

**Віталій Захаров,**  
кандидат філологічних наук,  
старший викладач кафедри тележурналістики та  
майстерності актора  
факультету кіно і телебачення  
Київського національного університету  
культури і мистецтв

**Vitalii Zakharov,**  
PhD in Philology,  
Senior Lecturer at the Department  
of TV Journalism  
and Acting,  
Faculty of Cinema and Television,  
Kyiv National University of Culture and Arts  
ORCID iD 0009-0005-0267-4097  
Email: zakharov@knukim.edu.ua

**Уляна Левко,**  
кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри української літератури,  
компаративістики та гринченкознавства  
факультету української філології,  
культури та мистецтва  
Київського університету імені Бориса Грінченка

**Uliana Levko,**  
PhD in Philology,  
Associate Professor at the Department  
of Ukrainian Literature,  
Comparative Studies and Grinchenko Studies,  
Faculty of Ukrainian Philology,  
Culture and Art,  
Borys Grinchenko Kyiv University,  
ORCID iD 0009-0006-5112-7644  
Email: u.levko@kubg.edu.ua

УДК 070.1:323.1(=161.2)

DOI <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2023.154>

## РОБОТА СТУДЕНТІВ НАД ПОРТРЕТНИМИ ТЕЛЕСЮЖЕТАМИ У ВИМІРІ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ЦІННОСТЕЙ



### STUDENTS WORK ON PORTRAIT TV STORIES IN THE CONTEXT OF EUROPEAN VALUES

**АНОТАЦІЯ.** У статті йдеться про специфіку роботи студентів над портретними сюжетами на практичних і лабораторних заняттях із тележурналістики. Вивчення особливостей створення матеріалів у заявленому жанрі розглядається в контексті євроінтеграційних процесів у медіасфері та освіті.

Автори спиралися на теоретичні розвідки науковців, фокус уваги яких зосереджено на аналізі портретних інтерв'ю та телесюжетів. Метою дослідження стало окреслення технологій створення власного медіапродукту у вимірі європейських цінностей, зокрема поваги до людської гідності, свободи, демократії.

Наукова проблема розглядається у двох площинах. По-перше, майбутні тележурналісти в роботі на власний розсуд керуються окресленими цінностями. По-друге, герої телесюжетів «працюють» на зміцнення та імплементацію цінностей, рефлектуючи на теми з особистого та громадського життя. Показати двобічний підхід у медіавиробництві стало одним із завдань авторів статті. Інше завдання натомість полягає у висвітленні технологій створення портретного сюжету у світлі тих викликів, які потребують адаптації та переосмислення досвіду української школи тележурналістики.

Важливим моментом у засвоєнні теми є аналіз здобутків медійників, починаючи з 90-х років. Критичний розбір зразків портретних інтерв'ю та телесюжетів різних періодів сприяє розумінню еволюції жанрів. Втім, ціннісну канву медіа контенту протягом окресленого часу складає гуманізм. Тож йдеться, насамперед, про безпосередню артикуляцію та фокусування на цінностях, які об'єднують європейську спільноту.

Реалізуючи виховний потенціал телебачення, студенти знаходять і показують героїв, з якими глядач вже розділяє цінності або відкриває для себе нові горизонти у світосприйнятті. Спільна робота здобувачів освіти та викладача у своїй багатоступовості охоплює увесь процес створення портретного телесюжету, що висвітлено в статті.

**Ключові слова:** телесюжет; портретний телесюжет; медіавиробництво; європейські цінності; євроінтеграція.

**ABSTRACT.** The article discusses the specifics of students' work on portrait stories in practical and laboratory classes in TV journalism. The study of the peculiarities of creating materials in the stated genre is considered in the context of European integration processes within the media and education.

The authors relied on theoretical research by scholars who focused on analyzing portrait interviews and television stories. The purpose of the study was to outline the technologies for creating one's own media product in the context of European values, including respect for human dignity, freedom, as well as democracy.

The scientific problem is considered in two dimensions. Firstly, future TV journalists themselves are guided by the values outlined above. Secondly, the characters in the TV stories «work» to strengthen and implement values by reflecting on topics from their personal and public lives. One of the authors' tasks was to demonstrate a two-sided media production approach. Another task is to highlight the technologies of creating a portrait story in view of the challenges that require adaptation and reconsideration of the experience of the Ukrainian school of TV journalism.

An important point in mastering the topic is to analyze the achievements of media professionals since the 1990s. A critical analysis of samples of portrait interviews and TV stories from different periods helps to comprehend the evolution of the genres. However, the value framework of media content during this period has been humanism. Therefore, it is primarily about direct articulation and focus on the values that unite the European community.

Implementing the educational potential of television, students find and show heroes with whom the viewer already shares values or discovers new horizons in their worldview. The cooperation of students and teachers in its multi-stage nature covers the entire process of creating a portrait TV story, which is outlined in the article.

**Keywords:** TV story; portrait TV story; media production; European values; European integration.

© Захаров Віталій, Левко Уляна, 2023

**Вступ.** Робота над портретними телесюжетами – це частина теоретичної та практичної підготовки в межах обов'язкового курсу «Тележурналістика», який викладається здобувачам вищої освіти за напрямком «Аудіовізуальне мистецтво і виробництво» в Київському національному університеті культури і мистецтв. До цього студенти опановують вміння створювати БЗ (ВМЗ), проводити інтерв'ю та вирізати з них синхрони, а також роблять події та проблемні репортажі відповідно до чинної навчальної програми із дисципліни. Створення портретних сюжетів (використовується саме ця назва як найбільш поширена в медіавиробництві) стає окремим етапом прикладної роботи на заняттях і поза ними для представлення на заліково-екзаменаційній сесії.

При вивченні теми портретного сюжету студенти керуються технологіями створення медіаконтенту, які напрацьовані журналістами незалежної України, та використовують зразки творчості зарубіжних медійників. Здобувачі освіти водночас спираються на вимоги українського законодавства, яке стосується роботи ЗМІ, а також працюють відповідно до стандартів, які очікуються від працівників телебачення на етапі євроінтеграції.

Так, 31 березня 2023 року набув чинності Закон України «Про медіа» [5], який викликав роз-

логі дискусії, хоча його ухвалення було однією з вимог для вступу до ЄС. Крім того, дороговказом у студентській роботі виступає Договір про Європейський Союз та Договір про функціонування Європейського Союзу, де чітко прописано цінності, які єднають спільноту – «Союз засновано на цінностях поваги до людської гідності, свободи, демократії, рівності, верховенства права та поваги до прав людини, зокрема осіб, що належать до меншин» [7].

Вважаємо, що робота над портретним сюжетом може розглядатися у двох аспектах. По-перше, автор матеріалу сам сповідує європейські цінності і керується ними в роботі, а по-друге – він створює продукт, який популяризує цінності, зміцнює у глядача розуміння переваг, які має суспільство, що будується на засадах згаданих ключових цінностей.

Специфіка портретних сюжетів (а з ним – інтерв'ю) розкривається у розробках таких науковців, як М. Халер, Н. Симоніна, А. Яковець. Утім, йдеться про розвідки, які присвячені власне виробництву. А от медіазнавчих праць, зосереджених на вивченні студентами технології створення телепродукту в умовах євроінтеграції, нині бракує. Це й зумовлює актуальність статті.

Мета та завдання дослідження. Мета роботи – здійснити аналіз творчої та ціннісної склад- ників роботи над портретними телесюжетами в

контексті інтеграції у європейський простір – як освітній, так і медійний.

Мета передбачає вирішення авторами статті завдання щодо розгляду технологій створення телевізійного продукту із врахуванням підходів, апробованих у щоденній діяльності журналістами, на тлі євроінтеграції. Йдеться про поєднання досвіду українських медійників із нинішніми творчими та технічними пошуками в телевізійному просторі європейських колег.

Методологія. Автори статті спираються на загальнонаукові методи проведення дослідження: аналітичний, порівняльний, синтетичний. Окреслені способи посприяли узагальненню досвіду доповідачів у медіа та дидактиці та виокремленню здобутків і перспектив у розробці теми. Вагомою частиною при підготовці цієї наукової розвідки є проведене серед студентів опитування для виявлення та з'ясування цінностей, що несуть глядачеві герої телесюжетів.

Результати й обговорення. Зміни, яких вимагає період євроінтеграції, передбачають певні трансформації і водночас прийняття чи переосмислення досвіду телевізійної публіцистики, яка активно розвивалася у 90-х роках і на початку 2000-х. Іншими словами, нинішні тренди швидше здаються такими, що виростають із напрацювань журналістів топ-каналів і є продовженням їхніх надбань. У цьому контексті варто згадати думку І. Михайлина, що серед найважливіших засад журналістики, «заснованих на загальнолюдських пріоритетах» – гуманізм [10, с. 229].

В. Павлів у представленні польському читачеві жанрової специфіки української журналістики зазначає, що в дев'яностих роках «знання, яке надходило із заходу, стосувалося головним чином питань журналістської етики, свободи медіа, нових технологій, але найменше уваги присвячувалося журналістським жанрам» [15, с. 55]. Маємо звідси два акценти в обміні досвідом на рівні Україна-Європа: якщо система цінностей відразу потрапила на благодатний ґрунт, то жанрова матриця не зовсім відповідає класифікації, установленій в медіазнавстві, приміром, наших західних сусідів, що маємо враховувати при ознайомленні студентів із теоретичними та практичними європейськими здобутками в аналізованій галузі.

Говорячи про публіцистику, насамперед варто згадати телепрограми «Без табу» Ольги

Герасим'юк і «Табу» Миколи Вересня. У них «вимальовувалися» портрети героїв – таких, яких можна щодень зустріти на вулиці, чи тих, чий розповіді викликали резонанс своєю новизною для глядача. Ольга Герасим'юк стала чи не першою ведучою топ-каналу, яка із гостями студії відверто заговорила про домашнє насилля, а відтак – непохитне право людини на повагу до її гідності. Як бачимо, підхід цілком суголосний до типологізації піджанрів ток-шоу в монографії польської дослідниці М. Вавер «Жанри, формати в телевізійному пейзажі. Як досліджувати сучасне телебачення?», котра, доповнюючи класифікацію Глена Крібера, пропонує наступне: «Дивлячись на цей жанр із ширшої перспективи, можна також провести і інший поділ: програма, спрямована на співрозмовників, програма, сконцентрована на темі. // Перша група охоплюватиме розмови з відомими людьми, друга – телепрограми з участю звичайних людей, що оповідають історії зі свого життя. Ясна річ, трапляються також програми, що є гібридами цих двох типів» [16, с. 87-88].

Наповнюючи медіапростір відвертим спілкуванням на резонансну тематику, медійники вибудовували платформу, де герой може представляти свою історію, а глядач рефлексує, що в етичному плані для нього добре, а що – погано. Можна сказати, що в такий спосіб реалізовувався виховний потенціал телебачення. Як слушно зазначають автори монографії «Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів», «телевізійні герої (як справжні знаменитості, так і видумані художні образи) стали частиною тієї мережі особистого спілкування, з представниками якої особистість поділяє свої цінності, прагнення, настановлення, з якими має спільні когніції та емоційні стани, за якими моделює свою картину світу» [9, с. 44].

Значення телепрограм як майданчика для вільного обговорення життєвих історій, які перебувають у фокусі публіцистики, переоцінити важко. І. Головка стверджує, що свобода слова в поєднанні з демократичними процедурами «стає одним із найважливіших інструментів захисту всіх прав людини» [2, с. 175]. Таким чином, у процесі становлення та розвитку український простір поступово став платформою, яка об'єднала

жанри, що працюють на утвердження європейських цінностей.

Нині портретний сюжет став невід'ємною частиною медіапростору: він представлений чи не щодня у сітці мовлення телеканалів. Жанр активно використовується як у ранкових шоу (наприклад, «Сніданок з 1+1»), так і у випусках новин чи світських програмах типу «Життя відомих людей». Інтерес до особистості, аналізу та самоаналізу героя, його вчинків і суспільних тем, дотичних до його діяльності, підтверджується численними переглядами портретних інтерв'ю у YouTube. Так, на каналі Маші Єфросиніної випуск із Олексієм Дурневим за лютий 2023 року на початок травня набрав понад 1,5 млн переглядів («Олексій Дурнев про «хімію» з Астаф'євою, зневагу до зірок і допомогу Україні»). До слова, вже на початку програми ведуча заявляє про «іспит на відвертість».

Портретне інтерв'ю може випускатися як окремий продукт і як «вирізані» синхрони для портретного телесюжету. А власне поняття портретного сюжету відповідає класифікації, представленій А. Яковцем у підручнику «Телевізійна журналістика» [13, с. 237].

Цілі інтерв'ю і сюжету збігаються – всебічно показати особистість співрозмовника, спираючись на його щирість та інформацію, яка вже відома глядачеві та/або буде озвучуватися у матеріалі. Н. Симоніна вказує, що портретне інтерв'ю спрямоване на те, аби «створити образ героя, розкрити його характер» [11, с. 183]. Дослідниця водночас зазначає, що такий тип інтерв'ю «неможливий без запитань інформаційного характеру, без запитань про ставлення героя до тих чи інших фактів, як в аналітичному інтерв'ю» (ibidem). Таким чином, у сюжеті переплітаються факти та коментарі героя щодо них, інколи – рефлексії тих, хто дотичний до його особистості і «додає штрихи» до портрету. А от серцевиною телесюжету про героя «Азовсталі» виробництва «1+1 Media» стало інтерв'ю його матері (матеріал ««Очі Азовсталі» – історія Дмитра Козацького від найрідніших! Фотоальбом країни»).

Власне, перед тим, як почати власні творчі пошуки, студенти ознайомлюються зі зразками журналістських матеріалів, які транслювалися в ефірах українських телеканалів, які мовлять

на всю країну. Не обходиться і без теоретичної бази, яка складається з аналізу жанрових ознак портретного телесюжету в зіставленні із подієвим та проблемним репортажами, які вже знайомі здобувачам освіти. Окремий акцент робиться на настроєвість матеріалу, за яким стоять дещо різні підходи в роботі журналістів. Не забуваємо й власне про те, якими цінностями керується сам журналіст, спрямовуючи і надихаючи свого співрозмовника розкритися у бесіді. Б. Фіолек-Любчинська говорить, що «вирізняється три типи аргументації: етична (базована на авторитеті), патетична (звернена до емоцій реципієнта) і демонстраційна (полягає на вдалому представленні доказів). Основою етичної аргументації у репортажі та документальному фільмі є етос творця режисера-реалізатора» [14, с. 62].

Для прикладу, на заняттях із тележурналістики студенти цього року розглядали сюжет про парамедикиню, яка рятує життя бійців на фронті («У 24 роки керує медичним екіпажем та під обстрілами рятує життя бійців! Історія парамедикині «Чеки» (виробництво «1+1 Media»), та сюжет про співачку, яка збрала понад 17 млн переглядів експромтним виконанням пісні в соцмережі «TikTok» («Tik-Tok тренд Парова машина: Ярина Квасній про успіх власного переспіву», виробництво «5 канал»). Очевидно, що в першому випадку йдеться про матеріал, сповнений героїчного пафосу, а в другому – про розважальну тематику. Втім, обидві історії поєднує повага до героя, який займається конструктивною діяльністю на благо суспільства.

Перегляд та «препарування» матеріалу передбачає аналіз специфіки структурування інформації, комбінування закадрового тексту та синхронів із лайвами, а також спробу реконструювати запитання, які варто було озвучити журналісту, аби отримати відповіді, які чує і бачить глядач у сюжеті. Великий інтерес викликає аналіз матеріалів, які не містять закадрового тексту: в них синхрони чергуються із лайвами чи відеорядом під музику (наприклад, «Випускниця з Харкова Валерія Кобзева в червоній сукні на руїнах школи! Фотоальбом країни», виробництво «1+1 Media»). У такий спосіб студенти йдуть зворотнім шляхом (від «нарізки» відповідей до запитань) і вдоскона-

люють вміння інтерв'ювати та вчитися через досвід журналістів-практиків.

Наступним етапом у вивченні теми студентами є пошук героя для своєї зйомки. М. Халер наголошує, що він повинен бути цікавим «манерою поведінки, біографією чи способом життя» настільки, що «інтерв'юєр вважає обов'язковим описати це» [12, с. 320]. На прикладі кіносценаріїв М. Вайно вказує, що герой, який у центрі історії, має сильний характер, тому його можна називати і характером. Аби викликати зацікавлення, «він має випромінювати силу, енергію. Для цього він мусить отримати мету» [1, с. 141]. На наш погляд, такі визначення можна значною мірою переносити на портретний сюжет, який містить не стільки суспільно важливу інформацію, як представляє людину з її досвідом і прагненнями. Власне, особисті надбання персони слугують одним із критеріїв при виборі героя для зйомки: у кадр запрошують тих, кому «є що сказати», хто захоплює, вражає і може виступати прикладом для наслідування. Іншими словами, несе цінності, які поділяє споживач інформації.

Цьогоріч майбутні теле-, радіожурналісти, ведучі програм працювали над створенням двох портретних телесюжетів. Героями першого стали ті люди, які «доступні» слухачам освіти – знайомі та родичі, з якими комунікувати та домовлятися легко. Другий телесюжет студенти знімали з малознайомими особисто, але відомими у медіапросторі персонами, наприклад, із письменником і видавцем Максом Кідруком.

Окреслений підхід сприяє розвитку вмінь здобувачів освіти налагоджувати контакт з різними людьми. Тож, важливим при створенні портретного сюжету є психологічний аспект роботи. Тим паче, що на заняттях із тележурналістики поступово вивчаються елементи медіапсихології: насамперед ті, які стосуються безпосередньої роботи журналіста. В основі взаємодії журналіста та героя його матеріалу, на наш погляд, повинні бути емпатія та ідентифікація. Це сприяє утворенню тандему, що спільними зусиллями працює над появою якісного контенту, адже чим більше сприйняття, поваги до людської гідності, тим більше щирості та переконливості в кадрі. Зрештою, як зазначає В. Горпенко, довірливий характер

спілкування – серед основних ознак телебачення [4, с. 5].

У роботі над портретним сюжетом варто звернути увагу і на візуальний складник, адже у випадку з телебаченням йдеться, за визначенням А. Лісневської, не лише про журналістську, а й про екранну природу професії [8, с. 6]. Завдання творців контенту – наблизити героя для глядачів, розкрити його характер, чому сприяє вмиле використання знімальних планів. Саме крупний «володіє підвищеною аналітичністю, добре передає психологічний стан людини», а фокусування на характерній деталі має «особливо важливе значення для досягнення образу, створюваного на екрані» [8, с. 99].

На власному досвіді в медіавиробництві ми переконалися, що при створенні телевізійного героя доречними будуть укрупнення на «дзеркало душі» очі, руки, деталі типу татуювання, шеврони чи назву книжки на полиці. Описуючи елементи сценарної майстерності, М. Вайно наголошує, що «деталь має бути, наскільки це можливо, непомітною, природною частиною обстановки, реквізиту, але промовистою – однозначно» [1, с. 158].

Для повноти розкриття образу та динаміки сюжету на екрані варто використати розмаїтий відеоряд. Необхідними будуть розкадровки під час бесіди з героєм, якщо використовується одна відеокамера чи фотоапарат. Очевидно, що краще знімати на дві або три камери – це дозволяє фіксувати інтерв'ю повністю і не пропускати важливе, що може озвучити співрозмовник під час розкадровок.

Окрім того, студентам КНУКиМ пропонується після завершення тематичного блоку проаналізувати власну працю, у тому числі за допомогою анкетування. Так, опитувальник досліджуваної теми в поточному академічному році включав, серед іншого, пропозиції оцінки складності роботи над портретним сюжетом за визначеною шкалою, саморефлексії над ранжуванням проблематики. Важливою акцентуючою складовою частиною були питання «Перелічіть, які європейські цінності сповідує герой і це відображено у Вашому портретному сюжеті», «Яким чином Ваш портретний сюжет сприяє утвердженню європейських цінностей?». Студенти, вдаючись до аналізу власних робіт, найчастіше зазначали, що обрані герої транслюють такі ціннісні орієнтири,

як повагу до людської гідності, свободи, демократії та рівності. Окремо опитані наголосили на свободі слова, яку спікери в телесюжетах називають особливим благом, що зміцнює європейський статус українського суспільства.

**Висновки та перспективи.** Євроінтеграційні процеси в медіасфері передбачають оновлення та адаптацію вже апробованих, а також пошук нових підходів у виробництві контенту. Виклики часу в телевізійному просторі вимагають відповідної підготовки фахівців для ТБ.

У системі практичного вивчення тележурналістики особливе місце посідає засвоєння вмінь створювати портретний сюжет, у процесі підготовки якого записується портретне інтерв'ю. Останнє виявляє не лише розуміння специфіки інформаційного та аналітичного інтерв'ю, з якими студенти ознайомлюються раніше, а й психології. Емпатію розглядаємо як основу взаємодії журналіста та героя, яка сприяє розкриттю внутрішнього світу того, хто в центрі історії, його поглядів і вчинків.

Навчаючись створювати портретні телесюжети, студенти спираються на досвід української школи тележурналістики. Водночас важливими і корисними для майбутніх медійників будуть і приклади контенту, який створюється для платформи YouTube. Способи інтерв'ювання у цьому сегменті використовуються такі ж, як на телебаченні. А кількість переглядів портретних інтерв'ю свідчать про високий інтерес до жанру. Зацікавлення постійно зростає: деякі матеріали набирають мільйони переглядів.

Розглядаючи матеріали, які показують в ефірах популярних телеканалів, здобувачі освіти вичленовують способи та прийоми представлення інформації як на рівні текстів, так і візуальну складову. У заявленому жанрі велике значення має спосіб зйомки, який дозволяє представити героя у деталях, які становлять штрихи до портрета. «Препарування» зразків відбувається з фокусуванням уваги на особливостях поєднання закадрового матеріалу із синхронами та лайвами, що органічно працює на створення телевізійного портрету героя – носія європейських цінностей.

Робота студентів над портретними сюжетами відбувається у співпраці з викладачем, який бере на себе і роль редактора. Протягом занять здо-

бувачі освіти проходять всі етапи, як у справжній редакції телепрограми: від пропозицій щодо потенційних героїв через підготовку запитань на інтерв'ю до монтажу, перегляду групою та обговорення матеріалу в цілому. Слід зауважити, що, за результатами опитування, здобувачі освіти серед європейських цінностей, які транслює герой, у першу чергу зазначають повагу до людської гідності, свободу та демократію. У ракурсі сучасних вимог до професії журналіста такий підхід до творення власного медіапродукту є безумовно важливим, адже йдеться про усвідомлене залучення глядача в діалог про цінності.

Отож, це дослідження має перспективу продовження в аналізі специфіки створення телесюжетів і в інших жанрах у контексті європейської інтеграції українського медійного та освітнього просторів.

#### Список використаної літератури

1. Вайно М. Сценарна майстерність: написання п'єси; написання кіносценарію : навчальний посібник. Книга 1. Івано-Франківськ : Місто-НВ, 2015. 232 с.
2. Головка І. Роль засобів масової інформації у становленні ліберальної демократії // Вісник Національної юридичної академії імені Ярослава Мудрого. №6. 2010. С. 172–182.
3. Голуб О. Медіакомпас: путівник професійного журналіста : практичний посібник. Київ : Софія-А, 2016. 184 с.
4. Горпенко В. Г. Звуко-зоровий монтаж / В. Г. Горпенко. К. : ДІТМ, 1999. 59 с.
5. Закон України «Про медіа». URL: <http://www.golos.com.ua/documents/z-2849-ix.pdf> (дата звернення: 20.04.2023).
6. Захаров В. Робота студентів над репортажами у вимірі європейських цінностей // Освітні виклики соціокультурної сфери. Імплементація європейських цінностей в аудіовізуальній культурі в умовах воєнного часу : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 13 жовт. 2022 р. / упоряд.: О. В. Безручко, С. В. Железняк. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2022. Ч. II. С. 15–19.
7. Консолідовані версії Договору про Європейський Союз та Договору про функціонування Європейського Союзу з протоколами та деклараціями. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994\\_b06#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_b06#Text) (дата звернення: 20.04.2023).
8. Лісневська А. Мистецтво телевізійного репортажу : навч.-метод. посіб. для студ. з напрямку підготовки «Кіно-, телемистецтво» та «Тележурналістика» / А. Лісневська, Т. Коженювська ; Держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка». Луганськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. 190 с.
9. Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів: монографія / О. Т. Барішполец, О. Л. Вознесенська, О. Є. Голубева, Г. В. Мироненко,

- Л. А. Найдьонова, Н. О. Обухова, Н. І. Череповська ; за наук. ред. Л. А. Найдьонової, Н. І. Череповської ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. К. : Міленіум, 2014. 348 с.
10. Михайлин І. Основи журналістики : підручник. 5-те вид. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 494 с.
11. Симоніна Н. Класифікація сучасного телевізійного інтерв'ю. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Філологія. Соціальні комунікації. Випуск 27, 2012. С. 180–184.
12. Халер М. Інтерв'ю : [навч. посіб.] / М. Халер ; за загал. ред. В.Ф. Іванова. К. : Академія Української Преси ; Центр Вільної Преси, 2008. 404 с.
13. Яковець А. Телевізійна журналістика: теорія і практика : підручник. Київ : ВД «Києво-Могилянська академія». 2007. 239 с.
14. Fiołek-Lubczyńska B. Retoryczna perspektywa badawcza reportażu telewizyjnego – uwagi teoretyczne // Metody badania komunikacji i mediów. Perspektywa teoretyczna i analityczna / Red. A. Barańska-Szmitko. Łódź : Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2021. s. 55-67.
15. Pavliv V. Gatunki dziennikarskie a «postrewolucyjne» media w Ukrainie // Naukowy Przegląd Dziennikarski, nr 3, 2020. s. 54-66.
16. Wawer M. Gatunki, formaty w pejzażu telewizyjnym. Jak badać współczesną telewizję? Kraków : Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej UJ, 2020. 216 s.
17. Żyrek-Horodyska E. Intermedialny, transmedialny, multi-medialny. Reportaż wobec cyfrowej mediamorfozy // Teksty Drugie, nr 6, 2019. s. 251-267.
- audiovizualnij kulturi v umovakh vojennoho chasu : materialy Mizhnar. nauk.-prakt. konf., m. Kyjiv, 13 zhovt. 2022 r. / uporjad.: O. V. Bezruchko, S. V. Zheljeznjak. Kyiv : Vyd. centr KNUKiM, 2022. Ch. II. pp. 15-19.
7. Konsolidovani versiji Doghovoru pro Jevropejskij Sojuz ta Doghovoru pro funkcionuvannja Jevropejskogho Sojuzu z protokolamy ta deklaracijamy. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994\\_b06#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_b06#Text) (data zvernennja: 20.04.2023).
8. Lisnevsjka A. Mystectvo televizijnogho reportazhu : navch.-metod. posib. dlja stud. z naprjamu pidghotovky «Kino-, telemystectvo» ta «Telezhurnalistyka»/ A. Lisnevsjka, T. Kozhenovsjska ; Derzh. zakl. «Lughan. nac. un-t imeni Tarasa Shevchenka». Lughansjk : Vyd-vo DZ «LNU imeni Tarasa Shevchenka», 2013. 190 p.
9. Mediapsykholohija: na peretyni informacijnogho ta osvithjogho prostoriv: monoghrafija / [O. T. Baryshpolec, O. L. Voznesensjska, O. Je. Gholubjeva, Gh. V. Myronenko, L. A. Najdjonova, N. O. Obukhova N. I. Cherepovsjska] ; za nauk. red. L. A. Najdjonovoi, N. I. Cherepovsjskoi ; Nacionaljna akademija pedagoghichnykh nauk Ukrainy, Instytut socialjnoji ta politychnoji psykholohiji. K. : Milenium, 2014. 348 p.
10. Mykhailyn I. Osnovy zhurnalistyky : pidruchnyk. 5-te vyd. Kyiv: Tsentri uchbovoi literatury, 2011. 494 p.
11. Symonina N. Klyasifikacija suchasnogho televizijnogho interv'ju. Naukovyj visnyk Uzhghorodskogho universytetu. Serija : Filologhija. Socialjni komunikacii. Vypusk 27, 2012. pp. 180–184.
12. KHALER M. Interv'ju : [navch. posib.] / M. KHALER ; za zaghal. red. V.F. Ivanova. K.: Akademija Ukrajinskoji Presy ; Centr Viljnoji Presy, 2008. 404 p.
13. Jakovec A. Televizijna zhurnalistyka: teorija i praktyka : pidruchnyk. Kyjiv : VD «Kyjevo-Moghyljansjska akademija». 2007. 239 p.
14. Fiołek-Lubczyńska B. Retoryczna perspektywa badawcza reportażu telewizyjnego – uwagi teoretyczne // Metody badania komunikacji i mediów. Perspektywa teoretyczna i analityczna / Red. A. Barańska-Szmitko. Łódź : Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2021. pp. 55-67.
15. Pavliv V. Gatunki dziennikarskie a „postrewolucyjne” media w Ukrainie // Naukowy Przegląd Dziennikarski, nr 3, 2020. pp. 54-66.
16. Wawer M. Gatunki, formaty w pejzażu telewizyjnym. Jak badać współczesną telewizję? Kraków : Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej UJ, 2020. 216 p.
17. Żyrek-Horodyska E. Intermedialny, transmedialny, multimedialny. Reportaż wobec cyfrowej mediamorfozy // Teksty Drugie, nr 6, 2019. pp. 251-267.

## References

Надіслано до редакції: 14.05.2023 р.