

4. Михайлин І. Л. Журналістика. Словник-довідник / І. Л. Михайлин. – Київ : Академвидав, 2013. – 320 с.
5. Панченко С. А. Лінгвістичні параметри кіноанонсу : автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня канд. філол. наук ; спец. : 10.02.02 «Російська мова» / С. А. Панченко ; Дніпропетровський національний ун-т ім. О. Гончара. – Дніпропетровськ, 2008. – 20 с.
6. Склярова Е. И. Стилистические особенности языка анонсов (на примере материалов информационного агентства «ИТАР-ТАСС» / Е. И. Склярова // Труды кафедры стилистики русского языка. – М. : Факультет журналистики МГУ, 2008. – Вып. 2. – С. 189–196.
7. Терихов С. А. О социальном аспекте речевого взаимодействия в коммуникативном контексте / С. А. Терихов // Материалы Международной науч. конф. «Классическое лингвистическое образование в современном мультикультурном пространстве». – М. : [б. и.], 2004. – С. 147–149.
8. Туркина Е. Н. Анонс: опыт лингвистического исследования / Е. Н. Туркина // Вестник Воронежского государственного ун-та. – Серия: Филология. Журналистика. – 2009. – № 1. – С. 108–110.
9. Ухова Л. В. Телеанонс как рекламный жанр / Л. В. Ухова, А. Т. Соболев // Ярославский педагогический вестник. – 2012. – Т. 1. – № 3. – С. 124–129.
10. Чернышов А. В. «Услышать рекламу»: методика проведения медиаобразовательного занятия / А. В. Чернышов // «Медиаобразование и медиакомпетентность»: Всероссийская научная школа для молодежи. – 2009. – 217 с.

*Науковий керівник: канд. філол. наук, доцент Т. Г. Бондаренко*

## **ДОТРИМАННЯ ФАХОВИХ СТАНДАРТІВ У РОБОТІ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ ЖУРНАЛІСТІВ-НОВИНАРІВ**

**А. О. Бондар**

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

Аудиторія потребує своєчасної та оперативної інформації. Щоб новини були високоякісним та конкурентоспроможним інформаційним продуктом на вітчизняному медіаринку, журналістам під час продукування сюжетів необхідно враховувати фахові стандарти та етичні норми професії. Дотримуючись професійних вимог достовірності, подання балансу думок, відокремлення фактів від коментарів, оперативності, точності подання новинних матеріалів, журналісти забезпечують аудиторію високоякісними інформаційними продуктами та формують позитивний імідж телеканалу.

Аналіз наукової літератури дає нам підстави стверджувати, що дотримання фахових стандартів у роботі журналістів були об'єктом вивчення в працях багатьох науковців. Теоретичною базою нашої роботи стали, насамперед, праці І. Куляса [5], В. Іванова [4], М. Недопитанського [7], Ю. Шаповала [10], Л. Супрун [8], М. Андрющенка [1], В. Мостового [6], В. Різуна [9] та інших. Ці науковці з'ясували й проаналізували основні фахові стандарти й норми, яких мають дотримуватися журналісти під час продукування новинних матеріалів.

Новини на телебаченні – інформаційний продукт, що вимагає дотримання суворих принципів та засад журналістики. Під час створення новин слід зважати на оперативність та актуальність інформації.

Визначальними факторами в роботі журналістів-новинарів є насамперед редакційна політика, що ґрунтується на інтересах аудиторії. Продукуючи новини, необхідно брати до уваги те, що основна функція журналістики – інформувати суспільство. Новини мають бути правдивими та достовірними. Для цього журналістам потрібно неодноразово перевіряти інформацію.

Якість теленовин залежить від рівня кваліфікації осіб, що їх створюють: журналістів, репортерів, режисерів, операторів, редакторів та інших працівників. Не менш важливим чинником, що визначає якість новин, є вміння журналіста виокремлювати важливе, бути неупередженим.

Основними вимогами до журналістів, які працюють над створенням новин, є високий професіоналізм та моральність. Також медійники мають дотримуватися норм професії, які зазначені в «Етичному кодексі українського журналіста» та «Декларації принципів журналіста».

У ході наукового пошуку з'ясовано, що для формування якісного новинного матеріалу необхідне дотримання семи стандартів новинної журналістики: оперативності, точності, вичерпності, дотримання балансу думок, відокремлення фактів від коментарів та оцінок журналістів, достовірності, простота подання інформації.

Для з'ясування дотримання основних стандартів у виробництві новин ми обрали три найпопулярніші за даними сайту «Медіабізнес» телеканали: «Україна», «Інтер» та «ICTV». Об'єктом спостереження та фіксації фактажу обрано теленовини «Сьогодні» о 19:00 (телеканал «Україна»), «Подробиці» о 20:00 (телеканал «Інтер») та «Факти» о 21:05 (телеканал «ICTV»), адже в цей час, відповідно до даних сайту «Медіабізнес», зафіксована найбільша кількість переглядів.

Журналісти, створюючи новинні матеріали, повинні використовувати перевірені джерела інформації. Обираючи джерело інформації, медійник обов'язково має врахувати надійність, цінність інформації, яку повідомляє джерело. Також журналіст повинен знати, що, повідомляючи інформацію з анонімного джерела, відповідальність за правдивість нестиме саме він. Дотримання правових норм та етичних принципів допомагають тележурналістам правильно висвітлювати інформацію, не завдаючи шкоди суспільству [2].

Ми проаналізували теленовини на вищезазначених каналах за місяць, щоб дослідити дотримання фахових стандартів оперативності, достовірності, точності та вичерпності інформації. Унаслідок дослідження ми отримали такі результати: обрані для аналізу телеканали переважно дотримуються професійних стандартів під час створення новинних матеріалів. Стандарт відокремлення фактів від коментарів й оцінок журналіста подання балансу думок реалізують у більшості сюжетів. Проте в деяких новинних матеріалах телевізійники порушують ці стандарти. На підставі наших спостережень констатовано, за кількістю порушень лідерами є «Подробиці», менше порушень зафіксовано в «Сьогодні», найкраще стандарти реалізовані у «Фактах».

Проаналізувавши новинні випуски обраних каналів, можемо констатувати, що в більшості сюжетів «Подробиць», «Фактів» та «Сьогодні» дотримуються права на приватність під час продукування новинних повідомлень. Проте деякі сюжети є прикладами порушень стандарту. Обираючи теми для новинних матеріалів, «Інтер», «ICTV» та «Україна» керуються підбором соціально важливих подій, висвітлюють в новинах інформацію, які цікава й важлива для аудиторії.

Провівши дослідження, ми можемо зробити висновок, що під час створення матеріалів журналісти «Сьогодні», «Фактів» та «Подробиць» дотримуються етичних норм. У новинних сюжетах вони в основному реалізують професійні стандарти, за винятком певних відеоматеріалів, зокрема тих, у яких порушено баланс думок й не відокремлено факти від коментарів.

Запропоноване дослідження не є вичерпною науковою розвідкою, оскільки в ньому лише зроблено спробу дослідження дотримання етично-правових фахових

стандартів тележурналістики в новинах «Подробностей» («Інтер»), «Сьогодні» («Україна»), «Фактів» («ICTV»). Окреслені в пропонованій статті тези дозволяють потенційно поглибити спектр дослідження в аспекті з'ясування рівня дотримання фахових стандартів журналістами-новинарями в новинах, які виходять у різний ефірний час (ранкових, денних, вечірніх та нічних випусках). Відтак у подальших наукових дослідженнях можна детально проаналізувати та порівняти дотримання стандартів у різних випусках. Убачаємо доцільність в аналізі дотримання фахових стандартів теленовін на регіональному телебаченні.

#### **Список використаної літератури:**

1. Андрущенко М. Іміджеві імперативи українського телебачення : монографія / М. Ю. Андрущенко ; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – Київ. : Щек, 2008. 215 с.
2. Васильєва Л. А. Делаем новости! [Електронний ресурс] / Л. А. Васильєва. – Режим доступу : <http://evartist.narod.ru/text5/26.htm>.
3. Іванов В. Ф. Стандарти новинної журналістики: [навчальний посібник] / В. Ф. Іванов – Київ : «Академія Української Преси», 2007. – 72 с.
4. Іванов В. Ф. Журналістська етика [Електронний ресурс] / В. Іванов, В. Сердюк. – Режим доступу : <http://194.44.152.155/elib/local/r210.pdf>.
5. Куляс І. Ефективне виробництво теленовін [Електронний ресурс] / І. Куляс, О. Макаренко. – Режим доступу : <http://journ-port.at.ua/publ/11-1-0-494>.
6. Мостовий В. Журналістська етика. Посібник для підготовки до державного іспиту [Електронний ресурс] / В. Мостовий, В. Різун. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/ethics.pdf>.
7. Недопитанський М. І. Технологія теленовін [Електронний ресурс] / М. І. Недопитанський. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1459>.
8. Супрун Л. В. Основні стандарти подачі інформації журналістом [Електронний ресурс] / Л. В. Супрун. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2401>.
9. Різун В. Журналіст має само виховуватися [Електронний ресурс] / В. Різун. – Режим доступу : <http://old.journ.lnu.edu.ua/press/rizun-2012-10-31.htm>.
10. Шаповал Ю. Г. Телевізійна журналістика: Навчальний посібник / Ю. Г. Шаповал – Рівне : М. Дятлик, 2008. – 112 с.

*Науковий керівник: к. філол. н., доцент О. М. Цапок*

## **ІНТЕГРАЦІЯ КОРИСТУВАЦЬКОГО КОНТЕНТУ В МАРКЕТИНГ**

**А. А. Жупинас**

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

Відносно новим явищем є участь аудиторії у створенні, популяризації товарів, послуг тощо. Тепер у сучасній побудові маркетингової стратегії просування товару чи послуги беруть участь не тільки продавці, а й покупці.

Теоретичною базою цього питання слугують роботи науковців, які досліджують на практиці ефективність залучення користувачького контенту для маркетингових цілей (У. Арнхольд [7], І. Креймер [8], Дж. Сімпсон [10], С. Тартон [11] та інші). У працях М. Гасінської [1], А. О. Крамаренко [2], В. Федоричак [5], В. П. Чайковської [6] висвітлені способи та особливості застосування контенту соціальних медіа в маркетингу.

Під поняттям «користувачький контент» розуміємо все те, що створюють користувачі інтернету й оприлюднюють за допомогою можливостей web 2.0., як-от: пости в соціальних мережах, записи на блогерських платформах, відео, підкасти, відгуки про товари, послуги, туристичні місця та маршрути, wiki-статті, ресторанный рейтинг, коментарі тощо [4, с. 160].