

JOURNALISM

DOI <https://doi.org/10.51647/kelm.2020.3.1.14>

ПРИНЦИПОВА СТРУКТУРНА МОДЕЛЬ ВЕРСТКИ ЯК ТИПОВИЙ ПІДХІД У ФОРМУВАННІ ВИПУСКІВ ТЕЛЕНОВИН

Дмитро Теленков

заслужений журналіст України,

аспірант кафедри видавничої справи та редагування

Інституту журналістики

Київського національного університету імені Тараса Шевченка (Київ, Україна)

ORCID ID: 0000-0001-9615-0342

Анотація. У положеннях наукової статті автор проводить аналіз думок науковців з проблематики соціальних комунікацій і журналістики як України, так і закордону щодо сучасного тлумачення поняття «принципова структурна модель верстки телевізійних нових». Автор застосовує загальнонаукові методи: аналізу, синтезу, метод відбору фактів, класифікації, моделювання. А також проведення емпіричного дослідження – анкетування випускових і шеф-редакторів українських телеканалів. Автор пропонує авторське визначення поняття «модель верстки теленовін». У висновку автор приходиться до думки, що модель верстки – це типовий підхід у формуванні випусків теленовін. Структура моделі верстки телевізійних новин включає в себе принципи відбору та ранжування тем, способи представлення інформації та ефірні прийоми. Своєю чергою принципи відбору та ранжування тем пов'язані з керівними підходами до відбору та ранжування тем, фундаментальними ідейними засадами творення новин. Способи представлення інформації пов'язані з керівними підходами формування випуску теленовін, системи прийомів, котрі надають можливість скласти повноцінний інформаційний випуск. Прийоми верстки теленовін пов'язані з керівними підходами прийомів, завдяки яким новинна програма має структурований вигляд, сформовану верстку. Отже, в умовах сучасного телевізійного виробництва відпрацьована модель верстки новин є основою для оперативної та злагодженої підготовки випуску, керування дискурсом телеканалу.

Ключові слова: телевізійна верстка, інформаційне моделювання, теленовіни, модель верстки теленовін, принципи, способи, прийоми, порядок денний.

PRINCIPAL STRUCTURAL LAYOUT MODEL AS A TYPICAL APPROACH IN THE FORMATION OF TELEVISION ISSUES

Dmytro Telenkov

Honoured Journalist of Ukraine,

Graduate Student at the Department of Publishing and Editing

Institute of Journalism

of Taras Shevchenko National University of Kyiv (Kyiv, Ukraine)

ORCID ID: 0000-0001-9615-0342

Abstract. In the provisions of the scientific article the author analyzes the opinions of scientists on the problems of social communications and journalism in Ukraine and abroad on the modern interpretation of the concept “the basic structural model of the layout of new television”. The author uses general scientific methods: analysis, synthesis, method of fact selection, classification, modelling. As well as conducting an empirical study – a survey of graduates and editors-in-chief of Ukrainian TV channels. The author offers an author's definition of the concept of TV news model. The author comes to the conclusion that the layout model is a typical approach in the formation of TV news releases. The structure of the TV news layout model includes the principles of selecting and ranking topics, ways of presenting information and broadcast techniques. In turn, the principles of selection and ranking of topics are related to the guiding approaches to the selection and ranking of topics, the fundamental ideological principles of news production. Ways of presenting information are related to the leading approaches to the formation of TV news, systems of techniques that provide an opportunity to make a full-fledged news release. The techniques of TV news layout are related to the guiding approaches of the techniques, thanks to which the news program has a structured look, formed layout. Thus, in the conditions of modern television production, the developed model of news layout is the basis for operative and coordinated preparation of the issue, management of the TV channel's discourse.

Key words: television layout, information modelling, TV news, TV news layout model, principles, methods, techniques, agenda.

ПОДСТАВОВЫЙ МОДЕЛЬ СТРУКТУРАЛЬНЫЙ ЛАМАНИЯ ЯКО ТИПОВЕ ПОДЕЙСЬЕ В КСЗТАЛТОВАНИИ ЭМИСИИ ТЕЛЕВИЗЫЙНЫХ

Dmytro Telenkov

zasłużony dziennikarz Ukrainy,

aspirant Wydziału Działalności Wydawniczej i Redakcji

Institutu Dziennikarstwa

Kijowskiego Uniwersytetu Narodowego im. Tarasa Szewczenki (Kijów, Ukraina)

ORCID ID: 0000-0001-9615-0342

Adnotacja. W tezach artykułu naukowego autor analizuje opinie naukowców na temat problematyki komunikacji społecznej i dziennikarstwa zarówno na Ukrainie, jak i za granicą dotyczącej współczesnej interpretacji pojęcia podstawowego modelu strukturalnego łamania wiadomości telewizyjnych. Autor stosuje ogólne metody naukowe: analizę, syntezę, metodę doboru faktów, klasyfikację, modelowanie. A także przeprowadzenie badania empirycznego – kwestionariusz wydawców i redaktorów naczelnych ukraińskich kanałów telewizyjnych. Autor proponuje autorską definicję pojęcia modelu łamania wiadomości telewizyjnych. Na zakończenie autor dochodzi do wniosku, że model łamania jest typowym podejściem w kształtowaniu emisji telewizyjnych. Struktura modelu łamania wiadomości telewizyjnych obejmuje zasady wyboru i uszeregowania tematów, sposoby prezentacji informacji i techniki antenowe. Z kolei zasady doboru i uszeregowania tematów są związane z głównymi podejściami do doboru i uszeregowania tematów, podstawowymi ideowymi zasadami tworzenia wiadomości. Sposoby prezentacji informacji związane są z głównymi podejściami do tworzenia emisji telewizyjnych, systemu przyjęć, umożliwiającymi opracowanie pełnego wydania informacji. Techniki łamania wiadomości telewizyjnych są związane z głównymi podejściami technik, dzięki którym program informacyjny ma strukturyzowany wygląd, utworzony układ. Tak więc, w warunkach nowoczesnej produkcji telewizyjnej wypracowany model łamania wiadomości jest podstawą do szybkiego i skoordynowanego przygotowania wydania, zarządzania dyskursem kanału telewizyjnego.

Słowa kluczowe: łamanie telewizyjne, modelowanie informacyjne, wiadomości telewizyjne, model łamania wiadomości telewizyjnych, zasady, sposoby, techniki, porządek obrad.

Актуальність дослідження. Верстка теленовін – це порядок поданої важливої інформації, розташування новин у програмі. Кожна редакторська та випускова група, зважаючи на інформаційну політику каналу, моделює верстку телевізійних новин, намагаючись максимально впливати на аудиторію. При цьому актуальною залишається теза автора концепції громадської думки В. Ліппмана: «ЗМІ – це основна зв'язна ланка між подіями у світі та людьми. Вони визначають, як ці події будуть відображені в головах людей» (Lippmann, 1922). Саме таким чином і з таким результатом функціонує верстка теленовін.

При цьому і для теоретиків соціальних комунікацій, і для журналістів-практиків **наріжна проблема – знайти її успішну модель** – комплекс принципів, способів, прийомів, за допомогою яких структуруватиметься й зв'язуватиметься в цілісну картину масив новин дня, тижня тощо. Цю проблему перспективно розв'язувати, зважаючи на такі найважливіші актуальні умови.

По-перше, телебачення – дієвий складник сучасних медіакомунікацій. За різними даними, щодня телевізор дивиться від 74% (<https://detector.media/infospace/article/164308/2019-03-21-dzherela-informatsii-mediagramotnist-i-rosiiska-propaganda-rezultati-vseukrainskogo-opituvannya-gromadskoi-dumki/>) до 86% українців (https://detector.media/doc/images/news/archive/2016/136017/AReport_Massmedia_Feb2018_v2.pdf). При цьому чи не найбільший рейтинг з усього переглянутого контенту мають випуски теленовін (<https://detector.media/infospace/article/164308/2019-03-21-dzherela-informatsii-mediagramotnist-i-rosiiska-propaganda-rezultati-vseukrainskogo-opituvannya-gromadskoi-dumki/>). Тож аудиторія реально потребує оперативної та достовірної інформації про найвагоміші події суспільного життя.

По-друге, верстка сучасних теленовін постійно змінюється, урізноманітнюється. Якщо 15–20 років тому новинні програми будувалися за одним принципом (у центрі була політика, відтак йшли економіка, «соціалка» та культура); форми були схожими (ведучий зачитував у студії повідомлення, потім транслювали довгі сюжети, збудовані переважно хронологічно), то нині це вже не працює. Телеканали розширили наративний інструментарій, апробують новітні підходи в утриманні та розширенні аудиторії. Моделей верстки стало набагато більше, особливо в контексті подій в Україні та світі останніх двох десятиліть.

По-третє, знаючи та застосовуючи різні моделі верстки, редакторська та випускова група одночасно підвищує глядацьку зацікавленість та допомагає каналу отримати вищі рейтинги, від чого залежить, зокрема, прибуток від реклами.

Хоч модель верстки теленовін є важливим об'єктом пізнання, в теорії соціальних комунікацій наразі не сформоване надійне теоретичне підґрунтя для відповідних журналістських практик. Передовсім відповідним професійним запитом зумовлюється актуальність цього дослідження.

Мета дослідження – розроблення принципової структурної моделі верстки новинних випусків провідних українських телеканалів.

Об'єкт дослідження – верстка новин загальнонаціональних українських каналів.

Предмет дослідження – моделі верстки теленовін, закономірності наративів українських телевізійних новин (принципи відбору та ранжування тем, способи представлення інформації, прийоми верстки).

Матеріал дослідження і хронологічний період. Дослідження виконане на основі зібраного в 2000–2020-х рр. емпіричного матеріалу – інформаційних програм «Інтер» («Подобиці»), «1+1» («ТСН»), «Україна» («События», «Сьогодні»), «СТБ» («Вікна»), «ICTV» («Факти»), «Новий» («Абзац»), «Перший» («Новини»), «Ера» («Підсумки»), «5 канал» («Час. Підсумки дня»), «112-Україна» («Новини»). Загалом проаналізовано 100 випусків теленовін.

Методи дослідження. У процесі реалізації завдань дослідження застосовувалися загальнонаукові методи: аналізу, синтезу, порівняння, метод відбору фактів, класифікації, моделювання.

У період 2013–2020 рр. проведено емпіричне дослідження – анкетування 35 випускових і шеф-редакторів телеканалів «Інтер», «1+1», «Україна», «СТБ», «ICTV», «Новий», «Перший», «Ера», «5 канал», «112-Україна» на тему «Законои, принципи, методи та способи сучасної верстки телевізійних новин». Саме ці топ-менеджери відбирають новини для телепрограм, виділяють для них певну кількість часу, коригують кут подачі, редагують матеріали журналістів, формують зміст випуску, складають інформацію в цілісну, динамічну програму. Тобто від їхньої роботи залежить структурна модель верстки.

Крім того, під час дослідження накопичено матеріал 100 випусків теленовін провідних українських телеканалів: «Подобиці» («Інтер»), «ТСН» («1+1»), «События», «Сьогодні» («Україна»), «Вікна» («СТБ»), «Факти» («ICTV»), «Абзац» («Новий»), «Новини» («Перший»), «Підсумки» («Ера»), «Час. Підсумки дня» («5 канал»), «Новини» («112-Україна»), отже, його піддано дискурс-аналізу – проаналізовано особливості інтерпретацій фактів політичного, соціального, культурного характеру, мовні прийоми фокусування уваги аудиторії на певних фактах тощо.

Огляд літератури. Згідно з нашою концепцією, верстка телевізійних новин – це система, котра складається з численних елементів, які перебувають у відношеннях, взаємозв'язках, детермінують одне одного, утворюють певну єдність. Тому головним теоретичним підґрунтям виконаного дослідження є теорія систем – галузь наукового знання, котра обсервує закономірності розвитку, функціонування та взаємодії великих систем, генерує знання про «навколишній світ як сукупність систем різної складності й різного рівня, які взаємодіють між собою. Теорія систем є загальнотеоретичним підходом, заснованим на методах діалектики, використанні знань філософії, прикладної математики, теорій пізнання та інших наукових дисциплін» (http://eprints.kname.edu.ua/10895/1/%D0%A1%D0%B8%D1%81%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7_1_8%D0%BD.pdf). Зокрема, серед простудійованих нами праць із проблематики теорії систем – «Соціальні системи. Нарис загальної теорії» (Луман, 2007) та «Істина, знання, наука як система» Н. Лумана (Луман, 2016).

Інтерпретація телеверстки як системи спонукала нас до моделювання її різноманітних варіантів – пошуку основних, принципівих, конструктивно важливих складників. Тож ми вдалися до моделювання – методу дослідження «реальних і абстрактних об'єктів-прототипів на умовних образах, схемах, фізичних об'єктах, що відрізняються від прототипу, але аналогічні йому за будовою чи типом поведінки, із застосуванням методів аналогії, теорії подібності й теорії обробки даних експерименту» (Лопат'єв, 2007). Модель є одночасно і засобом, і об'єктом пізнання. Вона дає змогу пізнати структуру, на основі цих знань керувати відповідним об'єктом, прогнозувати його зміни та розвиток.

Моделювання телеверстки пов'язане з пошуком у зібраному емпіричному матеріалі (контенті випусків телепрограм) найважливіших тем, композиційних схем, форм телесюжетів тощо, тож ми апелювали до теорії «порядку денного».

Важливість «порядку денного» в газетах вивчали В. Ліпман, М. Маккомбз, Д. Шоу, Б. Коен, Е. Роджерсі, Дж. Діаринг, Ю. Вестершталь, Ф. Йогансон, Д. Мак-Квейл, К. Левін, Д. Вайт, Дж.Т. Макнеллі, Е. Басс, Й. Галтунг, М. Руге, Дж. Р. Фанкхаузер, Е. Шоу. Більшість зазначених дослідників вивчали верстку з погляду її впливу на свідомість реципієнта. Про будову новин або їх блоків із позицій журналіста у цих працях не йдеться, хіба що в розрізі отримання загального результату (як-от у Д. Маккуела).

Цілеспрямований відбір новин згадані дослідники вважали прийомом, який сприяє створенню певного медіаобразу в газеті, на екрані тощо. Основна теза їхніх праць така: суспільна, зокрема політична, інформація впливає на свідомість глядача, причому міра впливовості зумовлена особливою подачею відповідних журналістських матеріалів. З інформаційних програм на телебаченні люди не просто дізнаються новини – вони ранжують за важливістю події. Першими про це писали М. Маккомз (1972) і Д. Шоу (1976). Вони обґрунтували модель agenda-setting, тобто розташування сюжетів у програмі не у випадковому порядку, а саме за силою важливості. Таке розташування новин задає у свідомості аудиторії ієрархію подій, картину світу.

Тісно пов'язане з феноменом верстки поняття «охорони воріт». Його вперше вжив американський дослідник К. Левін. Він писав, що «вздовж каналів комунікації міститься низка «воріт», які долає інформація, перш ніж дійти до аудиторії». (Lewin, 1947: 145). На основі напрацювань Левіна Девід М. Вайт присвятив цьому питанню більш вузькоспеціалізовану статтю під назвою «Охоронці: спеціальне вивчення відбору новин». Він проаналізував роботу редактора газети, який відбирає інформацію, давши йому прізвисько «Містер Охоронець». Ця модель, щоправда, враховує лише одного «охоронця». Тоді як шлях, який долає інформація, перш ніж потрапити до споживача, значно складніший (White, 1950: 383–390). Критерії відбору новин, які ще минулого століття встановили ці переважно західні дослідники, є актуальними й досі – ними послуговується більшість сучасних редакторів.

В українському журналістикознавстві дослідників верстки помітно менше: В. Ковтун, О. Циганов, С. Гуревич, І. Скоробогатов, Д. Григораш, А. Адамова, Н. Богданов, Б. Вяземський, В. Жаров, Н. Чичикін.

Їхні праці датуються здебільшого 1960-ми роками. Серед найвідоміших – «Верстка телевізійної програми» (1967) Р. Борецького.

Одна з перших дефініцій телевізійної верстки – у роботах Р. Борецького. На його думку, телеверстка – це «укладання у відповідну, чітко визначену хронометражем систему просторово-часовим принципом різноманітних телевізійних матеріалів і різноманітних передач, призначених для показу на екрані протягом дня. Враховує тематичну широту програми, різноманітність жанрів, передбачає максимальне використання зображувальних телезасобів, різних композиційних прийомів, дотримується темпових і ритмічних пропозицій» (Борецький, 1967: 139–179).

Серед пізніших досліджень – праці «Технологія теленовін» М. Недопитанського (2006) та «Випуск теленовін: головні інструменти верстки» (2004) Т. Федорів. Саме остання робота найбільшою мірою розкриває поняття верстки. Т. Федорів аналізує питання верстки телевізійних новин, покликаючись на праці закордонних авторів (Федорів, 2004).

Простудійоване теоретичне підґрунтя, а також результати проведених первинних досліджень дали змогу розробити авторську концепцію моделі верстки теленовін.

Основний виклад. Поняття «модель верстки телевізійних новин» на 2020 р. не здобуло поширення в науковому дискурсі, проте вживається, радше інтуїтивно, в журналістській практиці. Зокрема, під час проведених інтерв'ю це поняття в своїх міркуваннях вживали Дмитро Белянський (телеканал «Україна»), Олександр Пилипець (телеканал «Інтер»), Михайло Шаманов (телеканал «Новий»). Крім того, Олексій Іванов (телеканал «Інтер»), Володимир Лукін (телеканал «ЕРА»), Едуард Лозовий (телеканал «Україна») вживали поняття «схема», Валерій Тетерятник (телеканал «ЕРА»), Таїсія Турчин («5 канал»), Орест Ребманн (телеканал ICTV) вживали поняття «структура», Павло Кужесв (телеканал «112-Україна»), Мар'яна Бухан (телеканал «1+1»), Світлана Коляда (телеканал «Перший») вживали поняття «тип». Тож досвідчені новинарі-практики фіксують наявність певних принципових закономірностей, які простежуються у виробництві новинного телеконтенту, від випуску до випуску.

Це спонукало нас до пошуку та фіксування відповідних закономірностей на основі зібраного матеріалу – дискурс-аналізу 100 інформаційних програм «Інтер» («Подробиці»), «1+1» («ТСН»), «Україна» («События», «Сьогодні»), «СТБ» («Вікна»), «ICTV» («Факти»), «Новий» («Абзац»), «Перший» («Новини»), «Ера» («Підсумки»), «5 канал» («Час. Підсумки дня»), «112-Україна» («Новини»). Нами виявлено: верстка новинних випусків різних телеканалів, хоч і має відмінності, може бути зведеною до принципового підходу, інтелектуальної конструкції – структурної моделі телеверстки.

Ми пропонуємо авторське визначення: *модель верстки теленовін* – це типова сукупність принципів, способів, прийомів, що застосовує випускова група, формуючи випуски теленовін, відповідно до редакційної політики, особливостей глядацької аудиторії, поточної суспільної ситуації, часу виходу в ефір тощо. Як послідовний підхід до організації контенту модель верстки визначає основу «порядку денного», інформаційні акценти, тематизує трансльовану картину світу.

Розроблена нами структурна модель телеверстки належить до абстрактних систем, адже йдеться про систему теоретико-методологічного характеру, на основі котрої можливо описувати і загальні, і специфічні властивості організаційної структури теленовін, зв'язки між елементами цілісного новинного випуску, його інтеграцію в загальну концепцію телеканалу як складного контент-об'єкта.

Моделювання – складне, трудомістке і відповідальне наукове завдання. Іноді дослідження за допомогою моделей є єдиною можливим способом експериментального вивчення технологічних процесів. Так, процеси, котрі тривають роками, можна оперативно вивчати на моделях. І навпаки, швидкоплинні процеси не раз вивчаються на моделях протягом тривалішого часу. Крім того, до моделювання звертаються тоді, коли досліджувати реальні об'єкти з усією сукупністю їхніх властивостей недоцільно, незручно або неможливо. Предметний аналіз структури теленовін кожного українського телеканалу може розтягнутися на десятиліття. Саме моделювання й структурна модель можуть дати оперативніші відповіді, всеохопніше розуміння феномена теленовін.

Ми пропонуємо універсальну модель телеверстки, котра, вірогідно, не дає відповіді на всі питання телевиробництва, однак узагальнює, підсумовує практики, передає функціонально найхарактерніші властивості.

Звісно, будь-яка модель фіксує наявний рівень пізнання. Тож запропонована нами модель верстки теленовін апіорі може оновлюватися разом із самою телеверсткою.

Структура моделі телевізійної верстки

Сутнісно й функціонально модель верстки теленовін – комунікаційна технологія. Стверджуючи це, ми розвиваємо сформовану в теорію соціальних комунікацій парадигму.

Д. Мак-Квейл у теорії «порядку денного» вбачав технологію масової комунікації. Його концептуальне тлумачення новинного дискурсу таке: «інтерес до новини (емпіричні уявлення про те, що цікавить аудиторію) – критерії новини – подія – повідомлення (результат аналізу інтересів громадськості та подій, які сюди вписуються)» (Мак-Квейл, 2010).

Над розвитком цієї теорії згодом працювали Е. Роджерсі та Дж. Діаринг. Явище “*agenda setting*” у них еволюціонувало до “*agenda building*”: замість встановлення «порядку денного» – його побудова. Дослідники проаналізували, як працює «порядок денний» і виробили чотири чинники, які його формують: «політичний (за способом подачі теми стоять передусім політичні мотиви), медійний (його встановлюють ЗМІ, зокрема, конкуренти), публічний (наскільки на ту чи іншу тему є суспільний запит), корпоративний (наявність

джерел у конкретного ЗМІ, його географічне розташування, фаховість конкретних кореспондентів тощо)» (Rogers, Dearing, 1988: 555–594).

Структура запропонованої нами моделі телевізійної верстки відображає устрій новинних випусків. Адже будь-яка новинна програма – це складний симбіоз інформації для мовлення. Вона містить сукупність матеріалів різної форми, характеру, жанрів. Новини повинні виглядати цілісно, логічно, інформація має витікати одна з одної, навіть якщо це протилежні теми.

Розглянувши 100 випусків новин як структури, що співвіднесені із суспільною реальністю, ми змоделювали їх: 1) виокремили тематику, форми її представлення, застосовані прийоми тощо; відстежили закономірності; 3) узагальнили їх; 4) показали вузлові складники й зв'язки між ними. Розроблена таким чином принципова структурна модель телевізійної верстки представлена на рисунку 1.

Отже, ми виокремили такі складники моделі телевізійної верстки:

1) принципи відбору та ранжування тем – послідовність тем і сюжетів, почерговість тематичних блоків, тематичне фокусування на певній проблематиці тощо;

2) способи представлення інформації – вибір жанрових форм матеріалів, знакової форми інформації, форматування випусків залежно від технічних можливостей, часу виходу в ефір, вибір стилістично-мовного оформлення, створення образу ведучого;

3) ефірні прийоми – драматургічне відпрацювання окремих сюжетів та поєднання їх у цілісний випуск.

Цілісність новинного випуску досягається за рахунок верстки – попереднього ескізу майбутньої інформаційної програми, за яким працює випускова група та журналісти. На кожному каналі таких груп кілька: це виробничо-творчі підрозділи редакції новин, які збирають, опрацьовують і видають в ефір матеріали (традиційно поділ на випускові групи відбувається залежно від блоку мовлення – ранкова, денна, вечірня, нічна). Тож в ідеальному варіанті виокремлені аспекти моделі функціонують синергетично, що забезпечує повноцінний і якісний випуск телевізійних новин.

Принципи відбору та ранжування тем: засадничі підходи у формуванні контенту

Усі новинні програми базуються на певних принципах відбору та ранжування тем.

Саме завдяки опертю на принципи – керівні ідеї у творенні новин – глядач отримує, по-перше, повноцінну та різнобічну інформацію, а по-друге, вибирає собі канал і програму, згідно з власними уподобаннями. Адже принципи корелюють із цінностями, світорозумінням, ідеологією, наріжними підставами професіоналізму. Ми виробили три групи принципів відбору та ранжування тем (див. рисунок 2).

Принципи контекстуальності. Значення новин залежить від контексту, в якому вони виникають. Насамперед це стосується новин із великим, широко відомим, передбачуваним контекстом. Творення новинної інформації відбувається з опертю на принципи контекстуальності різних масштабів – політичні, економічні, культурні, екологічні та інші змісти:

1) *Національна значимість* – новини вибираються за важливістю теми в офіційному національному дискурсі, зважаючи на міру громадсько-політичної важливості, пріоритетність події в контексті внутрішньої ситуації в країні.

Під час опитування керівник медіапроектів телеканалу «Україна» Дмитро Белянський наголосив, що особливо в підсумкових випусках дня й тижня головним критерієм верстки виступає суспільна значимість. Тож у сучасних умовах неможливо моделювати верстку теленовин власне за принципом хронології дня чи починати випуск із планової поїздки Президента регіонами – натомість, захоплюючи увагу телеаудиторії, випуск розпочинають з найбільш резонансної події.

2) *Світова значимість* – новини вибираються за важливістю теми в офіційному світовому, глобальному дискурсі, керуючись критеріями відбору інформації, цікавої для всього суспільства.

3) *Баланс внутрішніх і міжнародних новин* – відбір новин здійснюється завдяки вдалому симбіозу інформації з України та з-за кордону, що у підсумку робить випуск новин насиченим і багатограним.

Принципи аудиторної відповідності. Випуск новин, як інформаційний продукт, є завжди відповіддю на очікування «своїх» аудиторії, адже дає можливість глядачеві отримувати саме ту інформацію, яка є для нього найбільш значимою та актуальною, відповідно до низки факторів.

1) *Тематична відповідність* – принцип ґрунтується на важливості теми для аудиторії, культурній, географічній наближеності до аудиторії, сильному людському зацікавленні, затребуваності.

2) *Емоційність* – превалювання емоційної тональності інформації, співвідношення позитиву та негативу, створення емоційних контрастів.

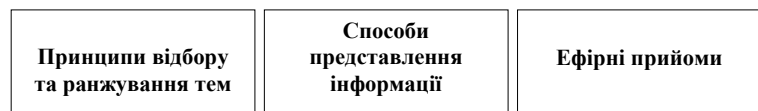


Рис. 1. Структура моделі телевізійної верстки

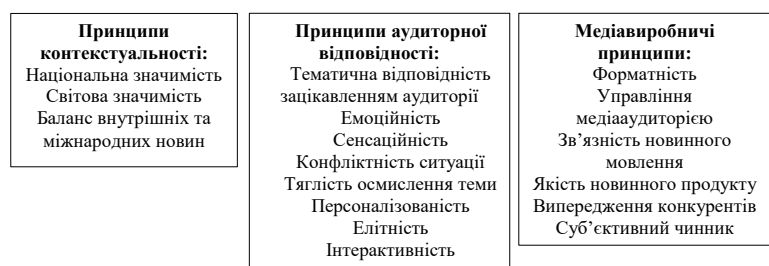


Рис. 2. Принципи відбору та ранжування тем

Головний редактор «ТСН» каналу «1+1» М. Шиленко наголосив на важливості зміни настрою в новинному випуску в площині «негатив– позитив». Смерть – життя – соціальне – проблематичне – веселе – яскраве – так він схематично представив будову телевізійної новинної програми «ТСН». «Глядач, – сказав М. Шиленко, – не повинен замислюватися над тим, щоб перемикнути канал».

3) *Сенсаційність* – несподіваність, новизна, екстраординарність, драматизм події завжди додають новинам цікавості, приваблюють глядача та, звичайно, підвищують рейтинг програми.

За словами головного редактора «ТСН» каналу «1+1» М. Шиленка, «під час відбору новин редактори «ТСН» керуються такими критеріями, як страх, смерть, скандал, сенсація, секс, сміх і гроші. Хоча б один із цих критеріїв має бути в будь-якій новині, а ще краще – кожного потроху».

4) *Конфліктність ситуації* – в основі цього принципу лежить зіткнення протилежних поглядів, інтересів, загострення суперечностей, напруження, негативний резонанс у соціально-політичній, економічній, міжнародній та інших царинах.

5) *Послідовність осмислення теми* – забезпечує тяглість дискурсу та інтеграцію новин.

6) *Персоналізованість* – принцип, в основі якого лежить подача інформації через певну особу – представника маси, що дає можливість глядачеві відчувати себе причетним до певної теми, екстраполювати побачене в телесюжеті на власний досвід.

7) *Елітність* – масовій аудиторії апріорі цікаві картини життя еліт, адже їхні стилі життя, пріоритети, впливи на життя суспільства надто відрізняються.

8) *Інтерактивність* – забезпечує ефект співпричетності, демократизує спілкування з аудиторією.

Медіавиробничі принципи. Д. Мак-Квейл дещо категорично стверджував, що «інформаційні повідомлення готують, керуючись вимогами всередині самої медіаорганізації, а не світовими реаліями. Тому жодна з моделей новин не забезпечує адекватне відображення дійсності» (Мак-Квейл, 2010).

Справді, редактори та випускові групи телеканалів застосовують процес фільтрації. Те, що вони не візьмуть у випуск, у результаті не стане новою для широкого загалу. Фільтруючи інформацію, до якої мають пріоритетний доступ, редактори та випускові групи телеканалів спираються на фундаментальні редакційні засади (концептуальні, контентні, організаційні тощо). Серед медіавиробничих принципів, на котрих постають і поширюються випуски теленовин:

1) *Форматність* – випуск новин відповідає формату медійника, тобто пов'язаний із типовими для нього темами, жанровими формами, загальним ідейним напрямом, стилем подачі матеріалів.

Д. Маккомб стверджував: «Новини – це не просто відображення реальності, а соціально сконструйована, відредагована реальність». (McCombs, 1972). На телебаченні її створюють всі суб'єкти інформаційного виробництва (журналісти, редактори, власники каналів та ін.) – від початкової ланки до кінцевої (споживача).

2) *Управління медіааудиторією* – інформаційні телепрограми скеровують громадську думку, урухомлюють аудиторію, формуючи моделі бажаної соціальної поведінки в різних аспектах (орієнтування на тих чи тих політичних лідерів, підтримка економічного курсу, поділяння цінностей тощо).

Американський дослідник Бернард Коен писав: «Пресі здебільшого не вдається сказати людям, що думати, проте з великим успіхом вдається сказати, про що думати» (Cohen, 1963).

3) *Зв'язності новинного мовлення* – окрема новина та новинний випуск загалом інтегруються з іншими – попередніми та наступними матеріалами.

Запорукою успіху випуску головний редактор «ТСН» каналу «1+1» Максим Шиленко назвав вдалі містки від теми до теми. «Приміром, можна підверстати першу тему до четвертої, якщо вони чимось схожі, а другу тему, яка, можливо, є важливішою, ніж четверта, поставити вже третьою. Тому що ця, четверта, логічно вбудована після першої». При цьому динамічність програми досягається за рахунок постійної зміни форм: великих сюжетів, маленьких, відеоповідомлень, довідок, графік тощо.

4) *Якість новинного продукту* – принцип пов'язаний із класичними журналістськими стандартами, а також іншими ознаками, які забезпечують довіру та повагу глядача: точність, достовірність, перевіреність, однозначність даних, аналітичність, креативність, видовищність, темпоритм, композиційна стрункість, комплексність, логістика й технічне забезпечення.

5) *Принцип випередження конкурентів* пов'язаний із своєчасністю, оперативністю, професійною етикою та можливістю залучити рекламу.

6) *Суб'єктивний чинник* – у телевиробництві (як і в будь-якій іншій суспільній царині) спрацьовує суб'єктивний чинник – певні редакційні рішення ухвалюються на підставі художніх і політичних вподобань шеф-редактора.

Способи представлення інформації:

варіанти репрезентації новинного контенту

У формуванні випуску теленовин проаналізованих телеканалів простежуються певні дії, системи прийомів, котрі надають можливість «упакувати» факти у власне журналістські новини.

Серед способів представлення інформації ми виділили шість груп (див. табл. 1).

Форми тематизування подій та явищ. Новинний дискурс складний: охоплює всі, без винятку, явища суспільного життя. Тож у новинарстві історично відбулося тематизування суспільних сфер і практик, сформувалися референційні фокуси, «дискурси в дискурсі» – виокремилися політичні, економічні, соціальні, культурні новини, спорт, погода тощо. При цьому новинарі використовують і цілі спеціалізовані випуски (економічні новини каналу UBR (продакшн ESG), які виходили на каналах «ЕРА»; Перший національний від НСТУ, ICTV тощо), і окремі рубрики чи підбірки матеріалів (спортивні новини на каналах «ЕРА», Перший національний від НСТУ, ICTV).

Способи представлення інформації

Форми тематизування подій та явищ: Політичні новини Економічні новини Новини культури Спортивні новини Погода та ін.	Часові форми теленовин: Ранковий випуск Денний випуск Вечірній випуск Нічний випуск Підсумковий випуск	Жанрові форми: Репортаж Спеціальний репортаж Аналітичний сюжет Огляд Інтерв'ю Коментар Дайджест Візитівка та ін.	Формати даних: Відео Аудіо Друкований текст Статичні та динамічні зображення (фото, графіка та ін.) Карти та ін.	Мовности-літературні особливості: Лексика матеріалів Образність Синтаксис	Образ студії та образ ведучого: Особливості зовнішності Мовленнєві особливості Особиста чарівність
---	--	---	--	---	--

У досліджуваному періоді українські телеканали приділяли посилену увагу політиці – внутрішній і зовнішній, до чого спричинилася і заполітизованість українського суспільства, і логіка часу; провідною темою всіх новин стала війна на Сході України та анексія Криму. У таких умовах редакціям довелося регулювати відповідні потоки новин. «До початку військових дій на території України глядачеві ICTV (канал має чоловічу аудиторію) подобалися мілітарні сюжети, – зазначив випусковий редактор програми «Факти» каналу ICTV Орест Ребманн. – Потім через ці сюжети рейтинг став просідати. Пострілів і вибухів у реальності аж забагато, тому я особисто намагаюся у новинах уникати повідомлень про війну в інших куточках світу чи про якісь військові маневри, якщо вони безпосередньо не стосуються України».

Часові форми теленовин. Хронометраж (кількість хвилин програми чи її частини в ефірі) всього випуску новин або ж окремої інформації, сюжету, безпосередньо залежить не тільки від якості та цікавості новини, а й від часу виходу програми в ефір. У новинарській практиці на телебаченні склалися типи випусків новин, які відрізняються за версткою:

1) *Ранковий випуск* – події пізнього вечора, нічні події та анонси подій дня, що починається, бекграундові сюжети, короткі форми.

2) *Денний випуск* – перші події дня вже у розвитку, прямі включення, короткі повідомлення із синхроніями, короткі репортажі, анонсування ексклюзивів.

3) *Вечірній випуск* – розлогі сюжети, повноцінні історії, топ-теми дня, короткі форми, якщо подія закінчилася перед випуском.

4) *Нічний випуск* – найголовніше, що було за день, повтор топ-сюжетів або сюжети в розвитку, лаконічна картина дня – це спосіб.

5) *Підсумковий випуск* – розширені сюжети, аналітичні сюжети, події у розвитку, гості студії з аналізом топ-тем дня.

За словами Д. Белянського, ранкові випуски новин можуть дозволити собі «рвану верстку», адже мало хто дивиться цілу програму, вдень орієнтуються більше на актуальність, адже події відбуваються просто зараз, ввечері їх вибудовують більше послідовно, вночі – підбивають підсумки або роблять новини у форматі інфотейнменту. Верстка «гарячих» новин (щогодинні чи щопівгодинні випуски) засновується передусім на гострій актуальності.

Керівник медіапроектів телеканалу «Україна» Дмитро Белянський наголосив на зміні ефірних форм. У коротких випусках одна й та сама інформація розповідається за хвилину, в підсумкових на одну тему дозволяють собі й три хвилини.

Жанрові форми. Жанр – класичний викристалізований шаблон, в якому втілюється зміст. У новинному виробництві склалися жанрові форми, на які традиційно орієнтуються і виробники інформації, і її споживачі: репортаж, спеціальний репортаж, аналітичний сюжет, огляд, інтерв'ю, коментар, дайджест, візитівка та ін. Це «робочі форми» новинарів та інтуїтивно зрозумілі вияви інформації для глядача.

Редактори теленовин, подаючи матеріали в тих чи тих жанрових формах, дають змогу глядачеві отримати різноманітні за тональністю й акцентами оперативні інформаційні повідомлення. Залежно від жанрів здійснюється планування програми.

За словами головного редактора «Подробностей» на телеканалі «Інтер» Олексія Іванова, починають випуск зазвичай із важливих моментів – із загальних тем, про які говоритимуть усі канали. Авторські сюжети чи журналістські розслідування притримують радше до середини програми, заздалегідь їх проанонсувавши. У коротких випусках драматургія «примітивніша»: там послуговуються тільки одним жанром – репортажем; розслідувань і «сторі» немає. Завдання цих випусків – розказати головні новини на конкретний момент. У тривалих випусках натомість більше жанрів: там обов'язково є розслідування, «сторі», ексклюзиви. Тож у редактора більше простору для маневру.

Формати даних. Подання інформації на телебаченні має насамперед аудіовізуальну основу. Але редактори та журналісти телевізійних новин активно використовують широкий спектр можливостей представити дані в оптимальній для сприйняття формі. Серед основних форматів даних – відео, аудіо, друкований текст, статичні та динамічні зображення (малюнки, титри, фото, графіка, таблиці тощо).

Ще кілька років тому в більшості каналів були звичайні декорації, на тлі яких ведучі проводили свої випуски. Відрізнявся лише колір «задника» та меблів. Проте подання інформації було не менш професійним, і телеканали мали рейтинги.

На 2020 р. українські телеканали активно вдаються до пошуків виразних форм представлення інформації. Наприклад, у програмі «ТСН» телеканалу «1+1», програмі «Сьогодні» телеканалу «Україна» використовується віртуальна студія, доповнена реальністю. «Сьогодні інформаційне телебачення готує розглядати телеконтент для чогось більш захопливого, чогось, що змусить повірити, що глядач взаємодіє з тим, що відбувається на екрані, чи випробувати щось, що неможливо відчувати в житті», – зазначив керівник комплексу доповненої реальності телеканалу «Україна» Олексій Гутянтов (<https://telekritika.ua/ar-vr-kak-tehnologii-primenjajutsja-ukrainskim-tv/>). Однак застосування таких спецефектів досить витратне і зазвичай безпосередньо залежить від фінансового становища каналу.

Мовностилістичні особливості. На телебаченні мова публіцистична, сугестивна, безпосередньо пов'язана з живим мовленням. На це працюють усі її аспекти: лексика матеріалів, образність, синтаксис.

Водночас телевізійні новини, залежно від редакційної концепції, мають мовностилістичні особливості. Найяскравіший приклад – мова «Вікна-новини» телеканалу СТБ. Саме з цих випусків глядачі довідалися такі слова, як «Європа» замість «Європа», «катедра» замість «кафедра», «етер» замість «ефір», «лампа» замість «лампа» тощо. Спочатку це викликало обурення, стало предметом бурхливих дискусій, особливо у вчителів. Літературний редактор каналу СТБ Віктор Кабак прокоментував: «Серед тих людей, які критикують, є і багато фахівців... Але все одно цьому треба присвячувати все життя. Треба дуже глибоко й аналітично підходити. Ми понад 10 років намагаємося це робити. Ми – це літредактори каналу СТБ. Ми все це вивчаємо, заглиблюємося, підходимо до цього дуже серйозно. Я не кажу, що в нас усе одразу виходить. Усі ми поступово вчимося, зазираємо дедалі глибше. Я не впевнений, що на це вистачить життя. Тому що дуже багато всього знищено, дуже багато приховано, стерто, спалено» (<https://www.stb.ua/ru/2009/03/20/literaturnij-redaktor-stb-viktor-kabak-svoju-movu-treba-vivchati-vse-zhittya/>). Проте згодом багато з цих слів увійшли до нового українського правопису, котрий набув чинності 03.06.2019 р.

Водночас мова новин телеканалів «Інтер», «Перший» та інших відповідає нормам попередньої редакції правопису і є звичною для пересічного глядача.

Образ студії та образ ведучого. Найсуттєвішим чинником телевізійних новин є довіра. Репутаційний актив телеканалу забезпечує стабільні перегляди, збільшує рейтинги інформаційного продукту і телеканалу.

Формування й утримання довіри великою мірою залежить від постаті ведучого новин, адже саме через особу в кадрі глядач сприймає інформацію. При цьому вплив на аудиторію здійснюється і через інтелектуальні, і через емоційні параметри. Тому в роботі телередакцій велика увага приділяється стилю ведучого та обстановці в студії, а саме таким аспектам:

1) **Особливості зовнішності** – загальнофізичні ознаки зовнішності та її елементів, демографічні та антропологічні ознаки, анатомічні ознаки зовнішності будови тіла людини та його елементів тощо.

2) **Мовленнєві особливості:** тембр голосу (звукове забарвлення голосу); інтонації (мелодики, темпу, ритму, наголосу, які загалом та одночасно організують мову фонетично); дикція (вимовляння звуків відповідно до фонетичних норм мови).

3) **Особиста чарівність** – базується на привітності та виклику довіри у глядача. Завдяки розуму, емоціям, почуттю гумору, переживанням ведучого, його стану, жестикуляції, міміці у глядача виникає особисте ставлення та причетність до дійсності.

Прийоми верстки теленовин

Новинна програма – цілісний, закінчений витвір телевізійного мистецтва. Користуючись різноманітними прийомами, усталеними способами виконання типових завдань, редактори формують верстку, відшліфовуючи кожне повідомлення випуску, зв'язно розташовують їх по випуску.

Ми виділили дві групи ефірних прийомів, які застосовуються у сучасній верстці теленовин: 1) структурно-композиційні; 2) технічні і технологічні (див. табл. 2).

Таблиця 2

Ефірні прийоми

Структурно-композиційні прийоми:	Технічні й технологічні прийоми:
Усне повідомлення (студія)	Монтаж
Life, no comments	Включення по Skype, ZOOM
БЗ (без звуку)	Пряме включення
СНХ (синхрон)	Полі-вікна
Студія+СНХ	Віртуальна студія
БЗ+СНХ (або СХ)	Доповнена реальність
Stand-up	Комп'ютерна графіка
Гість (гості) у студії	Вікна, що впливають
Використання документальних кадрів	Стилізація кадрів
Передавання слова	
Шпигель	
Шапка (заставка)	
Відбивка	
Відбивка без звуку	
Рекламна пауза	

Структурно-композиційні прийоми. Це – прийоми-зв'язки, за допомогою яких досягається цілісна побудова новинного випуску загалом і кожного сюжету зокрема. Їх застосування дає змогу утримувати увагу

глядача – маніпулювати з динамікою, драматизмом, змінювати темп і настрій, переходити від теми до теми, часом не просто іншої, а кардинально протилежної. Застосовуючи їх, редактори саме таким чином подають інформацію в ефір, залежно від часу виходу новин, наповнення, цікавості та актуальності самої інформації, а також, зважаючи на хронометраж випуску новин.

- 1) *Усне повідомлення (студія)* – ведучий у студії начитує текст без відео.
- 2) *Студія+СНХ* – ведучий у студії начитує текст без відео+коментарі.
- 3) *Life, no comments* – відео з інтершумом – жива картинка без коментарів ведучого чи журналіста.
- 4) *БЗ (без звуку)* – ведучий у студії начитує текст (підводку) з відеосупроводом.
- 5) *СНХ (або СХ)* – синхрон – коротка, вирізана частина інтерв'ю, коментар.
- 6) *БЗ+СНХ* – без звуку+синхрон – ведучий у студії начитує текст (підводку) з відеосупроводом, одразу за яким слідує синхрон – коротка, вирізана частина інтерв'ю, коментар.
- 7) *Stand-up* – текст журналіста на камеру (журналіст з'являється в кадрі).
- 8) *Гість (гості) у студії* – інтерв'ю в студії; розмова з гостем у приміщенні студії.
- 9) *Використання документальних кадрів* – прийом, що підсилює аналітичний і історичний аспекти. Він використовується, як правило, у аналітичних або бекграундових сюжетах.
- 10) *Передавання слова* – плавний перехід до розгортання певної теми чи до нової інформації, наприклад, новин спорту чи іншої програми.
- 11) *Шпигель* (новинний анонс) – прийом попереднього оповіщення про наступні теми програми.
- 12) *Шапка (заставка)* – визначення назви програми на початку, в середині чи наприкінці випуску програми.
- 13) *Відбивка* – коротка заставка в середині програми, що нагадує назву програми або дає змогу перейти до іншої теми.
- 14) *Відбивка без звуку* – коротка заставка в середині програми, існує для нагадування про назву програми або ж для переходу до іншої теми після трагічної, негативної інформації (катастрофа, смерть тощо).
- 15) *Рекламна пауза* – окрім прямої місії рекламувати, виконує функцію переходу до чергової частини програми, замінює відбивку.

Технічні й технологічні прийоми. Йдеться про комплекс прийомів, пов'язаних із власне технічними моментами виробництва телевізійних новин, насамперед із новітніми відеотехнологіями:

- 1) *Зйомка* – виїзд телевізійної групи на певну подію за зніманням відеокамерою чи іншим пристроєм.
- 2) *Монтаж* – переробка відео- або аудіоматеріалу.
- 3) *Пряме включення (наживо)* – вихід в ефір в реальному часі – безпосередня передача телевізійного сигналу з місця події в ефір.
- 4) *Включення по Skype, ZOOM* – вихід в ефір в реальному часі – прийом, пов'язаний з Інтернет-технологією, завдяки якій можна включити гостя чи журналіста в прямий ефір або зробити запис інтерв'ю, не виїжджаючи на зйомку.
- 5) *Полі-вікна* – комп'ютерна технологія – певні рамки задля показу одночасного виходу в ефір кількох осіб.
- 6) *Віртуальна студія* – зйомка на так званому Рірі – задньому екрані з однокольоровим фоном, це прийом, де впливають тексти, малюнки, люди, голограми тощо.
- 7) *Комп'ютерна графіка* – підсилення аудіовізуального ефекту, тобто малюнки, таблиці, діаграми, фото, титри тощо.
- 8) *Графіка* – малюнки, титри, таблиці та інші спецефекти на екрані.
Елемент комп'ютерної графіки, коли в окремій рамці на екрані з'являється, окрім ведучого, інша людина чи відео називається *вікнами, що спливають*.
- 9) *Стилізація кадрів* – підкреслена імітація певного стилю відео, наприклад, чорно-біле зображення, ефект кіноплівки.

Висновки. Модель верстки – типовий підхід у формуванні випусків теленовин. Як послідовний підхід до організації контенту модель верстки визначає основу «порядку денного», інформаційні акценти, тематизує трансльовану картину світу.

Структура моделі верстки телевізійних новин включає в себе: 1) принципи відбору та ранжування тем; 2) способи представлення інформації; 3) ефірні прийоми.

Принципи відбору та ранжування тем (контекстуальності, аудиторної відповідності, медіавиробничі принципи) пов'язані з керівними підходами до відбору та ранжування тем, фундаментальними ідейними засадами творення новин.

Способи представлення інформації (форми тематизування подій та явищ, часові форми теленовин, жанрові форми, формати даних, мовностилістичні особливості, образ студії та образ ведучого) пов'язані з керівними підходами формування випуску теленовин, системами прийомів, котрі надають можливість скласти повноцінний інформаційний випуск, а саме: з новинарським дискурсом, з хронометражем, з жанровими формами отримання оперативної інформації, із широким спектром форматів для оптимального сприйняття, з живим телевізійним мовленням, з довірою до постаті ведучого.

Прийоми верстки теленовин (структурно-композиційні, технічні та технологічні) пов'язані з керівними підходами прийомів, завдяки яким новинна програма має структурований вигляд, сформовану верстку. Задля донесення до аудиторії інформації з професійно виокремленими матеріалами, зв'язно розташованими по випуску, використовуються прийоми-зв'язки, за допомогою яких досягається цілісна побудова новинного випуску, а також прийоми, пов'язані насамперед з новітніми відеотехнологіями.

В умовах сучасного телевізійного виробництва відпрацьована модель верстки новин є основою для оперативної та згодженої підготовки випуску, керування дискурсом телеканалу. Водночас модель верстки теленовин – інструмент вивершення інформаційної картини дня, чинник управління аудиторією, запорука впізнаваності каналу.

Телеканалам задля досягнення успіху в умовах конкурентного середовища слід приділяти велику увагу розробленню та удосконаленню моделі верстки теленовин за всіма її аспектами (підходи у відборі тем і контенту, способи та прийоми їх інтерпретації).

Список використаних джерел:

1. Cohen B.C. The Press and Foreign Policy. Princeton, N.J., Princeton University Press, 1963. ix, 288 p.
2. URL: http://eprints.kname.edu.ua/10895/1/%D0%A1%D0%B8%D1%81%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7_1_8%D0%BD.pdf.
3. URL: https://detector.media/doc/images/news/archive/2016/136017/AReport_Massmedia_Feb2018_v2.pdf.
4. URL: <https://detector.media/infospace/article/164308/2019-03-21-dzherela-informatsii-mediagramotnist-i-rosiiska-propaganda-rezultati-vseukrainskogo-opituvannya-gromadskoi-dumki/>.
5. URL: <https://telekritika.ua/ar-vr-kak-tehnologii-primenjajutsja-ukrainskim-tv/>.
6. URL: <https://www.stb.ua/ru/2009/03/20/literaturnij-redaktor-stb-viktor-kabak-svoyu-movu-treba-vivchati-vse-zhittya/>.
7. Lewin Kurt. Frontiers in Group Dynamics. *Human Relations*, V. 1. No. 2, 1947. p. 145.
8. Lippmann W. Public Opinion. New York : Macmillan. 1922.
9. McCombs, Maxwell E. “The Agenda-Setting Function of Mass Media”. *Public Opinion Quarterly*. 36 (2). 1972. DOI:10.1086/267990. ISSN 0033-362X.
10. Rogers E., Dearing J. Agenda-setting research: Where has it been, where is it going? *Communication Year book*. 1988. Vol. 11. Pp. 555–594.
11. White D.M. The “Gatekeepers”: a case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*. Vol. 27. 1950. Pp. 383–390.
12. Борецкий Р.А. Верстка телевизионной программы. Телевизионная программа. Москва : НМО КРТ, 1967. С. 139–179.
13. Лопатъев А.О. Моделивання як методологія пізнання. *Теорія та методика фізичного виховання*. 2007. № 8.
14. Луман Н. Истина, знание, наука как система. / Вступительная статья и перевод А.Ю. Антоновского. Москва : Логос, 2016. 410 с.
15. Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории / Пер. с нем. И.Д. Газиева ; Под ред. Н.А. Головина. Санкт-Петербург : Наука, 2007. 641 с
16. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів : Літопис, 2010. 537 с.
17. Федорів Т.В. Випуск теленовин: головні інструменти верстки. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1259>.

References:

1. Cohen, B.C. (1963). The Press and Foreign Policy. Princeton, N.J., Princeton University Press, ix, 288 p.
2. Retrieved from: http://eprints.kname.edu.ua/10895/1/%D0%A1%D0%B8%D1%81%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7_1_8%D0%BD.pdf.
3. Retrieved from: https://detector.media/doc/images/news/archive/2016/136017/AReport_Massmedia_Feb2018_v2.pdf.
4. Retrieved from: <https://detector.media/infospace/article/164308/2019-03-21-dzherela-informatsii-mediagramotnist-i-rosiiska-propaganda-rezultati-vseukrainskogo-opituvannya-gromadskoi-dumki/>.
5. Retrieved from: <https://telekritika.ua/ar-vr-kak-tehnologii-primenjajutsja-ukrainskim-tv/>.
6. Retrieved from: <https://www.stb.ua/ru/2009/03/20/literaturnij-redaktor-stb-viktor-kabak-svoyu-movu-treba-vivchati-vse-zhittya/>.
7. Lewin, Kurt. (1947). Frontiers in Group Dynamics. *Human Relations*, V. 1. No. 2, p. 145.
8. Lippmann, W. (1922). Public Opinion. New York: Macmillan.
9. McCombs, Maxwell, E. (1972). “The Agenda-Setting Function of Mass Media”. *Public Opinion Quarterly* 36 (2). DOI: 10.1086/267990. ISSN 0033-362X.
10. Rogers, E., Dearing, J. (1988). Agenda-setting research: Where has it been, where is it going? *Communication Year book*. Vol. 11. P. 555–594.
11. White, D.M. (1950). The Gatekeepers: a case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*. Vol. 27. P. 383–390.
12. Boretskyi, R.A. (1967). Verстка televizyonnoi prohrammyi. Televizyonnaia prohramma. [Layout of a television program. TV program] Moskva: NMO KRT. S. 139–179.
13. Lopatiev, A.O. (2007). Modeliuvannya yak metodolohiia piznannia [Modeling as a methodology of cognition] *Teoriia ta metodyka fizychnoho vykhovannia*. [Theory and methods of physical education]. No. 8.
14. Luman, N. (2016). Ystyna, znanye, nauka kak systema [Truth, knowledge, science as a system]. / Vstupytelnaia statia y perevod A. Yu. Antonovskoho. Moskva: Lohos, 410 s.
15. Luman, N. (2007). Sotsyalnye systemyi. Ocherk obshchei teoryy [Social systems. Essay on general theory] / Per. s nem. Y.D. Hazyeva; Pod red. N.A. Holovyna. Sankt-Peterburg: Nauka. 641 s.
16. Mak-Kveil, D.(2010). Teoriia masovoi komunikatsii [Mass Communication Theory]. Lviv: Litopys, 537 s.
17. Fedoriv, T.V. Vypusk telenovyn: holovni instrumenty verstky [TV news: the main tools of typesetting]. Retrieved from: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1259>.