

в його построльовій іпостасі. Мем не є ще однією, новою можливістю задоволення колишніх потреб. Мем — це і ефект виникнення нових потреб людини, і ресурс їх задоволення. Саме виникнення нових комунікативних потреб може стати одним із найбільш цікавих напрямів наукового пошуку у сфері вивчення інтернет-комунікації.

1. *Докинз Р.* Эгоистичный ген / Р. Докинз ; [пер. с англ. Фомина Н.]. — Москва : Мир, 1993. — 318 с.
2. Ждун [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%96%D0%B4%D1%83%D0%BD>.
3. *Квят А. Г.* Медиамем как инструмент политического PR: когнитивный подход [Електронний ресурс] / Александра Георгиевна Квят // Электронный научный журнал «Медиаскоп». — 2013. — № 1. — Режим доступу: <http://www.mediascope.ru/node/1254>.
4. *Савицкая Т. Е.* Интернет-мемы как феномен массовой культуры [Електронний ресурс] / Т. Е. Савицкая // Культура в современном мире. — 2013. — № 3. — Режим доступу: [http://infoculture.rsl.ru/NIKLib/althome/news/KVM\\_archive/articles/2013/03/2013-03\\_r\\_kvm-s3.pdf](http://infoculture.rsl.ru/NIKLib/althome/news/KVM_archive/articles/2013/03/2013-03_r_kvm-s3.pdf).
5. *Сычев А. А.* Юмор в интернет-коммуникации: социокультурный аспект [Електронний ресурс] / А. А. Сычев. — Режим доступу: <http://www.ict.edu.ru/ft/004098/sychev.pdf>.
6. *Щурина Ю. В.* Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации / Ю. В. Щурина // Научный диалог. — 2012. — № 3. — С. 161—173.

*Андрій Дутчак*

## РЕДАКТОР ТЕЛЕБАЧЕННЯ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ: ТЕРМІНИ ТА ФУНКЦІЇ

*Розглянуто основні роботи в галузі редагування телевізійного продукту. Запропоновано визначення редактора телеканалу в мережі Інтернет з погляду визнання редактора традиційного телеканалу як базису для подальшої еволюції професії. Визначено перелік додаткових функцій та завдань для посади редактора на телеканалі в мережі Інтернет.*

**Ключові слова:** *Інтернет, телебачення, масова комунікація, засоби масової комунікації, інтернет-аудиторія, телевізійна журналістика, телевізійна редакція.*

*Рассмотрены основные работы в области редактирования телевизионного продукта. Предложено определение редактора телеканала в сети Интернет с точки зрения признания редактора традиционного телеканала как базиса для дальнейшей эволюции профессии. Определен перечень дополнительных функций и задач для должности редактора на телеканале в сети Интернет.*

***Ключевые слова:** Интернет, телевидение, массовая коммуникация, средства массовой коммуникации, интернет-аудитория, телевизионная журналистика, телевизионная редакция.*

*The main research works in the field of TV product editing have been examined. A definition of the editor of online TV channel in terms of recognition of a traditional TV editor as a basis for further evolution of this profession has been suggested. The list of additional functions and tasks for the position of the TV channel editor on the Internet has been determined.*

***Key words:** Internet, television, mass communication, means of mass communication, internet audience, TV journalism, TV newsroom.*

**Постановка проблеми.** Незважаючи на всі зміни, які відбулись у середовищі ЗМІ та видавничої справи, пов'язані з появою мережі Інтернет, професія редактора залишається ключовою на шляху інформації від джерела до кінцевого споживача. Інтернет дав можливість самостійно створювати цифрові матеріали, які будуть доступними для перегляду всім іншим користувачам. Масова інформація перестала бути прерогативою офіційних ЗМІ, а кількість доступних даних зросла в рази. Як наслідок, загальна якість цифрових матеріалів знизилася.

Варто зауважити, що вказана проблема стосується не тільки текстових даних. Популярні сервіси розміщення та розповсюдження відео дозволили будь-кому вести власний відеоблог, знімати передачі про своє захоплення або й спробувати свої сили в побудові аматорського, а то і спеціалізованого телепроєкту. І якщо з блогами та «домашніми» передачами пересічний користувач впорається, то для реалізації повноцінного (навіть аматорського) телеканалу необхідні відповідні професійні навички, серед яких і редакторські.

Однак сьогодні відсутнє чітке розуміння посади «телевізійний редактор інтернет-телеканалу»: чи це посада телевізійного редактора традиційного телебачення з додатковими функціями, чи це нова професія, яка потребує окремого підходу до навчання?

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Тема роботи редактора на телеканалі в мережі Інтернет наразі перебуває поза колом інтересу вітчизняних та іноземних науковців. Окремі праці лише поверхово розглядають деякі аспекти зазначеного явища (і ґрунтовних досліджень у цьому напрямі нема). Загальній темі інтернет-телебачення приділяють більше уваги, зокрема, з огляду на зростання популярності Мережі. Актуальною залишається також тема роботи редактора на традиційному телеканалі. Професійні аспекти роботи редактора на телебаченні вивчали А. Бакало, Б. Гаймакова, І. Кемарська, О. Князев, Г. Кузнецов, М. Литвинова, В. Цвік, А. Юровський та ін.

А. Бакало та М. Литвинова у своїй праці акцентують увагу на проблемах визначення самого поняття «телевізійний редактор». Науковці розглядають функції телевізійного редактора та складові його роботи. Зокрема, на їхню думку, робочий процес можна розкласти на три етапи: організаційно-творчий; редакторський аналіз та літературне редагування програми; виробничий етап [1].

Значний внесок в опрацювання теми роботи редактора на телебаченні зробив російський науковець О. Князев. Зокрема, він вказує на суміжність функцій та завдань таких професій на телебаченні, як редактор, літературний редактор, редактор програми, продюсер, і вказує на те, що часто ці посади плутають між собою [4].

Тему роботи редактора на телебаченні та його функцій розглядає І. Кемарська. Зокрема, поруч актуалізації посади редактора як «автора своєї програми» дослідниця вирізняє у процесі редагування на телебаченні чотири ключових етапи: підготовчий етап, етап знімання, етап монтажу та післяєфірний етап. І. Кемарська зауважує, що функції телевізійного редактора перманентно розвиваються і трансформуються разом зі змінами технологій та інших складових телебачення. Зрозуміло, що перехід каналів з телеприймачів у Мережу вніс свої корективи, проте визначений автором перелік етапів залишився актуальним [2].

**Метою статті** є сформулювати визначення посади редактора на телебаченні в Інтернеті та скласти перелік функцій, які повинен виконувати працівник на цій посаді.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У публікації «Багатоаспектність поняття “телевізійний редактор”» [1] А. Бакало та

М. Литвинова звертають увагу на проблему невизначеності самого поняття «редактор телебачення». Зокрема, вони зазначають, що, незважаючи на кілька спроб уніфікувати цей термін, усе ж «маємо помилкове уявлення і широкого загалу, і студентів молодших курсів, і навіть досвідчених фахівців із редакторської справи, що не дотичні до сфери телебачення, про професію телевізійного редактора, про його функціональні обов'язки». Автори публікації пояснюють ситуацію, посилаючись на логічну помилку підміни понять. На їхню думку, в текстах і розмовах для визначення поняття та функцій редактора виокремлюють тільки два напрями роботи — робота з текстом та робота з колективом (редакцією). Натомість А. Бакало та М. Литвинова вказують, що «до обов'язків редактора належить ще й складання тематичного плану програми, визначення найбільш важливих та значущих тем, пошук авторів і цікавих учасників програми...».

Окрім того, автори публікації характеризують телевізійного редактора як професійного працівника, сферою діяльності якого є телебачення, а основним функціональним обов'язком — організація редакційно-видавничого процесу в рамках удосконалення телевізійного продукту — від задуму створення до випуску в ефір [1].

У навчальному посібнику О. Князева підкреслено, що літературне редагування — це всього лиш одна із функцій редактора на телеканалі. Автор зауважує, що телебачення, по суті, є колективною творчістю і в його структурі важливе місце займають професії, які безпосередньо організують процес. До таких належать професії редактора та продюсера [4]. Окрім загального означення терміна «редактор», у посібнику подано такі визначення:

- Літературний редактор на телебаченні — відрізняється від класичного літературного редактора в друкованих виданнях та на радіо передусім тим, що до сфери його відповідальності, крім тексту та звуку, потрапляє і зображення. Таким чином, як зауважує дослідник, редагування на телебаченні відбувається у двох площинах.
- Редактор програми — особа в структурі телеканалу, яка відповідає за стратегію розвитку програми та її кінцеву мету.
- Продюсер — по суті, той же ж редактор, який, окрім основних обов'язків, відповідає ще й за фінансову складову про-

екту. У посібнику пояснено, що професія продюсера на телебаченні пострадянського простору залишається несформованою і такою, що не має чіткого переліку функцій та обов'язків.

Схожу позицію щодо термінології займає колектив посібника «Телевизионная журналистика» — Г. Кузнецов, В. Цвік, А. Юровський [5]. У дев'ятому розділі цієї книги автори вказують, що основні організаторські функції в колективі телевізійної редакції виконують саме редактори та продюсери. Позиція науковців щодо функціональних відмінностей між редактором та продюсером також схожа з позицією О. Князева. Зокрема, вони зазначають, що розподіл цих функцій у Росії тільки починається, тож у посібнику вони обмежуються постулатом, що продюсер, на відміну від редактора, відповідає ще й за фінансову складову проекту.

Що ж до самого визначення терміна «телевізійний редактор», то тут трапляється кілька схожих трактувань. Зокрема, у згаданому посібнику Г. Кузнецова, В. Цвіка та А. Юровського подано таке визначення: телевізійний редактор — це літературний працівник, а насамперед — організатор «видобутку» й оформлення екранної «картинки» — візуальної інформації у всьому її різноманітті [5].

У посібнику І. Кемарської «Телевизионный редактор» подано цікаве і неординарне трактування цієї професії. Зокрема, дослідниця вважає, що телевізійний редактор у сучасних реаліях дедалі частіше є автором своєї програми і редагує сам себе. Телевізійний редактор, на її думку, самостійно визначає свої обов'язки [2].

Незважаючи на таке розмаїття трактувань, автори згаданих видань сходяться на думці, що професія телевізійного редактора поєднує в собі як творчі, так і організаційні функції. Редактор телеканалу повинен володіти навичками для усунення літературних, логічних, композиційних помилок, бути компетентним у темі сюжету, знати основи роботи телевізійної редакції, вміти бачити «кінцеву картинку» на екрані, прогнозувати її вплив на глядача.

Побіч наукового погляду на проблему звернемося до практиків галузі. Для прикладу, редактор із семирічним досвідом роботи на різних шоу та у програмах Остін Флек (Austin Flack) характеризує діяльність редактора ТВ такими словами: «Загалом, завдання редактора дуже тривіальне: беремо весь відзнятий матеріал, пере-

глядаємо його, відбираємо найкращий і складаємо отримане в логічну історію. У реальних умовах одну і ту ж сцену можуть знімати кілька камер, і через це відбір потрібного матеріалу перетворюється на доволі складне завдання... Оскільки редактор збирає всі відібрані матеріали разом, у нього повинне бути загальне розуміння фінального результату, базоване на рішенні щодо структури сюжету, “розвитку” персонажів картини і ще кількох базових серйозних рішень. Побіч того, редактору щохвилини доводиться приймати сотні інших, менших за вагою, рішень. Часто робота зводиться до дилеми щодо запуску звукового ефекту двома кадрами раніше чи через шість кадрів» [10].

Серед поданих визначень терміна «телевізійний редактор» нам найбільше імпонує трактування з публікації «Багатоаспектність поняття “телевізійний редактор”» [1]. Саме його візьмемо за основу для визначення терміна «редактор онлайн-телебачення». Отже, редактор онлайн-телебачення — це професійний працівник, сферою діяльності якого є онлайн-телебачення, а основним функціональним обов’язком — організація редакційно-видавничого процесу в рамках створення та вдосконалення відеоконтенту: від задуму до поширення серед користувачів.

Перед тим, як безпосередньо розглянути функції редактора онлайн-телеканалу, звернемо увагу на те, що їх можна розділити на дві категорії: спеціальні (ті, які пов’язані з конкретним проектом) і загальні (ті, які властиві будь-якому проекту). У цій роботі ми розглянемо тільки загальні функції і не будемо заглиблюватись у спеціальні.

Для визначення функцій редактора онлайн-телеканалу окреслимо спершу основи — ці ж функції редактора традиційного телебачення. У науковій праці авторства І. Кемарської їх розділено на кілька окремих етапів:

- 1) підготовчий етап (формування стратегічних і тематичних планів, участь у написанні модульних сценаріїв програми, а також сценарних планів конкретних її випусків, контроль за інформаційним матеріалом, створення моделі майбутньої програми, робота з учасниками знімання);
- 2) етап знімання (реагування на неочікувані обставини чи загрози, загальний контроль за перебігом знімання);

- 3) етап монтажу (контроль якості відзнятого та озвученого матеріалу);
- 4) післяефірний етап (участь в інформаційному супроводі програми, реакції на можливі претензії чи конфліктні ситуації) [3].

І. Кемарська зауважує, що функції телевізійного редактора перманентно розвиваються і трансформуються разом зі змінами технологій та інших складових телебачення. Зрозуміло, що перехід каналів із телеприймачів у Мережу вніс свої корективи, проте визначений автором перелік етапів залишився актуальним [3].

У публікації А. Бакало та М. Литвинової [1] процес редагування телепередачі розділено на три етапи:

- організаційно-творчий (планування, робота з автором над передачею);
- редакторський аналіз та літературне редагування програми (робота з автором, що працює в кадрі; редагування сценарію передачі; участь редактора у підготовці передач у прямому ефірі);
- виробничий етап (специфічний процес роботи телевізійного редактора у прямому ефірі).

Перший етап у цьому переліку виконує організаційну функцію. На думку авторів, саме у цей період редактор повинен організувати процес роботи команди, забезпечити відповідні умови для знімання. На початковому етапі на плечі редактора лягає відповідальність за тематику знімання, загальний напрям сюжету.

На другому етапі виконується безпосередньо функція редагування контенту. На цьому етапі редактор повинен відібрати найкращий відзнятий матеріал, перевірити його на предмет фактичних та мовностилістичних помилок, загальну композицію фінального твору.

На останньому, виробничому, етапі редактор здебільшого виконує функцію контролю за процесом монтажу, записом додаткових сцен, обробкою аудіоматеріалів.

На відміну від теоретичних джерел, практичні ресурси пропонують більш «приземлений» перелік завдань для «редактора телебачення» та «редактора онлайн-телеканалу». Для прикладу, на популярному порталі щодо вибору майбутньої професії Learn.org вказано, що «телевізійний редактор тісно співпрацює із керівником

проекту над відзнятим матеріалом. Разом вони комбінують цей матеріал, щоб у кінцевому підсумку отримати логічну послідовність сцен. Також вони шукають найкращий шлях подачі відзнятого матеріалу для своїх глядачів» [11].

Певним джерелом для розуміння функцій редактора з практичного погляду є актуальні вакансії в медіа. Для прикладу, 8 вересня 2017 р. на сайті телеканалу «Інтер» розміщено вакансію «Редактор соціального проекту» [9]. Перелік обов'язків на цій посаді складає: моніторинг інформаційних джерел (пошук необхідних історій), пошук героїв нових програм, домовленості про інтерв'ю для журналіста-сценариста, координація роботи знімальних груп. Як бачимо, ця посада має дуже мало спільного з класичним розумінням редакторської роботи. Саме ця вакансія є чимось середнім між керівництвом проекту та редакторськими функціями у плані формування візії проекту та його підтримки.

Для порівняння поглянемо на вакансію «Редактор-модератор» для телеканалу «112 Україна», яка була розміщена на біржі «HeadHunter» 28 жовтня 2017 р. [7]. Обов'язки майбутнього працівника у цій вакансії дуже лаконічні: моніторинг прямого ефіру, оформлення відеоматеріалів (підбір заголовка, нарізка), публікація відео на сайті телеканалу. Поглянемо на ще одну вакансію на цій же біржі «HeadHunter» від телеканалу «1+1» п. н. «Редактор реаліті-шоу» [8]. Перелік обов'язків тут також дуже лаконічний: написання та редагування сценаріїв, комунікація між знімальною групою та групою монтажу, робота з учасниками шоу. Обидві останні вакансії є близькими до класичного розуміння редакторських обов'язків — робота з контентом. Проте навіть тут редактор телеканалу не зможе відійти від функцій управління, які полягають у координації журналістів та операторів, пошук та підбір головних героїв.

Звернемо увагу на вакансію редактора для проекту «Все буде добре» від телеканалу СТБ [6]. У цій вакансії перелік обов'язків майбутнього працівника доволі точно та сповна перетинається з обов'язками телевізійного редактора, описаними в навчальній літературі. Зокрема, перелік містить такі завдання:

- пропозиція нових форматів;
- розробка форми і напряму розвитку рубрики;



- контроль за процесом підготовки до знімання, контроль підготовки епізоду до ефіру (графік експертів, їх готовність до знімання, герої, моделі, реквізит);
- репетиції своїх рубрик (повний прогін рубрики з усіма реквізитами, контроль за експериментами і їх результатами, а також поліпшення сценарію за підсумками репетиції за погодженням із головним сценаристом);
- подача графіки на екран випусковому редактору на майданчику;
- написання анонсів і розривів на РБ;
- внесення правок.

Подані описи завдань як з теоретичних, так і з практичних джерел загалом характеризують функції посади редактора телеканалу як симбіоз управлінських та редакторських обов'язків. Редактор телеканалу повинен вміти не тільки працювати з контентом (безпосереднє редагування), а й організовувати роботу колективу, формувати стратегічне бачення розвитку продукту (програми, сюжету).

Загалом, опираючись на викладений перелік завдань редактора телеканалу, спробуємо описати поетапні завдання для редактора онлайн-телеканалу.

*Підготовчий етап.* На цьому етапі редактор онлайн-телеканалу визначає самостійно чи колективно (в межах редколегії) основну ідею майбутнього проекту. Основні критерії: можливість реалізації, актуальність, формат, суспільний вплив, місце в загальній сітці онлайн-ефіру.

*Етап знімання і етап монтажу.* Об'єктивно, в проектах зі щільним часовим графіком редактор на етапах знімання і монтажу дистанціюється від проекту і перекладає функцію контролю на керівників відповідних відділів чи безпосередніх виконавців. Ця тенденція властива не тільки онлайн-телеканалам, а й традиційному телебаченню. Редактор переглядає уже готовий до випуску матеріал і за результатами перегляду відправляє відео або в ефір, або на доопрацювання.

*Післяефірний етап.* На завершальному етапі редактор повинен проконтролювати ефективність розповсюдження відео в Мережі, проаналізувати реакцію аудиторії. В інтернет-телебаченні стадія

поширення має важливішу роль, аніж у традиційному. Традиційний ефір, навіть з повторами, триває визначену кількість часу і є прив'язаним до часового графіку. Натомість відеоконтент у Мережі є сталим, не прив'язаним у часі і може бути переглянутий користувачем і після першого показу. Відповідно етап поширення відео в Інтернеті є одним із ключових і потребує безпосередньої участі редакторського колективу. Зокрема, редактор повинен проконтролювати шляхи поширення матеріалу, реакцію користувачів на предмет виявлених неточностей, забезпечувати зворотну реакцію.

Ще однією функцією редактора на післяефірному етапі є аналіз результатів. Цілі для проекту визначають на етапі планування. За рівнем досягнення визначених цілей можна судити про якість виконання робіт, успішність обраної стратегії. Серед цілей можуть бути: кількість одночасних онлайн-користувачів, загальна кількість переглядів, часова тривалість однієї сесії перегляду, кількість позитивних дій (т. зв. «вподобання», поширення). Визначення та аналіз цілей є важливою складовою планування і розроблення тривалої стратегії розвитку каналу.

Загалом, підсумовуючи результати усіх чотирьох етапів, визначимо перелік основних функцій редактора онлайн-телеканалу:

- створення основної ідеї та стратегії проекту;
- визначення цілей та завдань для проекту;
- контроль за відзнятим та змонтованим матеріалом;
- аналіз шляхів розповсюдження матеріалів;
- аналіз результатів проекту;
- контроль за розвитком теми, сюжету, реакція на можливий зворотний зв'язок.

У контексті перелічених функцій редактор онлайн-телеканалу повинен окремо звернути увагу на функції редактора Youtube-каналу (чи іншого схожого сервісу). Передусім основна специфіка саме такого формату роботи — невелика редакція, і, як результат, над проектом можуть працювати всього кілька осіб. Здебільшого канал розпочинає свою діяльність з одним власником, який водночас є і ведучим, і редактором, і оператором. Також трапляються ситуації, коли Youtube-канал не є основним джерелом поширення контенту для редакції і займає додаткову нішу. В цьому випадку над наповненням каналу теж може працювати всього один спеціаліст.

У таких ситуаціях одноосібний редактор/оператор/ведучий повинен володіти дещо зміщеним набором навичок. Використання в цьому реченні слова «зміщений» акцентує увагу на тому, що редактор (навіть великого традиційного телеканалу) в будь-якому випадку повинен хоча би поверхово розуміти усі аспекти робочого процесу подібної «редакції однієї людини». Тобто редактор має уміти поставити при потребі світло (зрозуміло, що тут і далі мова йде про відповідні для Youtube-каналу формати, а не про професійне знімання якоїсь кінострічки чи шоу), налаштувати необхідні програмні продукти, володіти навичками монтажу та обробки відео й аудіо в популярних програмах. Безумовно, крім цих аспектів, редактор каналу на сервісі Youtube повинен уміти працювати з цим сервісом, знати тонкощі його налаштування.

Загалом, щоб не вникати в специфіку роботи всіх сервісів на зразок Youtube, пропонуємо узагальнений список додаткових функцій для редактора каналу на таких сервісах:

1. Монетизація контенту. Редактор повинен знати можливі шляхи фінансової реалізації підпорядкованого йому каналу (тут мова йде не тільки про продаж реклами, а й про вміння користуватися сервісами на зразок Google AdSense, знання специфіки медійних мереж).

2. Збереження авторських прав. Редактор має не тільки перейматися захистом власного (чи спільного з редакцією) продукту, а й бути уважним до можливого використання захищених матеріалів під час роботи. Окрім того, плюсом до роботи редактора будуть знання джерел безкоштовного контенту для власного продукту (для прикладу, в сервісі Youtube є власна бібліотека звуків та пісень, які можна використовувати при роботі з відео без порушення авторських прав).

3. Організація прямих ефірів засобами мережі Інтернет. При висвітленні екстрених подій іноді доречно зробити пряме включення чи просту ретрансляцію на місці. Сьогодні в Інтернеті є багато інструментів для цього. Редактор повинен розуміти принципи роботи цих інструментів, уміти обрати правильний для ситуації і, при потребі, допомогти чи самостійно організувати процес на місці.

4. Визначення загальних тенденцій в розвитку мережі Інтернет. У будь-якій роботі з Мережею відзначається постійна мінли-

вість і швидкий прогрес інструментів та ідей. Інтернет змінюється швидше за будь-які інші середовища, в яких відбувається комунікація. Відповідно ще одним ключовим завданням для редактора онлайн-телеканалу є стеження за цими змінами. Для прикладу, важливо знати, які формати перегляду будуть популярними через рік: чи мобільні пристрої і далі домінуватимуть на ринку, чи ініціатива перейде до пристроїв додаткової/віртуальної реальності.

5. Забезпечення взаємодії між публічними відео на каналі та іншими сервісами комунікації. Онлайн-телеканал не може існувати лише на публікаціях відео чи прямих ефірах. Будь-яке медіа в Мережі використовує цілу низку інструментів у своїй діяльності: соціальні мережі (Facebook, Twitter), сервіси обміну миттєвими повідомленнями (Telegram), сервіси для пошуку (Google My Business). Усі ці додатки повинні бути логічно поєднані у роботі над продуктованим контентом. Зрозуміло, що лівову частку цієї роботи здійснюють SMM-спеціалісти. Проте не кожне початкове медіа може дозволити собі таку посаду, тож одним із завдань для редактора є вивчення, налаштування та подальший супровід відео у цих інструментах комунікації.

Підсумовуючи, зазначимо, що не всі завдання редактора онлайн-телеканалу потрапили до складеного списку: окремі ситуації потребують додаткових дій. Однак запропонований список є універсальною базою для визначення предметів та навичок, які має опанувати студент, щоб стати редактором телеканалу в мережі Інтернет.

**Висновки.** Сьогодні професія редактора телебачення зазнала низки перетворень під впливом фундаментальних змін, які відбуваються в середовищі медіа. Ці зміни призвели до того, що розмітість визначення, перелік обов'язків та функцій цієї посади тільки збільшилися. Незважаючи на спроби уніфікувати цей термін, у визначеннях поняття та функцій редактора виокремлюють лише два напрями роботи — робота з текстом та робота з колективом (редакцією). Натомість посада телевізійного редактора передбачає складання тематичного плану програми, визначення важливих тем, пошук авторів та учасників, координація роботи знімальних груп, контроль та супровід на стадії монтажу.

Зауважимо також, що намагання виокремити з терміна «редактор телеканалу» окреме значення для «редактора інтернет-теле-

каналу», на перший погляд, видається беззмістовним заняттям. Адже, виходячи з «розмитості», притаманній сьогодні професії редактора телеканалу, можна отримати ще більшу розмитість та невизначеність. Однак, проаналізувавши теоретичні джерела та взявши до уваги практичний досвід, визначили, що тлумачення терміна «редактор інтернет-телеканалу» заслуговує на окрему самотність та окремий підхід при підготовці фахівців галузі телебачення.

Серед поданих визначень «телевізійного редактора» найбільше імпонує трактування з публікації А. Бакало та М. Литвинової [1], яке взято за основу. Отже, редактор онлайн-телебачення — це професійний працівник, сферою діяльності якого є онлайн-телебачення, а основним функціональним обов'язком — організація редакційно-видавничого процесу в рамках створення та вдосконалення відеоконтенту: від задуму до поширення серед користувачів.

У межах своєї професії редактор інтернет-телеканалу виконує такі завдання:

- формує основну ідею та стратегію проекту;
- визначає цілі та завдання для проекту;
- визначає тенденції розвитку мережі Інтернет та технологій передачі відео загалом;
- здійснює контроль за відзнятим і змонтованим матеріалом;
- здійснює редакторське опрацювання відзнятих матеріалів на предмет літературної, змістової та логічної коректності;
- аналізує шляхи розповсюдження матеріалів;
- аналізує результати проекту;
- контролює подальший розвиток теми, сюжету, здійснює реакцію на можливий зворотний зв'язок;
- визначає фінансову політику проекту, можливі шляхи монетизації проекту;
- забезпечує взаємодію між публічними відео на каналі та іншими сервісами комунікації.

Під час здійснення покладених на нього завдань редактор інтернет-телеканалу виконує такий перелік функцій:

- стратегічна: створення основної ідеї та стратегії проекту, окреслення цілей та завдань для проекту, визначення загальних тенденцій галузі; контроль за робочим процесом:

контроль за відзнятим та змонтованим матеріалом, контроль за розвитком теми, сюжету, реакція на можливий зворотний зв'язок;

- аналітична: аналіз шляхів розповсюдження матеріалів, аналіз результатів проекту;
- фінансова: можливі шляхи фінансової реалізації;
- юридична: захист власного (чи спільного з редакцією) продукту, убезпечення від можливого використання захищених матеріалів під час роботи;
- організаційна: координація роботи різних відділів, осіб та інтернет-сервісів у загальній системі;
- представницька: в окремих випадках редактор може бути публічною особою, яка представляє телеканал чи проект.

1. *Бакало А. С.* Багатоаспектність поняття «телевізійний редактор» / А. С. Бакало, М. К. Литвинова // Наукові записки Інституту журналістики. — Київ : Видавництво КНУ ім. Т. Шевченка, 2006. — Т. 22. — С. 159—161.
2. *Кемарская И. Н.* Телевизионный редактор : учеб. пособ. для студ. вузов / Кемарская И. Н. — Москва : Аспект Пресс, 2009. — С. 123.
3. *Кемарская И. Н.* Функции телевизионного редактора в современных условиях : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / [Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова]. — Москва, 2006.
4. *Князев А. А.* Основы тележурналистики и телерепортажа / Князев А. А. — Бишкек : Изд-во КРСУ, 2001. — С. 12.
5. *Кузнецов Г. В.* Телевизионная журналистика / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. — Москва : Издательство Московского Университета «Высшая школа», 2002. — 368 с.
6. Редактор для проекту «Все буде добре», телеканал СТБ, 20.10.2017 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.stb.ua/ru/rabotana-stb/>.
7. Редактор-модератор, ООО Телеканал «112 Україна», HeadHunter, 28.10.2017 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://hh.ua/vacancy/23286253>.
8. Редактор реаліті-шоу, 1+1 медіа, HeadHunter, 28.10.2017 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://hh.ua/vacancy/23350849>.
9. Редактор соціального проекту, телеканал «Інтер», розділ вакансій, 08.09.2017 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://inter.ua/uk/vacancy>.

10. HOW TO BE A VIDEO EDITOR, Austin Flack [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.wtfshouldidowithmylife.com/be-a-video-editor/>.
11. Television Editor: Salary and Career Facts, learn.org [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [https://learn.org/articles/Television\\_Editor\\_Your\\_Career\\_and\\_Salary\\_Questions\\_Answered.html](https://learn.org/articles/Television_Editor_Your_Career_and_Salary_Questions_Answered.html).

*Людмила Теодорська*

## РЕКЛАМНІ ВПОДОБАННЯ ДИТЯЧОЇ АУДИТОРІЇ

(За матеріалами анкетування в межах м. Харкова та  
Харківської обл.)

*Репрезентовано результати проведеного анкетування серед дітей та підлітків шкільного віку (від 6 до 18 років) у межах м. Харкова та Харківської обл. Виявлено ставлення дітей до рекламних явищ та основні аспекти впливу реклами на дитячу аудиторію.*

**Ключові слова:** анкетування, жіноча, чоловіча та дитяча аудиторії, реклама, рекламні зображення.

*Представлены результаты проведенного анкетирования среди детей и подростков школьного возраста (от 6 до 18 лет) в пределах г. Харькова и Харьковской обл. Вывявлено отношение детей к рекламным явлениям и основные аспекты воздействия рекламы на детскую аудиторию.*

**Ключевые слова:** анкетирование, женская, мужская и детская аудитории, реклама, рекламные изображения.

*The results of a survey among children and adolescents of school age from 6 to 18 years in Kharkiv and the Kharkiv region have been represented. The attitude of children to advertising phenomena and the main aspects of the influence of advertising upon the children's audience has been identified.*

**Key words:** questionnaire, female, male and children's audience, advertising, advertising images.

Сучасних дітей рекламні повідомлення оточують від самого народження, і нині реклама має неабиякий вплив на дитячу аудиторію. Діти запам'ятовують багато рекламних звернень, часто не відмежовуючи рекламу від іншої медіапродукції. Сучасний інформаційний простір насичений різноманітною рекламою, тому со-