

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 _____

**ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МІСЦЕВИХ
ТЕЛЕКОМПАНІЙ ЖИТОМИРЩИНИ
(НА ПРИКЛАДІ ТЕЛЕКАНАЛУ СК1)**

**Кваліфікаційна (дипломна) робота
здобувача вищої освіти**
першого (бакалаврського) рівня вищої
освіти
спеціальності 061 «Журналістика»
освітньої програми «Журналістика»
41Бд-Журн групи
Маменчука Данила Анатолійовича

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

Рекомендована до захисту
рішенням кафедри журналістики, реклами та PR

Протокол № _____ від «___» _____ 20__ р.

Зав. кафедри _____ Валерій БАШМАНІВСЬКИЙ
(підпис) (ПІБ)

Дата захисту _____

Результати захисту

Оцінка		
за університетською шкалою	за 100 бальною шкалою	за шкалою ECTS

Голова ЕК _____

Члени ЕК _____

Секретар ЕК _____

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 СТАН РИНКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ	7
1.1. Стан світового ринку	7
1.2. Стан ринку в Україні.....	11
1.3. Стан ринку на Житомирщині.....	16
РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ НОВИН РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ	21
2.1. Чинні законодавчі акти та стандарти, які розповсюджуються на новинні матеріали.....	21
2.2. Технічні та програмні засоби, необхідні для підготовки й оприлюднення.....	22
РОЗДІЛ 3. СПЕЦИФІКАЦІЯ АУДИТОРІЇ	26
3.1 Кількісна характеристика реципієнтів каналу	26
3.2 Якісна характеристика аудиторії.....	26
РОЗДІЛ 4. ОПИС НОВИННИХ МАТЕРІАЛІВ	28
4.1 Джерела інформації, використані для підготовки статей.....	28
4.2 Обґрунтування назви та обраного жанру	30
4.3 Інструменти й засоби втілення авторського задуму.....	32
4.4 Умови та послідовність оприлюднення матеріалу.....	37
ВИСНОВКИ.....	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	42
ДОДАТКИ.....	46
На Звягельщині у нетверезого водія була знайдена граната	46
Великдень на фронті. Бійці 30 ОМБр не забувають про традиції	47
Хулігани на площі Лесі Українки у Звягелі зіпсували дорожній знак.....	48
Боксер з Житомирщини виборов срібло в міжнародному турнірі з боксу.....	49
Понад 300 тисяч гривень сплатив житель ТГ за неіснуюче авто: поліцейські	

шукають «продавця».....	50
У міській раді відбулася зустріч очільників та області з чемпіонами України з волейболу.....	51
Анотація.....	52
Довідка про оприлюднення матеріалів	

ВСТУП

Актуальність теми дослідження.

Інформаційну програму новин прийнято вважати локомотивом всього телевізійного виробництва каналу, так як саме новини є опорною точкою мовного дня будь-якої телекомпанії. Новинна програма збирає основну аудиторію, задає тон мовлення та визначає імідж компанії.

На зміст інформаційної програми впливає безліч факторів. Це і засновник каналу, і місцева влада, і потенціал співробітників компанії, і технічні можливості, наявність конкурентів на телевізійному ринку, і багато іншого.

Телебачення як особливий формат подачі інформації завжди залишається популярним. Сьогодні телебачення регіонів увійшло до ЗМІ, які мають високий попит. Актуальність нашого дослідження зумовлена відсутністю чи малим числом робіт, у яких вивчаються новинний сегмент регіонального телебачення.

Порядок денний дня в регіонах відрізняється від того, що подають у центральних ЗМІ. Це стосується і телебачення - популярного джерела новин на сьогодні. На регіональному каналі не настільки великий набір новин і масштабність подій, що висвітлюються, невелика, але вони ближче основної аудиторії, і можуть бути їй більш цікавими.

Суспільна проблема, яка розв'язується новинними матеріалами.

Суспільні проблеми часто розглядаються та намагаються розв'язати за допомогою новинних матеріалів телебачення. Телебачення виступає важливим джерелом інформації для громадськості та має потужний вплив на формування свідомості та світогляду людей. Особливо це стосується проблем, які потребують широкого поширення інформації та усвідомлення громадськістю.

Об'єктом дослідження є новинні матеріали та телеканали СК-1 Житомирщини та шість особисто створені новинні матеріали.

Предмет дослідження – популяризація регіональних новин та телеканалу різних вікових та соціальних груп.

Мета оприлюднення матеріалів – якісно підвищити інтерес людей до регіонального телебачення Житомирщини.

Завдання щодо підготовки пояснювальної записки:

1. Зібрати та проаналізувати літературу за темою дослідження, описавши стан світового ринку, ринку в Україні та на території Житомирщини в контексті підготовки новинного матеріалу (розділ 1).
2. Підготувати новинні матеріали.
3. З'ясувати техніко-економічні характеристики новинних матеріалів (розділ 2).
4. Дослідити та описати специфікацію аудиторії продукту (розділ 3);
5. Підготувати повний опис створених новинних матеріалів (розділ 4);
6. Підготувати висновки
7. Провести апробацію роботи шляхом опублікування отриманих результатів;
8. Підготувати кваліфікаційну (дипломну) роботу за допомогою текстового редактору «MS Word».

Методологія дослідження. Для підготовки роботи були використані такі *журналістські методи*: дослідження документів і джерел – для збирання інформації щодо підготовки новинного матеріалів працівниками редакції.

Інтерв'ю – для отримання інформації від першоджерел, що беруть безпосередню участь у підготовці матеріалів.

Загальнонаукові методи:

Спостереження – для збирання інформації щодо процесу підготовки новинних матеріалів.

Традиційний аналіз – для тлумачення та інтерпретації змісту використаної літератури та джерел інформації, перетворення інформації з першоджерел в необхідну дослідницьку форму.

Дедукція – для переходу від знання загальних процесів підготовки новинних матеріалів до конкретних.

Узагальнення – для кінцевих висновків на основі дедуктивних міркувань.

Новизна продукту є регіональною. Серія матеріалів присвячена новинним подіям регіону та оприлюднена на місцевому телеканалі СК1.

Теоретичне і практичне значення отриманих результатів полягають у тому, що було досліджено новинну тематику на телеканалі Житомирщини СК1; підготовлено та оприлюднено 6 матеріали новинного характеру, які сприятимуть розвитку регіонального телебачення.

Результати дослідження можуть бути використані для подальшого вивчення особливостей регіональних телеканалів та новинних передач на території Житомирщини та всієї України.

Структура роботи. Кваліфікаційна (дипломна) робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків та додатків, написаних українською мовою. Список літератури налічує 19 джерел українською, англійською мовами. Загальний обсяг роботи – 52 сторінки, а обсяг основного тексту – 40.

ВИСНОВКИ

У практичній діяльності журналістів телеканалу СК1 використовують різноманітні методи збирання інформації, щоб забезпечити якісну та достовірну новинну репортаж. Деякі з найпоширеніших методів збирання інформації, що використовуються журналістами, включають:

Інтерв'ю: Журналісти можуть проводити особисті інтерв'ю з ключовими джерелами, експертами або свідками подій, щоб отримати першоручну інформацію та коментарі. Інтерв'ю можуть проводитися як у прямому ефірі, так і записуватися для подальшого використання.

Документальні джерела: Журналісти використовують публічно доступні документи, які містять інформацію про події, статистику, звіти тощо. Це можуть бути офіційні документи, заяви, звіти компаній або державних установ.

Спостереження: Журналісти можуть відвідувати події, місця подій або зони конфлікту, щоб спостерігати події безпосередньо і отримати власні спостереження та враження.

Аналіз даних: Журналісти можуть проводити аналіз числових даних, статистики, звітів і досліджень для отримання інформації та виявлення тенденцій або важливих фактів.

Консультації експертів: Журналісти можуть звертатися до експертів у різних сферах для отримання фахових коментарів і роз'яснень.

Соціальні мережі та Інтернет: Журналісти використовують платформи соціальних мереж, такі як Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram тощо, для знаходження новин, отримання коментарів та думок від експертів, спостереження за актуальними подіями та взаємодії зі своїми аудиторіями.

Онлайн-інтерв'ю: Журналісти можуть проводити інтерв'ю через відеодзвінки або месенджери, такі як Skype, Zoom або Viber. Це дозволяє

зв'язатися зі співрозмовниками, незалежно від їхнього місця знаходження, та отримати першоручну інформацію.

Моніторинг соціальних мереж: Журналісти можуть стежити за обговоренням певної теми на соціальних мережах, включаючи хештеги та згадки, щоб виявити нові події, тренди або громадську думку.

Використання веб-сайтів та форумів: Журналісти можуть переглядати веб-сайти, форуми та блоги, щоб отримати інформацію, коментарі або думки від експертів, активістів чи звичайних користувачів

Специфіка телеканалу СК1:

1) зустрічі з компетентними людьми (експертами) – дуже важливий метод роботи журналіста. У зв'язку з цим репортер повинен знати, за який напрямок відповідає те чи інше міністерство, відомство, управління та хто є його керівником. Деякі ЗМІ мають власну базу експертів, до кожного з яких можна звернутися з тим чи іншим питанням. У ряді випадків для отримання інформації потрібний письмовий запит із редакції;

2) відвідування прес-конференцій, брифінгів, презентацій, круглих столів – один із найпростіших методів збирання фактів. Пресконференція передбачає діалог журналістів та експертів з обговорюваних тем. Представники різних організацій збираються у прес-центрі, щоб поговорити з журналістами про актуальні проблеми у конкретній сфері діяльності. Брифінг найчастіше відбувається у формі виступу прес-секретаря перед представниками преси. Як правило, така зустріч є короткочасною і передбачає мінімальну кількість питань з боку журналістів;

3) опитування – різновид інтерв'ю, але з метою з'ясування ставлення людей до будь-якої соціальної проблеми. Опитування можна проводити різними способами, наприклад, стати на жвавій вулиці і звертатися до перехожих з конкретним питанням. Як співрозмовників можуть виступати очевидці, люди з аудиторії тощо;

4) спостереження – метод, який журналісти часто застосовують у своїй повсякденній роботі. Спостереження буває включеним та невключеним.

Відповідно журналіст є активним учасником події або стежить за тим, що відбувається з боку, не беручи в ньому активної участі;

5) робота з документами – вивчення прес-релізів, різноманітних постанов, рішень та розпоряджень органів влади, статистичних звітів та довідок, матеріалів засідань та колегій, судових рішень та інших джерел інформації. Усі ці офіційні документи несуть інформацію про діяльність різних установ та організацій;

6) вивчення інтернет-ресурсів – моніторинг сайтів інформаційних агентств, різних установ та організацій, форумів, спільнот у соціальних мережах, Telegram-каналів та ін.;

7) ознайомлення зі змістом інших інтернет-ЗМІ – важливий метод збору інформації, який потрібно взяти за правило, і щодня заходити на сайти кількох провідних онлайн-видань. Це дозволяє як виявляти теми, які досі не висвітлювалися на сайті, де працює журналіст, так і проаналізувати підходи та правила формування «порядку денного», які існують в інших ЗМІ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Варич М. Тенденції розвитку жанру подорожнього нарису // Журналістика: науковий збірник / Наук. ред. Н. Сидоренко. – К.: Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2013. – Вип. 12 (37). – 204 с.
2. Веруцька, І. В. Історія створення та виникнення українського телебачення», URL: <https://naub.oa.edu.ua/author/ilonaverutska/> (дата перегляду 01.05.2023).
3. Гоян, В. В., Захарс, Т. А. Історія інформаційно-розважального телебачення: український досвід». Держава та регіони. Серія Соціальні комунікації, № 2, с. 69–75, URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2015_2_14 (дата перегляду 08.12.2019).
4. Дмитровський З.Є. Інформаційне телемовлення України: здобутки і прорахунки // Українська журналістика: формування сучасного обличчя / Вісн. Львів. ун-ту. – Сер.: Журналістика, 1993.
5. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. – 2-ге вид., перероб. і допов. / В. Й. Здоровега. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.
6. Мащенко І.Г. Телебачення України: В 2 т. - Т. 2: Телебачення de-jure. - К: Темра, 2000. - 529 с.
7. Мелещенко О.К. Актуальні питання журналістики: збірник наукових статей і виступів опонента на захистах канд. і докт. дис. / КНУТШ, ІЖ. К.: Паливода, 2012.
8. Нахапетов В. Аудиторія місцевого (регіонального телебачення) // Телевізійна й радіожурналістика: Зб. науково-методичних праць. – Вип.3. – Львів, 2000. – С.241-257
9. Недопитанський М.І. Тележурналістика: досвід, проблеми, стратегії : практичний посібник / М. І. Недопитанський. – К. : ДП «Газетно-журнальне видавництво Міністерства культури і туризму України», 2009. – 144 с.

10. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту. Підручник/ О.Я.Гоян. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. -272 с
11. Остапа, С. В., Міський, В. В., Розкладай, І. Є., Суспільне мовлення в Україні: історія створення та виклики, ТОВ «Друкарня Віол», Київ. 2018. 156 с.
12. Офіційний сайт телеканалу СК1 канал URL: [www. http://sk1.tv](http://sk1.tv) (дата перегляду 24.04.2023)
13. Москаленко А. Теорія журналістики: Підр. К.: Еспрес-об'ява, 1998. 334 с.
14. Телевізійна журналістика: навчальний посібник / Є. Дмитровський. – Львів: Видавничий центр. ЛНУ імені Івана Франка, 2006. 208 с.
15. Черніна, Д. (Телесторія: перші проекти власного виробництва на Українському TV, Телекритика, 20 червня, 2019 URL: <https://telekritika.ua/uk/specials/telestoriya-pervye-proektysobstvennogo-proizvodstva-na-ukrainskom-tv/> (дата перегляду 24.04.2023)
16. Шальман Т.М.Інформаційний простір: сутність і місія комерційного телебачення в ньому / Т. М. Шальман // Інформаційне суспільство. - 2015. - Вип. 21. - С. 12-18. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/is_2015_21_4
17. Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія і практика: посібник. – 2-ге вид., доповн. і переробл. / А. В. Яковець. – К.: Вид. дім "Києво-Могилянська академія", 2009. 262 с.
18. Ятчук, О. М., «Історія розвитку телебачення в контексті комунікаційних особливостей моделі off-line». Міжнародний науковий журнал «Інтернаука», № 13, с. 28–32.
19. Закон України «Про авторське право і суміжні права». (оточна редакція — Редакція від 15.04.2023, підстава - 2974-IX) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#Text> (Дата звернення: 25.04.2023)

АНОТАЦІЯ

Маменчук Д.А. Особливості функціонування місцевих телекомпаній Житомирщини (на прикладі телеканалу СК1). — Дипломна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 061 Журналістика / ОПП «Журналістика». — ЖДУ ім. І. Франка. — Житомир, 2022. — 53 с.

МАМЕНЧУК Д. А.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МІСЦЕВИХ ТЕЛЕКОМПАНІЙ ЖИТОМИРЩИНИ (НА ПРИКЛАДІ ТЕЛЕКАНАЛУ СК1)

Об'єктом розгляду є телекомпанії Житомирської області, а саме телеканал СК1.

У роботі представлено серію власних матеріалів, які опубліковані на сайті телеканалу СК1. Предметом дослідження є посилення інтересу читачів до регіональних засобів масової інформації. Завдання кваліфікаційної роботи полягали у розгляді стану рекламних ринків світу, Україні та Житомирської області (розділ 1). Підготувати новинні матеріали. З'ясувати техніко-економічні характеристики новинних матеріалів (розділ 2). Дослідити та описати специфікацію аудиторії продукту (розділ 3). Підготувати повний опис створених новинних матеріалів (розділ 4). Підготувати висновки.

Теоретичне і практичне завдання полягає у тому, щоб вивчити функціонування регіонального телебачення, а саме житомирський телеканал СК1.

Результати дослідження можуть бути використані для подальшого вивчення особливостей регіональних телеканалів та новинних передач на території Житомирщини та всієї України.

ABSTRACT

Mamenchuk D.A. Peculiarities of the functioning of local television companies of Zhytomyr region (on the example of TV channel SK1). — Thesis on manuscript rights.

Qualification work for obtaining the first (bachelor) level of higher education in the specialty 061 Journalism / OPP "Journalism". — State University named after I. Franko. — Zhytomyr, 2022. — 52 p.

D. A. MAMENCHUK

FEATURES OF THE FUNCTIONING OF LOCAL ZHYTOMIRSHYN TELECOMPANIES (ON THE EXAMPLE OF SK1 TV CHANNEL)

The object of consideration is the television companies of the Zhytomyr region, namely the SK1 TV channel.

The work presents a series of own materials published on the website of the SK1 TV channel. The subject of the study is to increase readers' interest in regional mass media. The tasks of the qualification work consisted in considering the state of the advertising markets of the world, Ukraine and Zhytomyr region (chapter 1). Prepare news materials. Find out the technical and economic characteristics of news materials (chapter 2). Research and describe the product audience specification (Chapter 3). Prepare a full description of the created news materials (chapter 4). Prepare conclusions.

The theoretical and practical task is to study the functioning of regional television, namely the Zhytomyr TV channel SK1.

The results of the study can be used for further study of the peculiarities of regional TV channels and news programs in the territory of Zhytomyr Region and the whole of Ukraine.