

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»

Кафедра міжнародних відносин та журналістики

Спеціальність: 061 «Журналістика»

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему:

**ОСОБЛИВОСТІ РАНКОВИХ ПРОГРАМ В УКРАЇНСЬКІЙ ТЕЛЕ- ТА
РАДІОЖУРНАЛІСТИЦІ**

Студентка IV курсу
Групи ЖУР-20-зн
Мелевич Марія
Миронівна

Науковий керівник:
Кандидат філологічних наук,
професор, завідувач кафедри
міжнародних відносин та
журналістики
Момот Неля Миколаївна

(Підпис студента)

(Дата)

(Підпис)

Попередній захист

(Висновок: «До захисту в Екзаменаційній комісії»)

Завідувач кафедри

Момот Н.М.

(Підпис)

(Прізвище,
ініціали)

(Дата)

Київ — 2024 рік

ЗМІСТ

ВСТУП	
РОЗДІЛ I. РАНКОВІ ПРОГРАМИ ТА ЇХ МІСЦЕ У МЕДІАГАЛУЗІ	
1.1. Історія виникнення ранкових телепрограм: рубрикація, функції, хронометраж	
1.2. Історія українського незалежного радіо та місце ранкових ефірів у ньому.....	
1.3. Особливості побудови медійних ефірів: ранкові, денні та вечірні блоки.	
РОЗДІЛ II. ВЗАЄМОДІЯ ОСНОВНОГО ТА ДОПОМІЖНОГО ТВОРЧОГО ПЕРСОНАЛУ В ПРОЦЕСІ ПІДГОТОВКИ ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ ПРОГРАМИ: РОБОТА РАНКОВИХ ЕФІРІВ	
2.1. Ранкове мовлення на загальнонаціональних телеканалах України: типологія, формат, перспективи.....	
2.2. Ранкові програми на провідних українських телеканалах	
2.3. Особливості роботи ведучого в розважальних телевізійних ранкових шоу	
РОЗДІЛ III. РАНКОВЕ РАДІОМОВЛЕННЯ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНЕ ЯВИЩЕ В СИСТЕМІ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....	
3.1. Технології сучасного комерційного радіомовлення: функціональний тип, формат, контент.....	
3.2. Ранкові радіоефіри: структура, жанрово-тематичне наповнення.....	
3.3. Особливості роботи ведучого в ранкових радіопрограмах	
ВИСНОВКИ.....	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	

ВСТУП

У сучасному світі, де інформаційні технології розвиваються з великою швидкістю, дуже важливі нові розробки, спрямовані на покращення роботи ЗМІ. Навіть при значній конкуренції з Інтернет-мережею, телебачення і радіо залишаються популярними серед своєї цільової аудиторії. Таким чином, можна сказати, що телерадіожурналістика ще не готова зникнути і активно змагається за увагу своїх реципієнтів.

Для збереження своєї аудиторії засоби масової комунікації повинні все більше враховувати інтереси потенційних глядачів та слухачів. Для створення якісного контенту на телебаченні і радіо необхідно мати досвідчених журналістів (ведучих), які володіють значною кількістю знань і професійними навичками. На них лежить велика відповідальність за створення якісного інформаційного простору і вплив на громадську думку в умовах сучасної суспільно-політичної ситуації в Україні.

Розуміння значення телевізійних і радіо жанрів виникає, коли журналіст розуміє наскільки важлива взаємодія між візуальними та вербальними елементами для даних видів масової комунікації. На телевізійному екрані зображення та звук створюють певну гармонію у сприйнятті реальності завдяки використанню звуку і зображення водночас. Щодо радіомовлення, дана гармонія взаємодії зображення і звуку відбувається швидше на підсвідомому рівні. Таким чином, формула "говори так, щоб я тебе бачив і відчував. Говори так, щоб я бачив і відчував те, що бачиш і відчуваєш ти" стає важливою як для радіомовлення, так і для телебачення. Сутність специфіки жанрів телерадіоефіру розкривається поступово. Це те, чому необхідно навчитися і те, що слід відчувати.

Власники медіахолдингів постійно розширюють свій контент, впроваджуючи різноманітні формати, проекти та обличчя. Це робиться для того, щоб знайти нові способи передачі інформації. Ранкові програми відіграють ключову роль у цьому контексті, оскільки вони є зручним способом підготуватися до робочого дня, не витрачаючи багато часу на пошук цікавого відео в Інтернеті. Можливо так відбувається через те, що на просторах Інтернету

у нас є великий вибір, в той час як у ЗМК цей вибір обмежений: що увімкнув, те й слухатимеш.

Ступінь наукової розробки. Питання особливостей ранкових програм в теле- та радіожурналістиці досліджували різні вчені. І. Мащенко займався питанням хроніки українського радіо і телебачення в контексті світового аудіовізуального процесу, а разом з Ф.Комом вони наголошують, що перше мовлення в Україні зажило лихої слави через нецікаві передачі. Натомість А. Полісученко наголошує, що інтерактивність є обов'язковим складником сучасних ранкових передач на українських каналах. Українська письменниця, журналістка та радіоведуча Ніна Даценко пояснює, чому більшість країн мають своїх кандидатів на звання «винахідник радіо». В. Маргалик розглядає поняття «імідж ведучого», а за словами Л. Довженко в сучасній журналістиці головною стає роль ведучих. Незважаючи на значні наукові роботи схожих тем, особливості ранкових програм у ЗМК потребує детального та обґрунтованого дослідження.

Всі вищезазначені розробки досліджують проблему з позиції теорії. Дослідження цієї теми дозволить краще зрозуміти унікальні особливості цього формату, його жанрову різноманітність, а також специфіку взаємодії з аудиторією. Важливо розуміти, що ранкові шоу обумовлені великим впливом на формування поглядів і настроїв слухачів/глядачів. що, власне, і зумовлює **актуальність теми.**

Мета даної роботи - дослідити формати та підходи до створення ранкових шоу на загальнонаціональних телеканалах та комерційних радіостанціях, а також визначити перспективи життя та розвитку цього формату. З урахуванням швидкого розвитку медіа та змін у споживанні інформації, вивчення ранкових програм стає ключовим для розуміння їхнього впливу на громадську думку та культурні аспекти суспільства.

Завдання дипломної роботи:

- Ознайомитися з історією виникнення телебачення, радіомовлення та їх перших ранкових програм;

- Визначити тематику, правила, функції та хронометраж ранкових шоу на радіо і телебаченні;
- Проаналізувати творчий персонал під час створення телевізійного продукту;
- Охарактеризувати провідні тележанри розважального формату;
- Розглянути ранкові програми на провідних вітчизняних телеканалах та на радіомовленні;
- Обґрунтувати особливості іміджу ведучих та їх роботи в ранкових теле- та радіопрограмах;
- Навести приклади хороших ведучих та аргументувати чому саме на них потрібно рівнятися;

Об'єктом дослідження є ранкові програми на провідних каналах телебачення й радіомовлення "1+1", "Суспільне Культура", "Хіт FM" та "RADIO ROKS".

Предметом дослідження є особливості та актуальність застосування ранкових програм на просторах теле- та радіомовлення.

Наукові методи дослідження. У процесі дослідження було використано наукові методи:

теоретичний аналіз – пізнанням даного методу стають думки експертів, теорії дослідників, закони.

Метод класифікації - угруповання об'єктів дослідження на прикладі кадрового та поза кадрового персоналу зі створення телевізійної програми.

Контент-аналіз – застосовувався для дослідження текстів масової інформації з метою подання ширших знань у висвітлювальній темі. Результат методу можна побачити по списку використаних джерел та літератури, а також викладу загальної інформації у роботі.

Метод телевізійного, радіо та програмного дискурсу - в основі методу лежить соціолінгвістична сукупність знань. Форми мовленнєвої, візуальної та слухової комунікації розглядаються як процес, який не описує, а формує соціальну реальність.

Тематичний аналіз тексту - першим етапом було обрання актуальної теми, яка обертається в медійному просторі (якісний підхід). Другим етапом тематичного аналізу був відбір інформації тільки через кількісне визначення теми у тексті. Третій етап – підсумок, результати дослідження. Остання стадія аналізу була потрібна для визначення пропущених або не відмічених тем.

Метод моделювання - для тлумачення та інтерпретації змісту дослідження.

Метод узагальнення – для формулювання кінцевих висновків.

Наукова новизна одержаних результатів. Якщо аудиторія телебачення і радіомовлення розумітиме, як саме формується ранкова телепрограма, вони зможуть активно сприяти її вдосконаленню. Це, своєю чергою, підвищить їх інтерес щодо перегляду шоу, а отже, сприятиме зростанню рейтингів.

Практична значущість одержаних результатів. Дослідження у даній роботі може мати практичний вплив на область медіа та журналістики, а саме:

- формування контент-стратегій. Результати дослідження можуть надати цінну знахідку щодо вподобань та очікувань аудиторії в ранкових програмах;

- розвиток та модернізація програм. Знання з дослідження можуть бути використані для покращення та модернізації існуючих ранкових програм. Наприклад, зміни у форматі, темах, ведучих або структурі програми можуть допомогти збільшити її привабливість для аудиторії;

- взаємодія з аудиторією. Розуміння особливостей ранкових програм може допомогти в ефективній взаємодії з аудиторією через соціальні мережі, онлайн-платформи та інші канали комунікації;

- рекламна стратегія. Деякі аспекти з дослідження можуть бути використані рекламодавцями для кращого розуміння своєї цільової аудиторії та розробки ефективних рекламних стратегій, спрямованих на ранкові програми.

Структура та обсяг роботи. Дипломна робота складається з реферату, вступу, 3-х розділів, висновків, списку використаних джерел та літератури. Загальний обсяг роботи складається з 69 сторінок та з 73 найменувань у списку використаних джерел.

ВИСНОВКИ

Теперішній час надзвичайно складний для всієї громадськості. Іноді здається, що хочеться втекти від потоку інформації та жорсткої реальності. Але водночас, сьогодні всім необхідно бути обізнаними щодо подій в Україні та світі. Мета команд телебачення та радіо полягає в тому, щоб створювати інформаційний ранковий продукт, який передає надію. Надію на новий день, на майбутнє, на щасливе життя, і, звісно, на перемогу.

Ранкові програми існують більше 70 років і за цей час сформувалася чітка структура та зміст цього формату.

Важко не помітити зміни в розважальному напрямку українського телебачення. Військові події та економічна криза вплинули на зміст телепрограм, призводячи до помітного зменшення кількості розважальних шоу. Окрім цього, зменшилася кількість сатиричного гумору. Однак, не зважаючи на ці зміни, розважальні ранкові програми все ще займають своє місце в медіапросторі і будуть існувати, поки існує попит на них, незалежно від політичних чи воєнних обставин.

Традиційно для українського телебачення та радіомовлення ранкове шоу належить до інформаційно-розважального жанру, виконуючи певний перелік функцій.

Загалом воно включає в себе: актуальні новини, кулінарію, гороскопи, інтерв'ю з зірковими гостями та експертами, авторські сюжети на популярні теми, розважальні блоки у вигляді музичних пауз та інтерактивні вікторини.

Рисами ранкових шоу можна назвати: актуальність, оперативність, динамічність, доступність, різножанровість. Стил ранкової програми будується відповідно до концепції телеканалу, яка перш за все повинна орієнтуватися на потенційного глядача.

Ведучий є важливим засобом комунікації між медіа програмою та реципієнтом. У жанрі ранкової програми ведучий повинен володіти низкою специфічних якостей та умінь: витривалість, стійкість, індивідуальність, комунікативність, креативність, багатозадачність.

Ознайомившись з історією виникнення телебачення, радіомовлення та їх перших ранкових програм; визначивши тематику, правила, функції та хронометраж ранкових шоу на радіо і телебаченні; проаналізувавши творчий персонал під час створення телевізійного продукту, дана тема може включати нове вивчення стратегій створення та ведення ранкових передач.

Окрім цього, ознайомившись із провідними тележанрами розважального формату; розглянувши ранкові програми на провідних вітчизняних телеканалах та на радіомовленні й обґрунтувавши особливості іміджу ведучих та їх роботи в ранкових теле- та радіопрограмах, можна виявити нові підходи до розуміння впливу ранкових медіапрограм на емоційний стан, увагу аудиторії та соціальний вплив на неї. Це сприятиме формуванню позитивного сприйняття та взаємодії з глядачами та слухачами, а наведені приклади хороших ведучих та аргументи чому саме на них потрібно рівнятися додатково розкрили тему роботи.

Загалом, якщо аудиторія телебачення і радіомовлення розумітиме, як саме формується ранкова програма, вона зможе активно свідомо сприяти її вдосконаленню завдяки інтерактивності і зворотному зв'язку. Це, своєю чергою, підвищить інтерес глядачів/слухачів щодо перегляду шоу, а отже, сприятиме зростанню рейтингів медіа.

Дані висновки з дослідження можна буде застосувати у наступних аспектах:

- Формування контент-стратегій. Результати дослідження можуть надати цінну знахідку щодо вподобань та очікувань аудиторії в ранкових програмах;
- Розвиток та модернізація програм. Знання з дослідження можуть бути використані для покращення та модернізації існуючих ранкових програм. Наприклад, зміни у форматі, темах, ведучих або структурі програми можуть допомогти збільшити її привабливість для аудиторії. А пропозиції щодо відпрацювання після ефіру неправильно вжитих наголосів, русизмів, слів-паразитів, якими інколи наповнена мова ведучих, дасть змогу покращити якість ведення прямих ефірів;

— Взаємодія з аудиторією. Розуміння особливостей ранкових програм може допомогти в ефективній взаємодії з аудиторією через соціальні мережі, онлайн-платформи та інші канали комунікації.

— Рекламна стратегія. Деякі аспекти з дослідження можуть бути використані рекламодавцями для кращого розуміння своєї цільової аудиторії та розробки ефективних рекламних стратегій, спрямованих на ранкові програми.

Кожен з нас бажає отримувати зранку саме те, до чого звик. Якщо людина звикла зустрічати день з музикою, то вона насамперед вмикає музичний канал. Інша частина аудиторії починає день з новинами. Деякі особистості бажають послухати корисні поради, які допоможуть гарно провести день. Інші реципієнти розпочинають свій день із чашкою кави, переглядаючи легкі, необтяжливі сюжети, а діти зранку хочуть дивитися мультфільми. Якщо уявити середньостатистичну сім'ю — кожен член родини намагається ввімкнути щось своє. Через це ранкове інформаційно-розважальне шоу включає в себе всі ці блоки, для кожного члена родини. До того ж головна мета подачі інформації глядачу — це підняти настрій. Тому, якщо дивитись з цієї точки зору, можна сказати, що ранкове шоу — це вічний жанр. Питання тільки в тому, щоб правильно його наповнювати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрющенко М. Ю. Телеведучий у системі телебачення: іміджеві аспекти / М. Ю. Андрющенко // Наукові записки Інституту журналістики, 2007. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2002> (дата звернення: 10.02.2024).
2. Андрющенко М. Ю. Роль ведучого у творенні ефективної телекомунікації. Наукові записки Інституту журналістики, 2020. URL: http://www.nbuv.-gov.ua/portal/Soc_Gum/Nzizh/2011_43/Andryus.pdf. (дата звернення 11.12.2023).
3. Бабчук Е. Прямий ефір: з чого все починалось... Аналіз сучасного стану прямиоефірних передач // Ведучий у практиці сучасного радіомовлення: 36. навч.-метод. матеріалів. К., 2006. С. 9-19.
4. Бардаков Я. В., Тяпкіна Н. І., Типологія розважальних телевізійних програм // «Молодий вчений» Запорізького національного університету. / Я. В. Бардаков, Н. І. Тяпкіна. Запоріжжя, 2015. № 12 / Частина 4. (Запорізький національний університет). (Соціальні комунікації). С. 140-143.
5. Безлюдна Г. Долю телебачення визначає глядач / Ганна Безлюдна // День. URL: <https://day.kyiv.ua/article/media/dolyu-telebachennya-vyznachaye-hlyadach>. (дата звернення: 23.01.2024)
6. Безчотнікова С. В. Технології сучасного комерційного радіомовлення: функціональний тип, формат, контент / С. В. Безчотнікова. // Інформаційне суспільство. №13, 2011. 9 с.
7. Бутко О. Взаємодія основного та допоміжного творчого персоналу в процесі підготовки телевізійної програми: в кадрі й поза ним / О. Бутко, І. Піголенко // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. / О. Бутко, І. Піголенко. Київ, 2023. (Київський національний університет культури і мистецтв). (Аудіовізуальне мистецтво і виробництво). С. 154–165.
8. Власюк О. Ранкове шоу — це м'які капці вашої аудиторії / О. Власюк // MediaLab Online, 2007. URL: <https://medialab.online/news/rankove-shou-tse-m-yaki-kaptsi-vashoyi-audy-toriyi/> (дата звернення: 09.01.2024).

9. Вся правда з блогосфери «Новини блогосфери» \"Алло! Говорить Харків!\" – історія Українського радіо від гучномовців до інтернету // UAINFO, 2019 URL: <https://uainfo.org/blognews/1573831658--allo-govorit-harkiv-istoriya-ukrayinskogo-radio-vid.html>. (дата звернення: 13.12.2023).
10. Германов В.Г. Вплив засобів масової інформації на підсвідомість: Автореф.дис. доктора філол.наук: 10.01.08 / Київський національний ун-т ім. Т. Шевченка Ін-т журналістики. К., 2003. 42 с.
11. Гоян В. В., Захарс Т. А. Історія інформаційно-розважального телебачення: український досвід. // Держава та регіони. // Серія: Соціальні комунікації. / №2. 2015. С. 69–75.
12. Гоян В., Гоян О. Перші комерційні радіостанції в Україні: від експериментів до бізнесу : навч. посібник, Телерадіоклуб / Віта Гоян, Олесь Гоян. Київ: Інститут журналістики, 2020. 58 с.
13. Гоян О. Я. Журналістська телерадіоосвіта: сучасні тенденції / О. Я. Гоян // Інститут журналістики / Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1247>. (дата звернення: 02.01.2024)
14. Гоян О. Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту / О. Я. Гоян. К.: ВПЦ «Київ. ун-т», 2008. 272 с.
15. Гоян О. Я. Технології програмування комерційного радіомовлення: добова верстка і формат / О. Я. Гоян // Інститут журналістики Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1544>. (дата звернення: 02.01.2024)
16. Даценко Н. Пригоди на радіохвилях: історія українського радіо / Н. Даценко. Київ: Темпора, 2023. 600 с.
17. Дейна А. "Телебачення вмирає": у політичних кампаніях США відбувається діджитал-революція / The Hill // Дзеркало тижня, 2023. URL: <https://zn.ua/ukr/usa/tebachennja-vmiraje-u-politichnikh-kampanijakh-ssha-vidbuvajetsja-didzhital-revoljutsija-the-hill.html>. (дата звернення: 01.02.2024).

18. Десятник Г.О. Основи аудіовізуальної документалістики: тексти лекцій [наук. ред. доктор наук із соціальних комунікацій Гоян В.В.] К.: Вид-во Інституту журналістики КНУ, 2020. 105 с.
19. Джолос О. В. Ранкові програми на українських телеканалах / О. В. Джолос // Актуальні проблеми медіапростору: матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 08 квітня 2021 р.). К.: Інститут журналістики, 2021. 90 с.
20. Дзикович О. Мовленнєві засоби зближення із телеглядачем у текстах анонсів ток-шоу. Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Філологія. Педагогіка. Вип. № 4. 2014. С. 14-21. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vntufil_2014_4_4. (дата звернення: 01.02.2024).
21. Дзюба Д. Ю. Жанровий аспект сучасного телевізійного контенту: збірник матеріалів «Українська професійна та етнічна культура: нові ракурси дослідження, інтеграція у світовий цивілізаційний процес». Київ, 2012. С. 167-173.
22. Дмитровський З. Є. Організація роботи на телебаченні: Тексти лекцій. Львів: Малий видавничий центр факультету журналістики ЛНУ ім. І. Франка, 2020. 98 с.
23. Дмитровський З. Є. Телевізійна журналістика : навч. посіб. / З. Є. Дмитровський. Львів: Вид. центр Львів. нац. ун-ту ім. І. Франка, 2006. 208 с.
24. Довженко Л. Ведучий в практиці Запорізького радіомовлення // Ведучий у практиці сучасного радіомовлення: Зб. навч.-метод. матеріалів. К., 2006. 73 с.
25. Заволока А. Що потрібно знати про ранкове радіо? Анна Астровська про власний досвід. / Анастасія Заволока // Press Association UA, 2021. URL: <https://pressassociation.org.ua/ua/shho-potribno-znati-pro-rankove-radio-anna-astrovska-pro-vlasnij-dosvid/> (дата звернення: 24.01.2024).

26. Закон України про телебачення і радіомовлення // Конституція України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12/ed20230331#Text>. (дата звернення: 06.12.2023)

27. Залінченко О. А. Порівняльна характеристика диктора і ведучого / О. А. Залінченко // Інститут журналістики Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2109> (дата звернення: 11.01.2024)

28. Зелінченко О. А. Інтерактивність як основа "живого" радіомовлення: історія виникнення та важливість упровадження соціального замовлення аудиторії / О. А. Зелінченко // Інститут журналістики Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1508>. (дата звернення: 11.01.2024)

29. Зуєва А. З ними починається день: популярні ранкові шоу на українських телеканалах – “Підйом”, “Сніданок з 1+1” та інші. / А. Зуєва // Сенсація, 2023 URL: <https://sensatsiya.com/shou-biznes/novyny/66485-z-nymy-pochynaetsya-den-populyarni-rankovi-shou-na-ukrainskyh-telekanalah-pidiom-snidanok-z-1-1-ta-inshi>. (дата звернення: 13.01.2024).

30. Історія винайдення радіо у світі та в Україні // Радіо Накипіло, 2022 URL: <https://radio.nakypilo.ua/istoriya-vynajdennya-radio-u-sviti-ta-v-ukrayini/>. (дата звернення: 12.12.2023).

31. Історія українського радіо: Ніна Даценко розповіла про програму, яка майже століття виходила в ефірі // FREEDOM, 2020. URL: <https://uatv.ua/istoriya-ukrayinskogo-radio-nina-datsenko-rozpovila-pro-programu-yaka-majzhe-stolittya-vyhodyla-v-efiri-video/>. (дата звернення: 12.12.2023).

32. Історія українського телебачення: перший ефір: матеріали наук. колоквиуму [Київ, 17 листопада 2010 р.] // Телерадіоклуб / за заг. ред. В. В. Різуна; передм. та упоряд. В. В. Гоян. Київ: Європейський ун-т, 2011. 126 с.

33. Калітовська К. Теленовини як візитівка прямого ефіру на провідних українських телеканалах на сучасному етапі // Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи, №7-8 (6). 2015. С. 133-137.
34. Кияшко Ю. Особливості відтворення відеоряду в різножанрових телепрограмах. Інформація, комунікація, суспільство : матеріали 6-ої міжнар. наук. конф, м. Львів, 18–20 травня 2017 р. Львів, 2017. С. 130-131. URL: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/38345/1/60_130-131.pdf. (дата звернення: 03.02.2024).
35. Коневега П. Різновиди телевізійного монтажу. // Вісник львівського університету. Журналістика. Львів, 2007. Вип. 7. С. 130-137. URL: <http://old.journ.lnu.edu.ua/vypusk7/visnyk07-14.pdf> (дата звернення: 05.02.2024).
36. Костюченко О. М. Основи телевізійної журналістики: навчальний посібник / О. М. Костюченко. Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2016. 218 с.
37. Крупський І. В., Михайлін Л. М. Кіно-, телемистецтво як навчальна дисципліна і методика її викладання // Збірка науково-методичних статей [наук. редактор проф. Горевалов С.І., доцент Десятник Г.О.]. К.: КНУ, 2016. 88 с.
38. Кузнецова О. Д. Засоби масової комунікації: посіб. / О. Д. Кузнецова [2-е вид., перероб. і доп.]. Львів: ПАІС, 2005. 200 с.
39. Лаврик О. В. Основи журналістики: Навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності "Журналістика". Х.: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2008. 73 с.
40. Лазебний В. С., Бакіко В. М., Омелянець О. О. Організація телевізійного виробництва: конспект лекцій навч. посіб. для студ. спеціальності Акустотехніка/ В.С, Лазебний, В.М. Бакіко, О.О. Омелянець. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 162 с.
41. Лебедь Р. Радіо в Україні - далі буде? // BBC News Україна, 2011 URL: https://www.bbc.com/ukrainian/entertainment/2011/05/110504_radio_rl. (дата звернення: 10.12.2023).

42. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики : підручник / В. В. Лизанчук ; М-во освіти і науки України. Київ: Знання, 2006. 632 с.
43. Лизанчук В. В. Радіожурналістика: засади функціонування : підручник / В. В. Лизанчук. Львів: ПАІС, 2000. 366 с.
44. Маєвська Н. П. Експеримент триває... // Деякі аспекти роботи і творчі проблеми ведучих радіопрограм: Збір. матеріалів наук.-практ. семінару з теорії та практики персоніфікованого радіомовлення. К., 2001.
45. Мак-Комбс М. Встановлення пріоритетів: мас-медіа та громадська думка. Київ, 2007. 256 с.
46. Маловічко О. Порівняльна характеристика диктора і ведучого радіопрограми // Журналіст України, № 2. 2002.
47. Маргалик В. Імідж ведучого телевізійної програми, його відповідність жанрові й тематиці / В. Маргалик // Наукові записки Інституту журналістики. К., 2003. С. 70–84.
48. Матвієнко В. Дивилися всією країною: популярні старі українські телепередачі – Підйом, Файна Юкраїна та Кабріоліто // Сенсація, 2023. URL: https://sensatsiya.com/shou-biznes/61789-dyvylysya-vsieu-krainou-populyarni-stari-ukrainski-teleperedachi-pidiom-faina-ukraina-ta-kabriolito?utm_source=ukr.net.
(дата звернення: 08.01.2024).
49. Мащенко І.Г. Хроніка українського радіо і телебачення в контексті світового аудіовізуального процесу. К.: Видавництво «Україна», 2005. 311 с.
50. Медіапростір: проблеми і виклики сьогодення: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених (Київ, 25 квітня 2018 р.). К.: Інститут журналістики, 2018. 379 с.
51. Момот Н.М. Культура мовлення як стратегія сучасної комунікації / Н. М. Момот // Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку: тези доповідей V Міжнародної конференції (Київ, 7 грудня 2023 р.). - Київ: Університет "КРОК", 2023. URL:

<https://conf.krok.edu.ua/SRE/SRE-2023/paper/view/1619> (дата звернення: 01.05.2024).

52. Муленко Ю. В. Розважальні програми на українському телебаченні / Ю. В. Муленко, 2015. С. 68–71.

53. Набокова Г. Жанрові формати розважальної телевізійної культури. Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури, Вип. 31. 2013. С. 154-160. // URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apitphk_2013_31_24. (дата звернення: 09.12.2023).

54. Нагорняк М. Сітка мовлення УР-1: концепція інформаційного мовлення потребує перегляду / М. Нагорняк // ДМ Суспільного, 2016. URL: <https://stv.detector.media/monitoryng/read/2624/2016-12-05-sitka-movlennya-ur-1-kontseptsiya-informatsiyного-movlennya-potrebuie-pereglyadu/>. (дата звернення: 09.12.2023).

55. Новітні тенденції в медіагалузі: матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених (Київ, 16 квітня 2019 р.). К.: Інститут журналістики, 2019. 106 с.

56. Носяр К. Головні чинники створення позитивного іміджу телеведучого на вітчизняному телебаченні / К. Носяр // Національний університет "Острозька академія", 2012. URL: <https://naub.oa.edu.ua/holovni-chynnyky-stvorennya-pozytyvnoho-imidzhu-televeduchoho-na-vitchyznyanomu-telebachenni/>. (дата звернення: 07.12.2023).

57. Овчаренко К. Життєвий цикл новин / К. Овчаренко // Теле- та радіожурналістика: зб. наук. пр. Львів: Вид. центр Львів. нац. ун-ту ім. І. Франка, Вип.9. Ч. 1. 2010. С. 227-231.

58. Основи журналістики: основні функції радіомовлення // Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна, 2015. URL: <https://studfile.net/preview/1905797/page:6/>. (дата звернення: 11.01.2024).

59. Офіційна веб-сторінка програми «Сніданок 1+1» на телеканалі «1+1». URL: <https://1plus1.ua/ru/snidanok-z-1-1>

60. Полісученко А. Ю. Інтерактивність у ранкових передачах українських телеканалів / Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник / за ред. В. В. Різуна; КНУ імені Тараса Шевченка. К, 2013. 236 с.
61. Про емоції за кадром та українське телебачення: розмова з ведучою ранкових програм, ніжинкою - Ангеліною Таран // Mynizhyn.com, 2023. URL: <https://mynizhyn.com/news/misto-i-region/30961-moia-misiia-daruvati-pozitiv-ta-zmusuvati-liudei-posmixnutisia-interviu-z-veducoiu-rankovix-program-nizinkoiu-angelinoiu-taran.html>. (дата звернення: 17.01.2024).
62. Про тревел-шоу Le Маршрутка // Новий канал, 2020. URL: <https://novy.tv/ua/le-marshrutka/pro-trevel-shou-le-marshrutka/>. (дата звернення: 02.02.2024).
63. Прокач В. І. Який імідж українських ведучих? / В. І. Прокач // Голос України. 19 верес. 2006.
64. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Мітчел Стівенс ; [пер. з англ. Н. Єгоровець]. К.: Києво–Могилян. акад., 2008. 407 с.
65. Структурні особливості ранкових радіоефірів (на прикладі радіостанцій "ТАКТ", "Radio ROKS"). Київ: Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 2019. С. 34.
66. Телерадіожурналістика: стандарти, методи, технології (за матеріалами медіаплатформи «Campus Radio Ukraine / Студент-TV»): навчальний посібник / ред.-упоряд., загал. ред. Гоян В.В., Гоян О.Я. Київ: Інститут журналістики, 2020. 192 с.
67. Холод О. М. Основи тележурналістики : курс лекцій [авт. та укл. Холод О.; автори: Дмитровський З., Шаповал Ю. К.: КиМУ, 2012. 121 с.
68. Шальман Т. М. Ранкові інформаційно-розважальні телепередачі як одна із складових сучасного медіапростору / Тетяна М. Шальман. Київ: Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, 2012. С. 13.

69. Юсипович А. В. Типи програм розважального телебачення України.
// URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2122> (дата звернення: 12.01.2024)
70. Яненко Я. Що чекає на медіа-галузь? Суб'єктивні думки щодо трендів та перспектив // Сумський прес-клуб, 2022. URL: <https://mediakolo.sumy.ua/the-media/community/1164-shcho-chekaie-na-mediahaluz-subiektyvni-dumky-shchodo-trendiv-ta-perspektyv.html>. (дата звернення: 04.02.2024).
71. «Перше шоу» — Суспільне презентує новий ранковий проєкт // Суспільне Мовлення, 2023. URL: <https://corp.suspilne.media/newsdetails/6391> (дата звернення: 14.01.2024).
72. 95 років тому заговорило українське радіо // Дзеркало тижня. Україна, 2019. URL: <https://zn.ua/ukr/HISTORY/95-rokiv-tomu-zagovorilo-ukrayinske-radio-330572.html> (дата звернення: 11.12.2023).
73. Feger A. Linear TV: What it is and what marketers need to know about it // Insider Intelligence, 2023. URL: <https://www.insiderintelligence.com/insights/definition-linear-tv-advertising/>. (дата звернення: 01.02.2024).