ISSN 2522-1272
online ISSN 2786-8532

Scientific Notes of Institute of Journalism, T. 1 (84) 2024

Journal homepage: http://www.scientific-notes.com/

ТЕЛЕБАЧЕННЯ І РАДІО

https://doi.org/10.17721/2522-1272.2024.84.7

UDC 007:654.197

The Foundational Structure of Television News Layout: a Standardized Approach in News Production

Dmytro Telenkov

https://orcid.org/0000-0001-9615-0342

honored journalist of Ukraine, Lecturer of the Department of Cinematography and TV Arts Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv,
36/1 Illienka St., Kyiv, 04119, Ukraine

Corresponding author's e-mail address: dmitrytelenkov@gmail.com

ABSTRACT

This research introduces an original definition of the «news layout model,» emphasizing its significance as a conventional approach in crafting news broadcasts. The study reveals that the architecture of this model encompasses the principles of selection and ranking of topics, methodologies for information presentation, and on-air techniques. These components are inherently linked to strategic approaches in topic selection and ranking, which are grounded in the foundational principles of news creation. The presentation methods relate to the overarching strategies for assembling a news broadcast, employing a system of techniques that enable the creation of a comprehensive information segment. Meanwhile, the layout techniques are aligned with strategic approaches that ensure the news program is structured and visually organized.
In the rapidly evolving landscape of television production, the meticulously developed news layout model stands as a cornerstone for swift and coordinated preparation of news segments, thereby facilitating channel discourse management.

KEYWORDS: Television layout; information modeling; TV news; news layout model; principles; methods; techniques; agenda.

©, Dmytro Telenkov 2024

© 2024 Scientific Notes of Institute of Journalism

ISSN 2522-1272
online ISSN 2786-8532

УДК 007:654.197

Базова структура верстки телевізійних новин: стандартизований підхід до виробництва новин

***Теленков Дмитро Владиславович**, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Навчально-науковий інститут журналістики, викладач, заслужений журналіст України, https://orcid.org/0000-0001-9615-0342.*

Резюме

Метою цього дослідження є розробка фундаментальної структурної моделі новинних випусків провідних українських телеканалів. Представлено оригінальне визначення поняття «модель верстки новин», що підкреслює її значення як традиційного підходу до створення новинних програм. У дослідженні використано різноманітні наукові методи, зокрема відбір фактів (проаналізовано матеріали зі 100 випусків новин провідних українських телеканалів), класифікацію, моделювання, опитування Дослідження показує, що архітектура цієї моделі охоплює принципи відбору та ранжування тем, методологію подання інформації та ефірні прийоми. Ці компоненти нерозривно пов'язані зі стратегічними підходами до відбору та ранжування тем, які ґрунтуються на засадничих принципах створення новин. Методи подачі інформації стосуються загальних стратегій побудови випуску новин, які передбачають використання системи прийомів, що дають змогу створити цілісний інформаційний сегмент. Водночас методи верстки узгоджуються зі стратегічними підходами, які забезпечують структурованість і візуальну організацію програми новин.
Ретельно розроблена модель верстки новин є наріжним каменем для швидкої та скоординованої підготовки новинних сегментів, полегшуючи таким чином управління дискурсом телевізійного каналу.

Ключові слова: телевізійна верстка; інформаційне моделювання; телевізійні новини; модель верстки новин; принципи; методи; прийоми; порядок денний.

1. Вступ

Дослідження спрямоване на з'ясування ролі верстки телевізійних новин у визначенні способу подачі та розташування важливої інформації в програмі. Редакційні та виробничі команди, керуючись інформаційною політикою каналу, формують верстку телевізійних новин для максимального впливу на свою аудиторію. Цей процес підкреслює незмінну актуальність концепції громадської думки В. Ліппмана, який стверджував, що медіа є первинною ланкою між глобальними подіями та сприйняттям громадськості, зрештою, формуючи те, як ці події засвоюються (Lippmann, 1922). Саме в цьому контексті працює верстка новин, спрямована на те, щоб справити певний вплив.

Як для теоретиків соціальних комунікацій, так і для журналістів-практиків основним завданням є розробка успішної моделі – набору принципів, методів і прийомів, які можуть структурувати та об'єднати щоденні чи щотижневі новини в цілісний наратив. Вирішення цього завдання є особливо актуальним у нинішніх умовах:

© 2024 Наукові записки Інституту журналістики

- протягом багатьох років телебачення було потужним медіа-комунікатором. Найвищими рейтингами користувалися і користуються випуски новин, що підкреслює потребу аудиторії у своєчасній та достовірній інформації про важливі суспільні події;
- структура сучасних телевізійних новин постійно розвивається та урізноманітнюється. 15-20 років тому, коли програми новин мали єдину структуру, в центрі якої була політика, за нею йшли економіка, соціальні питання та культура, зі схожим форматом подачі матеріалу. Нині ландшафт змінився. Телеканали розширили свій наративний інструментарій, досліджуючи інноваційні підходи до залучення аудиторії. Різноманітність моделей верстки значно зросла, особливо в контексті останніх подій в Україні та світі.
- використовуючи різні моделі верстки, редакційні та виробничі команди не лише підвищують інтерес глядачів, а й сприяють підвищенню рейтингів каналів, що має вирішальне значення для надходжень від реклами.

Незважаючи на важливість моделі верстки новин як об'єкта дослідження, нині в теорії соціальних комунікацій не існує надійного теоретичного підґрунтя для підтримки журналістських практик у цій сфері. Актуальність цього дослідження зумовлена насамперед професійним запитом.

Метою цього дослідження є розробка фундаментальної структурної моделі новинних випусків провідних українських телеканалів.

2. Теоретичне підґрунтя

В основі цієї статті лежить концепція, що розглядає верстку телевізійних новин як систему, що складається з численних взаємопов'язаних елементів, які утворюють єдине ціле. Таким чином, фундаментальною теоретичною основою дослідження є теорія систем – науковий напрям, що вивчає закони розвитку, функціонування та взаємодії складних систем. Вона формує знання про світ як сукупність систем різної складності та рівнів, що взаємодіють між собою. Цей загальнотеоретичний підхід ґрунтується на діалектичних методах, об'єднуючи знання з філософії, прикладної математики, епістемології та інших наукових дисциплін.

Серед ключових праць з теорії систем, які вивчалися, – Ніклас Луман «Соціальні системи: Нарис загальної теорії» (Luhmann, 2007) та «Істина, знання, наука як системи» (Luhmann, 2016). Ці праці спрямовують авторську інтерпретацію верстки телевізійних новин як системи та допомагають моделювати різні її компоненти, визначаючи головні, основоположні та конструктивно важливі елементи.

Процес моделювання верстки телевізійних новин передбачає визначення найважливіших тем, композиційних схем і форматів телевізійних сюжетів у межах зібраного емпіричного матеріалу (змісту випусків телевізійних програм). Цей підхід спирається на теорію «встановлення порядку денного», яку вивчали такі вчені, як В. Ліппманн, М. Маккомбс, Д. Шоу, Б. Коен, Е. Роджерс, Д. Дірінг, Ю. Вестерсталь, Ф. Йоханссон, Д. Мак-Квейл, К. Левін, Д. Уайт, Д.Т. Макнеллі, Е. Басс, Ю. Гальтунг, М. Руге, Д.Р. Функгаузер. Ці дослідники зосереджували увагу передусім на впливі верстки на свідомість реципієнта, а не на журналістській структурі новин чи їхніх блоків.

Поняття «gatekeeping» тісно пов'язане з версткою новин. Вперше його ввів американський дослідник Курт Левін (Lewin, 1947), який описав канали комунікації як такі, що містять низку «воріт», через які інформація повинна пройти, перш ніж потрапити до аудиторії. Девід Уайт розвинув цю концепцію у своєму дослідженні «Вартовий воріт: Приклад відбору новин» (White, D.M., 1950), де він проаналізував роль газетних редакторів у відбо-

© 2024 Scientific Notes of Institute of Journalism

ISSN 2522-1272
online ISSN 2786-8532

рі новин. Ці критерії відбору новин, встановлені ще в минулому столітті, залишаються актуальними та використовуються більшістю сучасних редакторів.

В українському журналістикознавстві дослідники верстки новин менш поширені. Перші згадки та визначення щодо верстки телевізійних новин можна знайти у 1960-х роках. Тоді верстка розглядалась як розташування різних телевізійних матеріалів і передач протягом доби з урахуванням тематичної широти, жанрової різноманітності, використання телевізійних засобів і композиційних прийомів.

Наступні дослідження, такі як «Технологія телевізійних новин» М. Недопитанського (Недопитанський, 2006) та «Випуск телевізійних новин: Основні інструменти верстки» Т. Федорів (Федорів, 2004), спираються на ці засади, причому праця Т. Федорів аналізує праці як вітчизняних, так і зарубіжних авторів.

Проаналізовані теоретичні напрацювання, а також результати попередніх досліджень дозволили розробити оригінальну концепцію моделі верстки новин.

3. Методи дослідження

У дослідженні використано аналіз, синтез, порівняння, відбір фактів, класифікацію та моделювання. Ці методи допомогли дослідити структурні моделі верстки новин, а також принципи, методи і прийоми, що лежать в основі сучасної подачі телевізійних новин.

У 2013-2020 рр. було проведено авторське емпіричне дослідження шляхом опитування 35 випускових і головних редакторів провідних телеканалів. Опитування були зосереджені на законах, принципах, методах і підходах до поточної верстки телевізійних новин. Ці топменеджери відігравали вирішальну роль у відборі новин, розподілі часу, налаштуванні ракурсів, редагуванні матеріалів і загальному формуванні контенту випуску новин, зрештою, формуючи структурну модель верстки новин.

Крім того, для дослідження було зібрано матеріали зі 100 випусків новин провідних українських телеканалів, серед яких: «Інтер» (Подробиці), «1+1» (ТСН), «Україна» (Події. Сьогодні), «СТБ» (Вікна), ICTV (Факти), «Новий» (Абзац), «Перший» (Новини), «Ера» (Підсумки), «5 канал» (Час. Підсумки дня).

Ці передачі були піддані дискурс-аналізу з метою вивчення нюансів інтерпретації фактів політичного, соціального та культурного значення, а також лінгвістичних прийомів, що використовуються для фокусування уваги аудиторії на конкретних фактах.

4. Результати і обговорення

Поняття «модель верстки телевізійних новин» не мало поширення в академічному дискурсі, але інтуїтивно використовується в журналістській практиці. Під час інтерв'ю це поняття згадували Дмитро Белянський (телеканал «Україна»), Олександр Пилипець (телеканал «Інтер»), Михайло Шаманов (телеканал «Новий»). Крім того, Олексій Іванов (телеканал «Інтер»), Володимир Лукін (телеканал «Ера») та Едуард Лозовий (телеканал «Україна») використовували термін «схема», тоді як Валерій Тетерятник (телеканал «Ера»), Таїсія Турчин (5 канал) та Орест Ребман (ICTV) надавали перевагу «структурі», а Мар'яна Бухан (телеканал «1+1») та Світлана Коляда (телеканал «Перший») назвали її «типом». Таким чином, досвідчені новинарі визнають існування певних фундаментальних закономірностей у створенні новинного контенту, які варіюються від каналу до каналу.

Це визнання спонукало автора виявити та задокументувати ці патерни на основі матеріалу, зібраного за допомогою дискурс-аналізу 100 новинних програм на цих каналах. Виявлено, що хоча верстка новин на різних каналах може відрізнятися, їх загалом можна віднести до фундаментального підходу або інтелектуального конструкту – структурної моделі телевізійної верстки.

© 2024 Наукові записки Інституту журналістики

Пропоную оригінальне визначення: *модель верстки телевізійних новин – це типовий набір принципів, методів і прийомів, якими користується знімальна група для створення випусків новин*. На цю модель впливають редакційна політика, особливості аудиторії, поточна суспільна ситуація, хронометраж мовлення тощо. Як системний підхід до організації контенту, модель верстки визначає основу «порядку денного», інформаційні акценти, тематизує зображувану картину світу.

Розроблена автором структурна модель телевізійного макета належить до абстрактних систем, тобто є теоретико-методологічною системою, яка може описувати як загальні, так і специфічні властивості організаційної структури телевізійних новин, взаємозв'язки між елементами цілісного інформаційного випуску та його інтеграцію в загальну концепцію каналу як складного контентного об'єкта.

Моделювання складне, трудомістке та відповідальне наукове завдання. Іноді дослідження на основі моделей є єдиним можливим способом експериментального вивчення технологічних процесів. Наприклад, процеси, які тривають роками, можна оперативно вивчати за допомогою моделей, і навпаки, швидкоплинні процеси іноді аналізуються протягом тривалого часу за допомогою моделей. До моделювання також звертаються тоді, коли вивчення реальних об'єктів у всіх їхніх властивостях є недоцільним, незручним або неможливим. Глибокий аналіз структури новин кожного українського телеканалу може тривати десятиліттями. Моделювання та структурні моделі можуть дати більш швидкі відповіді та більш повне розуміння феномену телевізійних новин.

Розроблена автором універсальна модель телевізійної верстки, можливо, не відповідає на всі питання телевізійного виробництва, але узагальнює практики і передає найбільш функціонально характерні властивості.

Звичайно, будь-яка модель відображає поточний рівень розуміння. Таким чином, запропонована модель верстки телевізійних новин неминуче підлягає оновленню разом з еволюцією самої верстки новин.

Стверджуючи концепцію моделі верстки телевізійних новин як комунікаційної технології, заглиблюємося в парадигму, що склалася в теорії соціальних комунікацій. Д. Мак-Квейл (Mak-Kveil, 2010) визначив теорію «встановлення порядку денного» як технологію масової комунікації, концептуалізуючи новинний дискурс як послідовність від суспільного інтересу (емпіричного сприйняття того, що цікавить аудиторію) до критеріїв новин, подій і, нарешті, повідомлення (результату аналізу суспільних інтересів і підбору подій).

Цю теорію розвинули Е. Роджерс і Д. Дірінг (Rogers, Dearing, 1988), перетворивши поняття «встановлення порядку денного» на «побудову порядку денного». Замість того, щоб просто встановлювати «порядок денний», мова йде про його конструювання. Вони проаналізували, як працює «порядок денний», і виокремили чотири фактори, що його формують: політичний (політичні мотиви диктують насамперед подання теми), медійний (встановлюється ЗМІ, особливо серед конкурентів), суспільний (ступінь суспільного попиту на тему) та корпоративний (ґрунтується на ресурсах ЗМІ, географічному розташуванні, досвіді конкретних кореспондентів тощо).

Запропонована структура моделі верстки телевізійних новин відображає організацію випусків новин. Програма новин – це складне поєднання інформації, призначеної для трансляції, що охоплює різноманітні за формою, характером і жанром матеріали. Новини мають виглядати цілісними та логічними, інформація має плавно перетікати з одного сюжету в інший, навіть якщо вони стосуються протилежних тем.

Розглядаючи 100 випусків новин як структури, що співвідносяться із суспільною реальністю, змоделюємо їх шляхом 1) виокремлення тем, форм подачі, застосованих прийомів тощо; 2) виявлення закономірностей; 3) узагальнення цих закономірностей; 4) демонстра-

© 2024 Scientific Notes of Institute of Journalism

ISSN 2522-1272
online ISSN 2786-8532

ції ключових компонентів та їхніх взаємозв'язків. Таким чином, розроблено фундаментальну структурну модель телевізійної верстки.

Отже, виділимо такі компоненти моделі верстки телевізійних новин:

1. **Принципи відбору та ранжування тем –** послідовність тем та історій, чергування тематичних блоків, тематичний фокус на конкретних питаннях тощо.
2. **Методи подачі інформації –** вибір жанрових форм матеріалів, знакова форма подачі інформації, форматування ефірів з урахуванням технічних можливостей, хронометраж ефіру, вибір стилістичного та мовного оформлення, створення іміджу ведучого.
3. **Ефірні прийоми –** драматургічний розвиток окремих сюжетів та їх інтеграція в цілісний ефір. Цілісність випуску новин досягається завдяки верстці – попередньому ескізу майбутньої інформаційної програми, за яким працюють продакшн-команда та журналісти. На кожному каналі є кілька таких команд: це виробничо-творчі підрозділи редакції новин, які збирають, обробляють і випускають в ефір матеріали (традиційно поділ на виробничі команди відбувається за блоком мовлення – ранок, день, вечір, ніч).

В ідеальному сценарії визначені аспекти моделі функціонують синергетично, забезпечуючи всебічне та якісне мовлення телевізійних новин.

Стверджуючи, що моделі верстки телевізійних новин є формою комунікаційної технології, розширюємо парадигму, яка бере свій початок у теорії соціальних комунікацій. Д. Мак-Квейл дещо категорично стверджував, що «інформаційні повідомлення готуються, керуючись запитами всередині самої медіаорганізації, а не глобальними реаліями. Тому жодна з моделей новин не забезпечує адекватного відображення реальності» (McQuail, 2010). Справді, редактори та виробничі команди телеканалів застосовують процес фільтрації, визначаючи, що стане новиною для широкої аудиторії. Фільтруючи інформацію, до якої вони мають пріоритетний доступ, ці команди покладаються на фундаментальні редакційні принципи (концептуальні, пов'язані з контентом, організаційні тощо).

Серед принципів медіавиробництва, які формують випуски новин, є такі:

1. **Відповідність формату –** випуск новин відповідає формату ЗМІ, що передбачає типові теми, жанрові форми, загальне ідеологічне спрямування та стиль подачі. Д. Маккомбс стверджував: «Новини – це не просто відображення реальності, а соціально сконструйована, відредагована реальність» (McCombs, 1972). Телебачення створює цю реальність через усіх суб'єктів, залучених до виробництва інформації – від журналістів і редакторів до власників каналів – від початкової ланки до кінцевого споживача (аудиторії).
2. **Управління медіа-аудиторією –** Інформаційні телевізійні програми спрямовують громадську думку, мобілізують аудиторію, формуючи моделі бажаної соціальної поведінки в різних аспектах (орієнтація на політичного лідера, підтримка економічного курсу, поділ цінностей тощо). Американський дослідник Бернард Коен зазначав: «Преса досягає успіху не в тому, що говорити людям, що думати, а в тому, про що думати» (Cohen, 1963).
3. **Зв'язність новин –** окремі сюжети та випуск новин в цілому інтегруються з іншими матеріалами – як попередніми, так і наступними. Успіх випуску, на думку Максима Шиленка, шеф-редактора «ТСН» на каналі «1+1», залежить від умілого переходу від однієї теми до іншої, логічного зв'язку між темами, навіть якщо вони розташовані в ефірі не послідовно.
4. **Якість новинного продукту –** цей принцип пов'язаний з класичними журналістськими стандартами та іншими характеристиками, які забезпечують довіру та повагу глядача: точність, достовірність, перевірка, чіткість даних, аналітична глибина, креативність, видовищність, темп, композиційна стрункість, комплексність, логістика та технічне забезпечення.
5. **Випередження конкурентів –** пов'язане зі своєчасністю, оперативністю, професійною етикою та здатністю залучати рекламу.

© 2024 Наукові записки Інституту журналістики

ISSN 2522-1272
online ISSN 2786-8532

6. **Суб'єктивний фактор –** у телевізійному виробництві (як і в будь-якій соціальній сфері) відіграють роль суб'єктивні чинники – певні редакційні рішення ухвалюються на основі художніх і політичних уподобань головного редактора.

Методи подачі інформації: Варіанти представлення новинного контенту

Аналізуючи формування новинних випусків на різних телеканалах, можна виокремити певні дії та системи прийомів, які уможливлюють «пакування» фактів у журналістські новини. Виокремлено шість груп прийомів подачі інформації.

1. Форми тематизації подій та явищ. Дискурс новин має складну структуру, що охоплює всі без винятку явища суспільного життя. Так, у журналістиці історично склалася тематизація соціальних сфер і практик, формування референтних фокусів і «дискурсів у дискурсі» – виокремлення політичних, економічних, соціальних, культурних новин, новин спорту, погоди тощо. Новинні ЗМІ використовують як цілі спеціалізовані випуски (наприклад, економічні новини на каналі UBR, який транслювався на ЕРА; Перший національний НСТУ, ICTV тощо), так і окремі рубрики чи добірки матеріалів (спортивні новини на ЕРА, Першому національному НСТУ, ICTV).

2. Структурно-композиційні прийоми: Створення зв'язності в новинному мовленні. Структурно-композиційні прийоми, або прийоми зв'язності, використовуються для досягнення цілісної побудови випуску новин загалом і кожного сюжету зокрема. Застосування цих прийомів дає змогу утримувати увагу глядача, маніпулюючи динамікою, драматизмом, змінюючи темп і настрій, плавно переходячи від однієї теми до іншої, іноді до кардинально відмінної. Редактори подають інформацію в ефірі, залежно від часу виходу новин, їхнього змісту, цікавості, актуальності та тривалості випуску, за допомогою таких прийомів:

- Студійний дикторський текст (студія) – ведучий у студії читає текст без відео.
- Студія + вокс-поп (Studio + Vox Pop) – ведучий у студії читає текст без відео + коментарі.
- Live, No Comments – відео з навколишнім звуком – прямий ефір без коментарів ведучого чи журналіста.
- Голос за кадром (VO) – ведучий у студії читає вступне слово з відеосупроводом.
- Sound Bite (SOT або Vox Pop) – коротка, відредагована частина інтерв'ю чи коментаря.
- Голос за кадром + саунд-біт (VO+SOT) – ведучий у студії читає вступ з відеосупроводом, після чого йде саунд-біт – коротка, змонтована частина інтерв'ю чи коментаря.
- Стендап – текст журналіста на камеру (журналіст з'являється в кадрі).
- Гість (гості) студії – інтерв'ю в студії; розмова з гостем у студії.
- Використання документальних матеріалів – метод, який посилює аналітичні та історичні аспекти, зазвичай використовується в аналітичних або довідкових матеріалах.
- Перехід – плавний перехід до розвитку певної теми або до нової інформації, наприклад, спортивних новин чи іншої програми.
- Тизер (News Tease) – техніка попереднього повідомлення про майбутні теми програми.
- Послідовність заголовків (бампер) – визначає назву програми на початку, в середині або в кінці трансляції.
- Break Bumper – коротка заставка в середині програми, що нагадує назву програми або дозволяє перейти до іншої теми.

© 2024 Scientific Notes of Institute of Journalism

ISSN 2522-1272
online ISSN 2786-8532

- Тихий бампер – короткий бампер в середині програми, який використовується для нагадування назви програми чи переходу до іншої теми після трагічної чи негативної інформації (катастрофа, смерть тощо).
- Рекламна пауза – окрім своєї основної рекламної функції, є переходом до наступної частини програми, замінюючи заставку.

3. Технічні та технологічні прийоми охоплюють набір прийомів, пов'язаних із технічними аспектами виробництва телевізійних новин, насамперед із новітніми відеотехнологіями:

- Зйомка – телевізійна команда вирушає на подію, щоб записати матеріал за допомогою відеокамери або іншого пристрою.
- Монтаж – обробка відео- або аудіоматеріалу.
- Пряма трансляція – трансляція в режимі реального часу, безпосередньо передаючи телевізійний сигнал з місця події.
- Skype, Zoom Inclusion – трансляція в режимі реального часу з використанням інтернет-технологій, що дає змогу гостю або журналісту брати участь у прямому ефірі або записувати інтерв'ю без зйомки на місці.
- Мульти-вікно – комп'ютерна технологія, яка створює кадри для одночасного показу кількох людей в ефірі.
- Віртуальна студія – зйомки на зеленому екрані, техніка, яка дозволяє з'являтися текстам, малюнкам, людям, голограмам тощо.
- Комп'ютерна графіка – посилення аудіовізуального ефекту, тобто малюнків, таблиць, діаграм, фотографій, титрів тощо.
- Графіка – малюнки, заголовки, таблиці та інші спеціальні ефекти на екрані. Особлива форма комп'ютерної графіки – це коли, крім ведучого, інша людина чи відео з'являється в окремому кадрі на екрані, відомому як спливаюче вікно.
- Стилізація кадру – підкреслена імітація певного стилю відео, наприклад, чорно-білого зображення, ефекту плівки.

5. Висновки

Модель верстки новин є стандартним підходом у створенні телевізійних випусків новин. Як системний метод організації контенту, модель верстки створює основу для «порядку денного», інформаційних приводів і тематизує трансльовану картину світу.

Структура моделі верстки телевізійних новин охоплює:

1) Принципи відбору та ранжування тем.
2) Методи подачі інформації.
3) Ефірні техніки.

Принципи відбору та ранжування тем, серед яких контекстуальна релевантність, відповідність аудиторії та принципи медіа-виробництва, пов'язані з керівними підходами у відборі та ранжуванні тем. Ці принципи ґрунтуються на фундаментальних ідеологічних засадах створення новин.

Методи подачі інформації – тематизація подій, часові форми новин, жанрові форми, формати даних, стилістичні та мовні особливості, імідж студії та ведучого – пов'язані з провідними підходами у формуванні інформаційного випуску новин. Ці методи передбачають систему прийомів, які дають змогу змонтувати цілісний інформаційний випуск, а саме: з журналістським дискурсом, тривалістю, жанровими формами для отримання оперативної інформації, широким діапазоном форматів для оптимального сприйняття, прямим ефіром, довірою до постаті ведучого.

© 2024 Наукові записки Інституту журналістики

Зрештою, модель верстки новин є відображенням цілісного підходу до виробництва новин, що має на меті не лише інформувати, а й залучати, спрямовувати та впливати на сприйняття світу аудиторією. Це складний, багатогранний процес, який об'єднує редакційні принципи, технічні та технологічні досягнення, а також креативний сторітелінг для того, щоб подавати новини у зв'язний, цікавий і достовірний спосіб.

References

Cohen, B.C. (1963). The Press and Foreign Policy. rinceton, N.J., Princeton University Press, ix, 288 p.

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.

Lewin, Kurt. (1947). Frontiers in Group Dynamics. Human Relations, V. 1. No. 2, p. 145.

Lippmann, W. (1922). Public Opinion. NewYork: Macmillan.

Lopatiev, A.O. (2007). Modeliuvannia yak metodolohiia piznannia [Modeling as a methodology of cognition] Teoriia ta metodyka fizychnoho vykhovannia. [Theory and methods of physical education]. No. 8.

Luman, N. (2016). Ystyna, znanye, nauka kak systema [Truth, knowledge, science as a system]. / Vstupyna statia. Lohos, 410 s.

Mak-Kveil, D.(2010). Teoriia masovoi komunikatsii [Mass Communication Theory]. Lviv: Litopys, 537 s.

McCombs, Maxwell, E. (1972). "The Agenda-Setting Function of Mass Media". Public Opinion Quarterly 36 (2). DOI: 10.1086/267990. ISSN 0033-362X.

Nedopytanskyi M.I. Tekhnolohiia telenovyn / M.I. Nedopytanskyi. Retrieved from: URL: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1459

Rogers, E., Dearing, J. (1988). Agenda-setting research: Where has it been, where is it going? Communication Year book. Vol. 11. P. 555–594.

White, D.M. (1950). The Gatekeepers: a case study in the selection of news. Journalism Quarterly. Vol. 27. P. 383–390.

Submitted 27.03.2024

Список літератури

Cohen, B.C. (1963). The Press and Foreign Policy. rinceton, N.J., Princeton University Press, ix, 288 p.

Федорів Т.В. Випуск теленовин: головні інструменти верстки. URL: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1259

Lewin, Kurt. (1947). Frontiers in Group Dynamics. Human Relations, V. 1. No. 2, p. 145.

Lippmann, W. (1922). Public Opinion. NewYork: Macmillan.

Лопатьєв А. О. (2007). Моделювання як методологія пізнання // Теорія та методика фізичного виховання. № 8. С.4-10.

Луман Н. Істина, знання, наука як система. / Вступна стаття. Переклад А. Ю. Антоновського. Логос, 2016. 410 с.

Мак-Квейл Д. (2010). Теорія масової комунікації. Львів: Літопис, 537 с.

McCombs, Maxwell, E. (1972). "The Agenda-Setting Function of Mass Media". Public Opinion Quarterly 36 (2). DOI: 10.1086/267990. ISSN 0033-362X.

Недопитанський М.І. Технологія теленовин. URL: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1459

© 2024 Scientific Notes of Institute of Journalism

ISSN 2522-1272
online ISSN 2786-8532

Rogers, E., Dearing, J. (1988). Agenda-setting research: Where has it been, where is it going? Communication Year book. Vol. 11. P. 555–594.

White, D.M. (1950). The Gatekeepers: a case study in the selection of news. Journalism Quarterly. Vol. 27. P. 383–390.

Надійшла до редакції 27.03.2024

© 2024 Наукові записки Інституту журналістики