

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА**  
**Навчально-науковий інститут філології та журналістики**  
**Кафедра журналістики, реклами та PR**

Реєстраційний № \_\_\_\_\_

Дата реєстрації \_\_\_\_\_

**ОПЕРАТИВНІСТЬ НОВИН НА ТЕЛЕКАНАЛІ «UA: ЖИТОМИР»**

**Кваліфікаційна (дипломна) робота**  
**здобувача вищої освіти**  
першого (бакалаврського) рівня вищої  
освіти  
спеціальності «061 Журналістика»  
освітньої програми «Журналістика»  
41 групи  
Станчик Вероніки Миколаївни

**Науковий керівник:**  
професор кафедри журналістики, реклами та  
PR, доктор філологічних наук  
Партико Зіновій Васильович

Рекомендована до захисту  
рішенням кафедри журналістики, реклами та PR  
Протокол № \_\_\_\_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

Зав. кафедри \_\_\_\_\_  
(підпис) (ПП)

**Дата захисту** \_\_\_\_\_

**Результат  
захисту**

оцінка за національною шкалою	кількість балів за 100 бальною шкалою	ECTS

**Голова ЕК**

\_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_  
(ПІП)

**Члени ЕК**

\_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_  
(ПІП)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_  
(ПІП)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_  
(ПІП)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_  
(ПІП)

**Секретар ЕК**

\_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_  
(ПІП)

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	4
РОЗДІЛ 1. СТАН РИНКУ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ НОВИН .....	9
1.1. Стан світового ринку телевізійних новин .....	9
1.2. Стан ринку телевізійних новин в Україні .....	10
1.3. Стан ринку телевізійних новин на Житомирщині.....	17
РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОДУКТУ .....	20
2.1. Чинні стандарти, які розповсюджуються на продукт.....	21
2.2. Чинні закони, які розповсюджуються на продукт.....	23
2.3. Кількісна характеристика та оцінка обсягу продукту.....	25
2.4. Трудомісткість підготовки.....	26
2.5. Технічні засоби, необхідні для підготовки й оприлюднення.....	26
2.6. Програмні засоби, необхідні для підготовки й оприлюднення .....	28
2.7. Обґрунтування обраних форматів представлення.....	30
РОЗДІЛ 3. СПЕЦИФІКАЦІЯ АУДИТОРІЇ .....	31
3.1. Кількісна характеристика реципієнтів телеканалу «UA: Житомир» ....	31
3.2. Прогнозована частка реципієнтів продукту в контексті телеканалу «UA: Житомир».....	31
3.3. Якісна характеристика аудиторії телеканалу «UA: Житомир» .....	32
РОЗДІЛ 4. ОПИС ПРОДУКТУ .....	34
4.1. Джерела інформації, використані для підготовки продукту .....	34
4.2. Журналістські методи отримання й опрацювання інформації .....	35
4.3. Авторський задум та ідея .....	36
4.4. Обґрунтування обраного жанру .....	38
4.5. Обґрунтування назв .....	40
4.6. Змістова та зображальна концепції .....	41

4.7. Інструменти й засоби втілення авторського задуму .....	45
4.8. Творчі особливості реалізації продукту .....	47
4.9. Умови та послідовність оприлюднення продукту.....	49
4.10. Оперативність створення продукту .....	50
<b>РОЗДІЛ 5. ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКТУ .....</b>	<b>53</b>
5.1. Загальна характеристика респондентів .....	53
5.2. Дослідження показників якості продукту .....	55
5.3. Визначення величини впливу продукту на аудиторію .....	61
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>62</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....</b>	<b>65</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>70</b>
Завірена довідка від ЗМІ про оприлюднення продукту .....	70
Анкета.....	72
Відповіді респондентів опитування .....	74
Рекомендації для телеканалу «UA: Житомир» .....	76
Створений продукт – 7 сюжетів новин (на компакт-диску).....	77

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Аналіз внутрішніх та зовнішніх сильних і слабких сторін АТ НСТУ, зокрема у розрізі ресурсів телерадіокомпанії, законодавчих умов, контенту на різних платформах Суспільного мовлення, а також виконання стратегії. URL: <https://cutt.ly/RJqKQmr> (дата звернення: 10.05.2022).
2. Базилевич В. Д. Економічна теорія: Політекономія : підручник / В. Д. Базилевич. К.: Знання-Прес, 2007. 719 с.
3. Галушко О. І. Петкевич А. В. Сучасний стан та перспективи розвитку глобального медіа-ринку. *Міжнародний науковий електронний журнал*. 2019. № 4. URL: <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.04.31.html> (дата звернення: 18.02.2022).
4. Головна – Суспільне Житомир. URL: <https://zt.suspilne.media/> (дата звернення: 17.02.2022).
5. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник. *Інститут масової інформації*. Київ: ТОВ «Софія-А», 2016. 184 с.
6. Державний комітет телебачення і радіомовлення України / Стан інформаційного простору Житомирської області у 2013 році (IV кв.) URL: <https://cutt.ly/NYrAoas> (дата звернення: 17.02.2022).
7. Докаш В. І., Пірен М. І., Ципко С. Ю., Яремчук С. С., Каралаш Н. Г. Соціологія : навч. посіб. для студ. ВНЗ / Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. – 2-ге вид., доопрац., доповн. Чернівці: Рута, 2012. 447 с.
8. Звіти – Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення / Житомирська область за 2021 рік URL: <https://www.nrada.gov.ua/reports/> (дата звернення: 17.02.2022).
9. Івановський В. В. Телерадіопростір регіонів України : проблеми та перспективи розвитку на шляху до інформаційного суспільства. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. 2007. Вип. 31. С. 16–20.

10. Ілляшенко С. М. Маркетингова товарна політика: підручник. Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. 234 с.
11. Калітовська К. І. Теленовини як візитівка прямого ефіру на провідних українських телеканалах на сучасному етапі / Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи: науково-практичний журнал /відп. ред. С. І. Кравченко; упоряд. М. А. Рожило. Луцьк: Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки, 2015. № 7-8 (6). С. 133-137.
12. Ковалевський В. Сучасний стан і тенденції розвитку медіа-сфери України. *Політичний менеджмент*. 2009. № 5. С. 109-119. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/PoMe\\_2009\\_5\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/PoMe_2009_5_14) (дата звернення: 18.02.2022).
13. Кодекс етики – Комісія з журналістської етики. URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex/> (дата звернення: 08.05.2022).
14. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 08.05.2022).
15. Корконосенко Ц. Р. Основи журналістської діяльності: електронний підручник. 2014. URL: [https://stud.com.ua/74082/zhurnalistika/osnovi\\_zhurnalistiskoyi\\_diyalnosti](https://stud.com.ua/74082/zhurnalistika/osnovi_zhurnalistiskoyi_diyalnosti) (дата звернення: 12.05.2022).
16. Лісневська А., Коженівська Т. Мистецтво телевізійного репортажу : навч.-метод. посіб. для студ. з напрямку підготовки «Кіно-, телемистецтво» та «Тележурналістика». Луганськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. 190 с. URL: <https://cutt.ly/CTjCa6F> (дата звернення: 17.02.2022).
17. Лаврик О. В. Основи журналістики: Навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика». Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2008. 73 с.
18. Лазебний В.С., Бакіко В.М., Омелянець О.О. Організація телевізійного виробництва: конспект лекцій: навч. посіб. для студ. спеціальності 6.050803 Акустотехніка. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018.

162 с. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/23649/1/OTV.PDF> (дата звернення: 17.02.2022).

19. Медійні барони у Європі. Чи поширюється їхній вплив зі Сходу на Захід? URL: <https://cutt.ly/fGFMJCu> (дата звернення: 03.05.2022).

20. Мой Д., Ордольфф М. Телевізійна журналістика: Практична журналістика, т. 62 / за загал. ред. В. Ф. Іванова; пер. з нім. В. Климченка. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. 234 с.

21. Новини Сьогодні: дивитися онлайн всі випуски останніх новин - відео — Телеканал Україна. URL: <https://kanalukraina.tv/programs/segodnya> (дата звернення: 02.05.2022).

22. Омелянюк І. В. Цифрове ефірне телебачення. Практика, нові напрямки розвитку цифрового ефірного телебачення та створення цифрових ефірних телемереж. Посібник для фахівців телебачення. Київ: ЗАО «ТЕЛЕРАДІОКУР'ЄР», 2009. 192 с., іл.

23. Офіційний сайт Телеканалу СК1. URL: <http://sk1.tv/> (дата звернення: 06.05.2022).

24. Партико З. В. Теорія масової інформації та комунікації: навч. посіб. Львів: Вид-во «Афіша», 2008. 292 с.

25. Партико З. В. Основи редагування: у 2-х кн. Кн. 1 : підручник. Запоріжжя : Вид-во КПУ, 2016. 332 с.

26. Партико З. В. Основи наукових досліджень: підготовка дисертації: навч. посібник/ 2-ге вид., перероб. і доп. Київ: Ліра-К, 2018. 232 с.

27. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13.01.2011 р. № 2939-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text> (дата звернення: 08.05.2022).

28. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 08.05.2022).

29. Про Суспільне телебачення і радіомовлення України: Закон України від 17.04.2014 р. № 1227-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/1227-18#Text> (дата звернення: 08.05.2022).

30. Про телебачення і радіомовлення: Закон України від 21.12.1993 р. № 3759-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12#top> (дата звернення: 08.05.2022).

31. Програми – Перший канал. URL: <https://tv.suspilne.media/programs> (дата звернення: 02.05.2022).

32. Редакційні засади інформаційного мовлення публічного акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України». Київ : ПАТ «НСТУ», 2020. 55 с. URL: <https://cutt.ly/KDB0fNY> (дата звернення: 02.04.2022).

33. Симоніна Н. В. «Сюжет» як форма журналістського телевізійного матеріалу // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна; КНУ імені Тараса Шевченка. К., 2013. Т. 51. Квітень-червень. С. 87-90.

34. Спільний телемарафон — інформаційна ППО в цивілізаційній війні / Детектор медіа. URL: <https://detector.media/kritika/article/197522/2022-03-15-spilnyy-telemarafon-informatsiyna-ppo-v-tsyvilizatsiyniy-viyni/> (дата звернення: 01.05.2022).

35. Суспільне Мовлення. URL: <https://corp.suspilne.media/> (дата звернення: 02.05.2022).

36. Телекомпанія Союз-TV. URL: <https://www.ctv.ua/> (дата звернення: 06.05.2022).

37. Трачук Т. А. Регіональні ЗМІ на сучасному етапі (нові реалії обласного телебачення). Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи : наук.-практ. журнал. Луцьк: Волинський національний університет ім. Лесі Українки, 2012. № 2 (2). С. 51–56.

38. Україна: дослідження споживання та сприйняття медіаконтенту / Thomson Reuters Foundation URL: <https://cutt.ly/XGORpt9> (дата звернення: 01.05.2022).



39. Халер М. Пошук і збір інформації: навч. посіб. / за загал. ред. В. Ф. Іванова та А. Коль. Київ : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2006. 308 с.

40. Learn more about what we do - About the BBC. URL: <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc> (дата звернення: 03.05.2022).

41. Supply of audiovisual media services in Europe MAVISE insights – 2019. URL: <https://cutt.ly/FGOSWPP> (дата звернення: 01.05.2022).

42. The most trusted TV news brand in the U.S. isn't even American - MarketWatch. URL: <https://www.marketwatch.com/story/the-most-trusted-tv-news-brand-in-the-us-isnt-even-american-2018-07-31> (дата звернення: 03.05.2022).

## АНОТАЦІЯ

*Станчик В. М.* Оперативність новин на телеканалі «UA: Житомир». –  
Дипломна робота на правах рукопису.

Дипломна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра.

Спеціальність: 061 Журналістика

Освітня кваліфікація: Бакалавр журналістики

Освітня програма: Журналістика

Житомирський державний університет імені Івана Франка

Житомир, 2022

Кількість сторінок роботи: (загальна – 80 с.; основного тексту – 60 с.).

УДК 070:316.774:654.1

**Станчик В. М.**

### **ОПЕРАТИВНІСТЬ НОВИН НА ТЕЛЕКАНАЛІ «UA: ЖИТОМИР»**

Об'єктом дослідження є сім сюжетів новин, підготовлені для інформаційної програми «Новини» на телеканалі «UA: Житомир». Метою оприлюднення продукту є оперативне інформування аудиторії про актуальні події нашого міста та області. Предметом дослідження є оперативність подачі новин. Основними завданнями дослідження є: детальний опис створеного інформаційного продукту та мінімізація термінів підготовки власних журналістських матеріалів. Під час написання роботи застосовувалися наукові методи дослідження: традиційний аналіз, узагальнення; логічний метод, спостереження, підрахунок.

У роботі описано стан ринку телевізійних новин у світі, Україні та Житомирщині, а також проаналізовано інформаційні програми популярних житомирських телеканалів. Представлено техніко-економічні характеристики продукту та специфікацію аудиторії телеканалу. Також викладено інформацію про використані джерела та методи збору інформації, авторський задум, змістову та зображальну концепцію тощо. Створені сюжети новин були проаналізовані за критерієм оперативності. За отриманими даними, оперативність наших матеріалів в середньому становила 4 год 30 хв.

Наведені також результати анкетного опитування серед реципієнтів щодо якості продукту. На основі результатів нашого дослідження було розроблено рекомендації для телеканалу «UA: Житомир», які зможуть позитивно вплинути на процес виготовлення і поширення мас-медійного продукту.

**Ключові слова:** журналістика, інформаційний контент, мас-медіа, новини, оперативність, суспільний мовник, телебачення, телевізійний сюжет.

## ANNOTATION

*Stanchyk V. M.* Efficiency of news on UA: Zhytomyr TV channel. – Thesis on the rights of the manuscript.

Thesis for a bachelor's degree.

Specialty: 061 Journalism

Educational qualification: Bachelor of Journalism

Educational program: Journalism

Ivan Franko Zhytomyr State University

Zhytomyr, 2022

Number of pages of the work: (total – 80 pages; main text – 60 pages).

UDC 070:316.774:654.1

**Stanchyk V. M.**

### **EFFICIENCY OF NEWS ON UA: ZHYTOMYR TV CHANNEL**

The object of the research is seven news stories prepared for the news program «News» on the UA: Zhytomyr TV channel. The purpose of publishing the product is to promptly inform the audience about current events in our city and region. The subject of the study is the efficiency of news. The main objectives of the study are: a detailed description of the created information product and minimizing the time of preparation of their own journalistic materials. During the writing of the work scientific research methods were used: traditional analysis, generalization; logical method, observation, calculation.

The paper describes the state of the television news market in the world, Ukraine and Zhytomyr region, as well as analyzes the information programs of popular Zhytomyr TV channels. The technical and economic characteristics of the

product and the specification of the TV channel's audience are presented. There is also information about the sources used and methods of collecting information, the author's idea, content and image concept, etc. The created news stories were analyzed according to the criterion of efficiency. According to the data obtained, the efficiency of our materials on average reaches 4 hours and 30 minutes.

The results of a survey about the quality of mass media products are also presented. Based on the results of our study, recommendations for the UA: Zhytomyr TV channel were developed. These recommendations will improve the process of production and distribution of a mass media product.

**Key words:** journalism, information content, mass media, news, efficiency, public broadcaster, television, television plot.