так работают журналисты ТВ : учеб. пособие / Г. Кузнецов. – М. : Изд-во Московского университета, 2000. – 224 с.
8. Поздняков Н. Информационная телепередача / Н. Поздняков. – М. : Изд-во МГУ, 1997. – 141 с.
9. Свитич Л. Профессия: журналист : учеб. пособие / Л. Свитич. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 255 с.
10. Яковець А. Телевізійна журналістика: теорія і практика : підручник / А. Яковець. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007 – 240 с. – Бібліогр.: с. 235–239.

Додаткова:

1. Алекберова А. А. Понятие и система телевизионных жанров / А. А. Алекберова // Современная филология: материалы междунар. заоч. науч. конф. (г. Уфа, апрель 2011 г.). – Уфа: Лето, 2011. – С. 230–234.
2. Бирбом М. Хозяин ток-шоу / М. Бирбом // Спутник-ТВ. – 2005. – №7. – С. 26–28.
3. Григораш Д. Журналістика у термінах і виразах / Д. Григораш. – Львів: Вища школа, 1974. – 76 с.
4. Демченко В. Д. Нові формотворчі аспекти телевізійних новин з двома ведучими / В. Д. Демченко. // Теле- та радіожурналістика. – 2011. – Вип. 10. – С. 70–73.
5. Джексон М. Снимаем программу / М. Джексон // Журналист. – 1995 – № 11. – С. 37–45.
6. Засурский Я. Телерадиоэфир: История и современность / Я. Засурский – М. : Аспект Пресс, 2005. – 239 с.
7. Захарченко А. П. Виникнення та розвиток медіа-мистецтв у системі

масової комунікації : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунік. : спец. 27.00.01 «теорія та історія соціальних комунікацій» / А. П. Захарченко. – К., 2008. – 16 с.

8. Кузнецов Г. Журналист на экране / Г. Кузнецов. – М. : Аспект Пресс, 1985. – 186 с.

9. Пенчук І. Л. Регіональне телебачення і радіомовлення у контексті формування національної свідомості молоді : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.01.08 «журналістика» / І. Л. Пенчук. – К., 2003. – 19 с.

10. Телевизионная журналистика : учебник / под. ред. Г. В. Кузнецова, В. Л. Цвика, А. Ю. Юровского. – [3-е изд.]. – М. : Высшая школа, 2002. – 225 с.

11. Телевизионные рейтинги: как избежать самообмана // Broadcasting. – 2004. – № 8. – С. 78–80.

12. Федорив Т. Искусство делать новости / Т. Федорив // Бизнес. – 2004. – 14 ноября. – С. 67–69.

13. Фінклер Ю. Інформаційне поле України як чинник провалля між владою та соціумом / Ю. Фінклер // Інформація. Комунікація. Суспільство : Матеріали І Міжнародної наукової конференції / Національний університет «Львівська політехніка». – Львів : Вид-во НУЛП, 2012. – С. 138–140.

14. Ширман Р. Телевізійна режисура. Майстер-клас / Р. Ширман. – К. : ЗАТ «Телерадіокур'єр», 2004. – 200 с.

Інформаційні ресурси

1. Довженко О. Програми, які думають, що вони аналітичні. – [Електронний ресурс] / О. Довженко // Телекритика. – Режим доступу: <http://osvita.telekritika.ua/material/1365>. – Назва з екрану.

2. Зливков В. Українське телебачення і криза національної ідентичності. – [Електронний ресурс]. / В. Зливков. – Режим доступу: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=6&n=28&c=424>. – Назва з екрану.

3. Остапа С. Оксана Соколова: «Принципово не дивлюсь ні Шустера, ні Кисельова». – [Електронний ресурс] / С. Остапа. // Телекритика. – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/lyudi/2010-06-06/53453> (06. 06. 06. 2010). – Назва з екрану.

4. Томак М. «Барьер» для ток-шоу. Особенности украинской адаптации американских форматов. – [Електронний ресурс] / М. Томак // День. – Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/ru/article/media/barer-dlya-tok-shou>. – Назва з екрану.

ДОДАТКИ

Додаток 1. Рекомендації та поради до підготовки і запису стенд-апу

1. Не пишіть текст до прибуття на місце події, проте подумайте наперед, як можна «обіграти» інформаційний привід.
2. Якщо під час запису вам необхідно мати «вільні руки», – використовуйте петличку замість традиційного мікрофону.
3. Оберіть вдалу локацію. Запис стенд-апу на адресному плані – допустимий, але це не творчий варіант.
4. Якщо є змога – здійсніть репетицію, адже ваша поява в кадрі, навіть у прямому ефірі, має бути максимально наближеною до бездоганної.
5. Встановіть контакт з оператором, разом підберіть вдалих план та точку зйомки.
6. Використовуйте зрозумілі, поширені слова та метафори. Не думайте, що Ви розумніші за глядача.
7. Уникайте запису авторського прийому у головному уборі. Виключення складають медичні та харчові установи.
8. Якщо немає змоги зняти окуляри, то працюйте в них, проте використання сонцезахисних аксесуарів заборонено.
9. Намагайтеся «обіграти» ситуацію, стати її учасником, а не лише спостерігачем. Класичний приклад, коли ви робите матеріал про футбольні змагання, то в перерві записуєте стенд-ап, набиваючи м'яч на полі або стоячи у воротах.
10. Удосконалюйте свій творчий екранний почерк, дивіться за реалізацією стенда-пів вітчизняними та зарубіжними колегами.
11. Наперед думайте, яке місце у верстці сюжету, репортажу чи з нарису матиме стенд-ап – початкове, середнє у вигляді містку чи фінальне. За потреби перерахуйте усіх авторів матеріалу.
12. Намагайтеся з кожної виїзної зйомки повертатися зі стенд-апом. Згодом він може стати вашим фірмовим професійним елементом.
13. Пам'ятайте, під час монтажу цей структурний елемент може поєднуватися лише із закадровим текстом чи рідше лайфом. Поєднання зі синхронном чи іншим стенд-апом категорично заборонено.
14. Прийнятий хронометраж – до 20 сек., проте, якщо вимагає режисерський задум і є визначена драматургія, він може бути збільшений до 35–40 сек.
15. Уникайте словосполучень на підтвердження теперішнього часу, якщо ви працюєте не у прямому ефірі. Не варто вживати «за мою спиною ви можете побачити», «ми бачили на власні очі».

Додаток 2. Основні композиційно-змістові компоненти верстки інформаційних програм

Для зручності виконання завдання щодо розпису детальної верстки студентам рекомендується використовувати табличну форму. Загальний хронометраж вписується із вказівкою хвилин та секунд, починаючи з появи першого компонента (00:00 – 00: 10). Якщо елементи повторюються, вони мають бути зазначені у повному обсязі у хронологічному порядку. У примітках варто уточнити (достатньо поставити знаки «+» та «-»), чи мав місце композиційно-змістовий компонент, вказати його назву та специфічні умови ефіру (анімований відеоряд, музичний супровід, поліекранність, гіпервізуальність тощо).

	Композиційно-змістовий компонент	Загальний хронометраж	Примітки
.	Заставка		
.	Анонс		
.	Підводка ведучого		
.	Сюжет		
.	Коментований відеоряд		
.	Некоментований відеоряд		
.	Репортаж		
.	Пряме включення		
.	Перебивки		
0.	Рекламні блоки		
1.	Гість у студії		
2.	Непередбачувані події		
3.	Фінальні титри		

Навчально-методичне видання
(українською мовою)

Рогова Тетяна Арнольдівна

СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ. ТЕЛЕБАЧЕННЯ. ІНФОРМАЦІЙНЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ

Методичні рекомендації до практичних занять
для студентів напряму підготовки «Журналістика»
денної та заочної форм навчання

Рецензент *Н. В. Романюк*

Відповідальний за випуск *Ю. В. Любченко*

Коректор *Т. А. Рогова*