

**Юліана Казімова,**  
старший викладач кафедри журналістики  
та засобів масової комунікації  
Інституту права, психології та інноваційної освіти  
Національного університету «Львівська політехніка»

**Yuliana Kazimova,**  
senior lecturer of Department of Journalism and means  
of mass communication  
Institute of Law, Psychology and innovative education  
National University “Lviv Polytechnic”

 <https://orcid.org/0000-0002-0438-0587>

 [Yuliana.R.Kazimova@lpnu.ua](mailto:Yuliana.R.Kazimova@lpnu.ua)

## ЛЬВІВСЬКЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ: ТЕМАТИКА СЮЖЕТІВ ТА ЇХНІ ОСОБЛИВОСТІ



### LVIV TELEVISION: SUBJECTS OF PLOTS AND THEIR CHARACTERISTICS

**АНОТАЦІЯ.** Стаття присвячена аналізу сучасних журналістських телевізійних матеріалів на львівському телебаченні. Телевізійна журналістика надзвичайно важлива для суспільства, як й інші види ЗМК. Відомо, що кожний засіб масової комунікації намагається професійно готувати журналістські матеріали, обирає актуальні теми для висвітлення та створює якісні тексти. Темою цього дослідження є саме телевізійний матеріал, хоча важливо проаналізувати також особливості підготовки газетного матеріалу, статті в інтернет-медіа, аудіоматеріалу на радіо та порівняти особливості усіх матеріалів масмедіа в загальному. Це дасть змогу відрізнити особливості у створенні матеріалу, залежно від виду медіа.

Для детальнішого дослідження специфіки телевізійних матеріалів важливо розглянути телебачення в цілому та конкретно львівське телебачення. У цій статті визначено саму суть телевізійного продукту, його теоретично-практичну основу та проаналізовано конкретні матеріали львівського телебачення.

Телебачення розвиває свій маніпулятивний потенціал саме тому, що вміло приховує різницю між вигадкою та реальністю. І тому інформація, отримана з телебачення, набагато переконливіша для громадськості, ніж аргументи теоретичного чи ідеологічного характеру.

Журналісти мають працювати над тим, щоб звичайні люди, телеглядачі, не сумнівалися у власних можливостях, адже людина може контролювати, «фільтрувати» повідомлення, які вона отримує по одному каналу, наприклад, через слова та через візуальні образи. Але коли ці канали з'єднуються, ефективність впровадження у свідомість різко зростає — «фільтри» зриваються. Текст, який зачитує диктор, сприймається як очевидна правда, якщо він поданий на фоні відеоряду — зніmkів, знятих «на місці». Тому основною метою цього дослідження є визначення особливостей та способів подання якісних сучасних телематеріалів.

**Ключові слова:** телевізійний матеріал; телебачення; львівське телебачення; тематика сюжетів.

**ABSTRACT.** The article is devoted to analysing modern journalistic television materials on Lviv television. Television journalism is very important in today's society, although all other types of mass media also play an important role in humanity. Each mass media tries to prepare materials on current topics and at a professional level, so it is necessary to use all mass media. Although the topic of this study is television material, it is important in this article to present the features of preparing newspaper material, articles in Internet media, and audio material on radio and to compare the features of all mass media materials in general.

Television develops its manipulative potential precisely because it skillfully hides the difference between fiction and reality. Moreover, that is why the information received from the TV is much more convincing for the public than arguments of a theoretical or ideological nature.

*The main goal of this study is to determine the features and methods of presenting high-quality modern TV materials. The research tasks are to study the best ways and methods of writing materials and collecting and presenting information. This study is devoted to considering television material in general, and specifically, it is based on the example of Lviv Television. This material covers the peculiarities of television in general, as well as the specifics of Lviv television, changes in its activities, and specific television materials are presented.*

**Keywords:** television; television material; Lviv television; subject matter of plots.

© Ю. Казімова, 2024

**Актуальність дослідження.** Особливостей тележурналістики є багато, проте сьогодні вкрай актуальним питанням є те, що телебачення є одним із методів маніпулювання свідомістю населення, адже воно принципово відрізняється від інших видів комунікацій, а саме: знаки — телеобрази, на відміну від знаків мови або листа, дуже схильні до того, щоб глядач прочитував їх як природну життєву подію. Телеобрази за умови всієї їхньої схожості на реальні життєві події є, як і всі інші знаки, кодом, а не простим відображенням реальних життєвих обставин. Ці знаки, які генерує телебачення, мають певний сенс, який часто неідентичний тому сенсу, який закладений у речах, що відображаються на телевізійному екрані. Таким чином, кодування залишається для масової аудиторії непомітним, і у осіб, що здійснюють селекцію і оформлення телеінформації, виникає можливість вселяти, тобто активувати маніпулятивні механізми.

Актуальність цієї теми зумовлена тим, що її треба досліджувати та вивчати, бо багато людей споживають інформацію саме з телевізора, тому необхідно знати, яких прийомів може дотримуватися телебачення у висвітленні інформації.

**Метою** статті є визначення методів написання журналістських матеріалів на телебаченні та вибору тем для висвітлення. Ця тема є важливою тому, що через зміни загалом у суспільстві виникає й потреба щодо видозмінення методів написання матеріалів та з'являються нові теми для висвітлення, тому журналістам потрібно орієнтуватися, яким темам надавати перевагу та як правильно їх висвітлювати. Відповідно до цього, завданнями дослідження є визначення особливостей підготовки якісних телевізійних матеріалів, способи сучасного викладу матеріалу, методика вибору тем.

**Об'єкт дослідження** — телебачення в загальному плані. **Предметом** є сюжети Львівського телебачення. Новизна дослідження полягає в тому, що для розгляду взято нові матеріали Львівського телебачення.

У процесі дослідження вивчено саме сучасний стан відеоряду на телебаченні. Варто

відзначити, що середній споживач інформації, згідно зі статистикою, проводить перед телевізором і слухає радіо приблизно чотири години щоденно. Цього часу цілком достатньо, щоб за допомогою звуку і відеоряду кваліфіковані фахівці з нейролінгвістичного програмування сформуливали в свідомості частини глядачів і слухачів уявлення, потрібні замовникам. Прямопротилежні уявлення про реальність формуються у споживачів інформації в так званих інформаційних війнах, які схилиють громадську думку на той або інший бік.

Свій маніпулятивний потенціал телебачення розвиває саме завдяки тому, що воно майстерно приховує відмінність між фікцією і реальністю. І саме тому інформація, отримана з телевізора, виявляється куди переконливішою для публіки, ніж аргументи теоретичної або ідеологічної властивості.

Отже, основною метою цього дослідження є визначення особливостей та методики подання якісних сучасних телематеріалів. Завданнями дослідження є вивчення найкращих способів та методів написання матеріалів, збору інформації та її подання.

**Методи дослідження.** Дослідження специфіки та особливостей телематеріалів, методів вибору тем для сюжетів ґрунтується на загальнонаукових принципах, серед яких: історизм, конкретність, системність, пізнавальність. Комплексно — аналітичний метод використовували для оцінки тематики матеріалів львівського телебачення. Для розкриття теми був використаний описовий метод та узагальнення.

**Результати дослідження.** Вагомим є те, що на телебаченні фігурують факти (події), які досліджували: Ендрю Бойд, О. І. Бочковський, З. Є. Дмитровський, В. Й. Здоровега, І. Куляс, О. Макаренко, В. В. Лизанчук, К. Овчаренко, Д. Рендол, М. Стівенс, Г. Штромайер та інші.

В. В. Лизанчук у статті «Телебачення і радіомовлення в інформаційно-гуманітарному просторі України» описав сутність інформаційно-гуманітарного простору України, особливості функціонування телебачення і радіомовлення в сучасних умовах інформаційно-психологічної і військової агресії російської федерації

проти України. Також учений проаналізував програми телебачення і радіомовлення на предмет особливостей дотримання свободи слова і стандартів журналістської творчості під час російсько-української війни. У його матеріалі йдеться про те, що телебачення і радіомовлення України має активно сприяти розвитку власного національно-смыслового, інформаційно-психологічного ресурсу для просвітницької пропаганди і утвердження Української Національної Ідеї державотворення [4, с. 44–77]. Автор стверджує, що радіомовлення і телебачення знаходяться на перехресті всіх суспільно-політичних, соціально-економічних, духовно-культурних, морально-громадянських процесів, що відбуваються в Україні та світі. Вони, безперечно, впливають на розвиток і функціонування всієї системи електронних ЗМК, які виконують бінарну функцію: репродукуючу і продукуючу, тобто відображають реальну дійсність і творять її [4, с. 44–77].

Варто додати, що різні засоби масової комунікації доповнюють одне одного. Кожний володіє своїми можливостями, обмеженнями, вимогами, специфікою. На початку 60-х років ХХ століття В. Саппак у книзі «Телебачення і ми» чітко окреслив особливості телебачення, назвавши його «вікном у світ», бо за допомогою телебачення дізнаємося стільки нового, що будь-який інший засіб інформації не може зрівнятися з ним у цьому контексті. Це також засіб організації відпочинку аудиторії, бо пропонує глядачеві широкий вибір програм — художніх, розважальних, спортивних, створює «ефект присутності», бо за його допомогою глядач стає свідком події в момент, коли вона відбувається.

Водночас, телебачення достовірне: оскільки людина бачить на екрані подію, то може самостійно міркувати про неї та дійти до висновків. Телебачення інтимне, адже, сідаючи перед телевізором, будь-кому здається, що саме до нього звертаються з екрана, отже, воно — рентген особистості, рентген характеру людини [4, с. 44–77]. Науковці здебільшого зосереджують увагу на таких методологічних проблемах телевізійної комунікації в регіональному аспекті: особливості регіонального телебачення, (Л. Базюк, В. Брадов, В. Гоян, А. Іщенко, І. Мащенко, А. Мисечко, М. Нетреба, Т. Трачук тощо); формально-змістові риси регіонального телебачення, комунікаційні характеристики телеведучих (В. Гоян та О. Гоян, О. Мітчук, Т. Рогова); проблема залежності телебачення від політичного, економічного, культурного розвитку регіону (Ю. Бідзіля, О. Головчук, В. Нахапетов, Ю. Фінклер); інформаційне телемовлення на

регіональному рівні (П. Дворянин, Є. Соломін); вплив регіонального телемовлення на дітей та юнацтво, проблема виховання молоді засобами телебачення (О. Білоус, К. Кошак, І. Пенчук, Н. Темех).

З. В. Галаджун у статті «Національні телевізійні медіа України: питання власності» відзначає, що науковець П. Фролов дотримується думки, що методи гібридної війни і новітні інформаційні технології впливають на масову свідомість і цим самим переводять інформаційну сферу на рівень національної безпеки нашої країни [1, с. 7–12]. У цьому контексті надзвичайно важливим є два аспекти: можливість функціонування вільних медіа та довіра громадян до таких ЗМК.

З. Дмитровський у публікації «Тележурналістика: на шляху творення власної традиції» відзначив, що історія виникнення нарисів на телебаченні майже така ж, як і в кіно, де між хронікою, з якої починався кінематограф, і художнім, ігровим кіно певний час була прогалина, яку згодом заповнила екранна публіцистика і прояви якої найбільше зреалізувались у нарисі [3, с. 5]. Подібною була ситуація і на телебаченні. З того часу минуло багато років, проте й нині дехто схильний зараховувати до публіцистики розмовні передачі [3, с. 5].

П. Дворянин у статті під назвою «Ціннісні орієнтири регіональних телевізійних новин» репрезентувала результати наукового дослідження основних цінностей регіональних новин та їхнього впливу на формування в аудиторії здорових морально-психологічних якостей, соціально-гуманістичного світобачення, державницького мислення, національної громадянської гідності [2, с. 45–50].

Варто додати, що аналіз наукової літератури вказує на те, що до вивчення роботи на телебаченні науковці підходять з різних позицій. Так, телебачення вивчали П. Бурдье, Є. Доценко, Г. Почепцов, В. Цвік. Як засіб впливу на суспільну свідомість і формування громадської думки, телебачення розглядали Д. Белл, Дж. Браянт, С. Томпсон, Дж. Лалл, В. Демченко, О. Демченко, С. Демченко, В. Іванов, С. Квіт, Т. Кузнецова, Б. Потятиник, В. Різун, Ю. Усенко, О. Холод, І. Хоменко, А. Шевченко та ін. Становлення і роль українського телебачення у світовому аудіовізуальному процесі досліджували А. Бугрим, В. Гоян, А. Іщенко, І. Мащенко, А. Мисечко, М. Нетреба, Т. Трачук тощо. На формально-змістових особливостях телебачення, як виду ЗМК, зосереджували увагу В. Здоровега, І. Михайлин, Ю. Шаповал та ін.

Отже, в результаті дослідження вдалося визначити, що телевізійна інформація — це, перш за все, естетична інформація.

Телевізійному аудіовізуальному інформаційному потоку чужі цінності логіки: послідовність, аргументація, осмислений контекст, якщо вони заважають розважати або певним чином «налаштовувати» публіку. Телеобрази, за визначенням, є «відображення» реального життя, але інсценуються вони як частина цієї реальності. Треба при цьому відзначити, що ця реальність дуже часто підноситься без логічного зв'язку і аргументації мов. Таким чином, в аудиторії складається такий самий погляд на навколишній світ, як їм вселяє образа телекомунікація.

У наш час телебачення стало основним джерелом розваг для найширшої аудиторії. З цим пов'язані особливості подання політичної інформації. З урахуванням розважальної цінності телебачення при висвітленні політичних кампаній завжди робиться акцент на створенні інтриги і драматизації ситуації. Сам спосіб подання інформації тяжіє до представлення виборчої кампанії у вигляді змагання між політиками. У центрі уваги телеканалів не стільки актуальні політичні проблеми, скільки показники рейтингів, підрахунок голосів, підвищення або падіння популярності, гучні скандали.

Неозброєним поглядом видно, що сьогодні висвітлення політичних виборів будується за канонами шоу-бізнесу. Перипетії політичної боротьби подаються у форматі спортивних видовищ. Для масового глядача вони нічим не відрізняються, наприклад, від автогонок, кінських перегонів або боксерських поєдинків.

У зв'язку з цим, одним з найефективніших способів впливу на громадську думку є теледебати: по-перше, як інформаційне шоу, вони апіорі несуть в собі видовищні і змагальні елементи, тому найбільшою мірою відповідають розважальній концепції телебачення; по-друге, теледебати забезпечують персоніфікацію політичних питань.

У психології давно відомо, що для того, щоб була сприйнята та або інша фігура, потрібний «фон». Як цей фон може виступати інакше, контрастна фігура. Потрібна пара антагоністів — «святий» («свій») і «лиходій» («чужий»). Теледебати є дуже зручною технологією, щоб під прикриттям «вільної і об'єктивної дискусії» показати святість одних і ганебність інших.

Крім технічних прийомів, існує велика кількість психологічних. Вони допомагають телеведучому «грати» на боці одного з учасників дебатів, дотримуючи при цьому видимість

об'єктивності. До важливих технічних прийомів можна віднести: ефект несподіванки, коли «свій» політик наперед знає питання; думки телеглядачів; грубе виведення з рівноваги; принцип контрасту.

Важливу інформацію про львівське телебачення та його діяльність можна побачити й у інших ЗМК. Наприклад, матеріал, який дає змогу трохи більше дослідити Львівське телебачення, є стаття у 2018 році в інтернет-виданні (Четверта студія) «4 Studio» під назвою ТРК «Львів» ліквідували, а Суспільне так і не створили, — з дискусії у Львові» [5]. У цьому матеріалі журналісти відзначили, що після перетворення ТРК «Львів» на філію Суспільного мовлення, на екрані не з'явилися нові програми, а саме: «Львівське Суспільне» перетворилося на корпункт «Суспільного» у столиці. У статті відзначено, що про це йшлося під час пресконференції у Львівському пресклубі. Телеведуча та волонтер Ксенія Клим заявила, що оскільки крапки у цій реформі ще не поставлено, тож наразі не потрібно сподіватись, що ця реформа ще таки вдасться. Проте Ксенія Клим відзначила, що реформа почалась уже давно, проте у Києві так і не показали, як саме вона відбуватиметься [5]. На зустрічі ж, яка відбулась у приміщенні на «Високому замку» у Львові обіцяли, що телебачення «Суспільне» буде відкритим та публічним для усіх. Станом на 2018 рік було три години ранкового ефіру. Ця програма нічим не відрізнялася від тієї, яка виходила і раніше багато років. Новинний блок повністю цензурувався з Києва. Те, що йшло в ефір, повністю узгоджувалося з Києвом. На завершення публікації журналісти подали думку колеги, Ксенії Клим, про те, що зараз уся надія залишається на громадський сектор, який, втім, на жаль, недостатньо активно цікавиться цією тематикою [5].

Для більш детального дослідження цього питання варто розглянути відеоновини телеканалу «Суспільне Львів». Одним із яскравих прикладів професійної роботи тележурналіста є новина під назвою «У Львові встановлять підйомник до входу в Гарнізонний храм» (27.09.2024 р.) [6], яку журналісти подали на професійному рівні. У цьому матеріалі розповідається про те, що у Гарнізонному храмі святих апостолів Петра і Павла змонтують підйомник, аби забезпечити доступ для маломобільних людей.

У цьому матеріалі журналісти наголосили на тому, що таке рішення ухвалили 27 вересня, під час засідання виконавчого комітету Львівської міської ради. Також у сюжеті відзначено, що підйомник у будівлі Гарнізонного храму святих



апостолів Петра і Павла на вулиці Театральній, 11 встановить комунальне підприємство «Львівсвітло», адже цей храм — знаковий історичний храм нашого міста, у якому зараз проводять поминальні Служби Божі для наших полеглих захисників. Відтак важливо створити умови для забезпечення доступності вхідної групи цього храму.

Також журналісти відзначили, що у Львові діє «Програма забезпечення доступності житлових приміщень осіб з інвалідністю у кріслах колісних та осіб з інвалідністю з порушенням зору I групи». В її межах у місті наразі облаштували 60 підйомників і планують встановити ще 10 до кінця 2024 року. Цей матеріал є актуальним та поданий професійно.

Іншою зразковою новиною був сюжет під назвою «Осінні канікули у школах Львова: коли розпочнуться та скільки триватимуть» (15.10.2024 року). У цьому матеріалі журналісти повідомляють про те, що більшість шкіл Львівської територіальної міської громади розпочнуть осінні канікули у період із 28 жовтня по 3 листопада.

У статті додано, що адміністрації навчальних закладів можуть самостійно визначати час канікул. Відтак, частина шкіл змістила канікули на тиждень раніше. Також журналісти в цьому матеріалі повідомили про те, що львівські учні здебільшого відпочиватимуть впродовж тижня [6].

Також для цього дослідження взято відеоматеріал «Не Червоноград, а Шептицький»: що думають мешканці міста про перейменування міста Червоноград» (20 вересня 2024 року). У цьому матеріалі журналісти розповідають про те, що на Львівщині перейменували місто Червоноград на Шептицький. Таке рішення ухвалила Верховна Рада.

У матеріалі додано, що, окрім назви міста, зміниться і назва району — із Червоноградського він стане Шептицьким. Також журналісти повідомили, що кореспонденти Суспільного поспілкувалися із мешканцями міста й дізналися, що вони думають про перейменування. Отже, раніше для перейменування пропонували назву Кристинопіль — так місто називалося від заснування й до того, як його перейменувала радянська влада. За словами директорки місцевої філії Львівського музею історії релігії Галини Гриник, Андрей Шептицький приїжджав до міста Червоноград не один раз. У Кристинопільському монастирі майбутній митрополит склав монаші обіти й викладав там богослов'я, як розповіла зберігачка фондів місцевого музею, — Ольга Путько.

Андрей Шептицький, будучи ще новиком Василянського чину, саме у Кристинопільському, а, як він казав, — Кристинопільському василянському монастирі, прийняв вічні обіти. Це було 1892 року, з 13 на 14 серпня. Будучи вже Митрополитом Галицьким і Львівським греко-католицької церкви, він був професором морального богослов'я і викладав новикам Кристинопільського монастиря.

У цьому сюжеті журналісти подали й слова мера міста Андрія Залівського, який сказав, що після перейменування міста мешканцям не потрібно змінювати документи. Коли ж містяни будуть змінювати документ за потреби, у ньому буде вказана нова назва. Кореспонденти Суспільного також запитали у містян, що вони думають про перейменування. Отже, частина мешканців підтримує таке рішення, кажучи, що думають, що то правильно — Червоноград не повинно бути! А інша частина опитаних висловила протидію перейменування, відзначивши, що вони в шоці, їм не подобається Шептицький, хоча додали, що, можливо, потрібний час, аби звикнути до нової назви [6].

Наприкінці матеріалу додано інформацію, що перейменованний Червоноград є також центром однойменного району — він стане Шептицьким районом. Зараз, за словами міського голови Андрія Залівського, очікують, коли відповідний документ підпише голова Верховної ради України, Руслан Стефанчук. Після цього рішення про перейменування вступить у дію офіційно.

**Висновки та перспективи дослідження.** Тема особливостей Львівського телебачення не повністю досліджена, тому й потребує глибшого аналізу та вивчення. Саме у цій статті вдалося з'ясувати, що журналісти надають перевагу у своїх матеріалах живим емоціям людей, подають збалансовану інформацію, не лише про негативні явища, але й створюють сюжети на нейтральні та позитивні теми.

Журналісти також надають перевагу актуальним темам про буденні питання. Баланс інформації, як наведено в цьому дослідженні, можна побачити в тому, що Львівське телебачення подало сюжет про те, що у Львові встановлять підйомник до входу в Гарнізонний храм. Окрім матеріалу про підйомник, журналісти подають ще й цікавий матеріал про зміну назви міста Червоноград.

Отже, загалом телебачення відрізняється від газети тим, що йому більше довіряють, адже люди більше вірять побаченому на власті очі. Газета ж краще подає інформацію текстом, словами. Проте все залежить від того, хто, що

більше любить: є люди, які полюбляють дивитися телевізор, дехто ж читає газети. Якщо людина більше любить читати, то і довірятиме більше газетам. Також переважно молодь любить й інтернет-матеріали, адже вони охоплюють всі ЗМК загалом, в тому і є їхня перевага. Тут можна і переглянути відео, і послухати аудіо, і почитати текст.

Отже, телебачення відрізняється від інших ЗМК переважно відеорядом, але інтернет-медіа охоплює цю властивість телебачення. Хоча люди більше звикли до телевізора, проте зараз вони все частіше переглядають інтернет-матеріали, але варто сказати, що зараз і радійні матеріали є в Інтернеті, і телевізійні, і газетні. Виходить, що всі ЗМК відрізняються одне від одного, проте всі вони є в інтернеті, в онлайн-доступі.

Щодо опрацьованих нових відеоматеріалів Львівського телебачення, то варто сказати, що журналісти подали гарний відеоряд, інтонація була відповідна до теми матеріалів, був наявний баланс інформації. Такі матеріали свідчать про професійний рівень журналістів.

#### Список використаної літератури

1. Галаджун З. Національні телевізійні медіа України: питання власності. *Збірник наукових праць «Теле- та радіо-журналістика»*. 2018. Вип.17. С. 7–12.
2. Дворянин П. Ціннісні орієнтири регіональних телевізійних новин. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2017. Вип. 883. С. 45–50.

3. Дмитровський З. Тележурналістика: на шляху творення власної традиції. *Вісник національного університету імені Івана Франка*. 2007. Вип. 32 С. 74–83.

4. Лизанчук В. Телебачення і радіомовлення в інформаційно-гуманітарному просторі України. *Теле- та радіо-журналістика*. 2020. Вип.19. С. 44–77.

5. Сайт Четвертої студії. URL: <https://4studio.com.ua/novyny/trk-lviv-likviduvaly-a-suspilne-tak-i-ne-stvoryly-z-dyskusiyi-u-lvov> (дата звернення: 20.10.1024).

6. Сайт Суспільного. URL: <https://suspilne.media/lviv> (дата звернення: 20.10.1024).

#### References

1. Haladzhun, Z. (2018). National television media of Ukraine: Issues of ownership. *Television and Radio Journalism Journal*, 17, 7–12.
2. Dvoryanyn, P. (2017). Value orientations of regional television news. *Visnyk of the National University "Lviv Polytechnic"*, 883, 45–50.
3. Dmytrovs'kyi, Z. (2007). Television journalism: On the way to creating its own tradition. *Visnyk of the Ivan Franko National University*, 32, 74–83.
4. Lyzanchuk, V. (2020). Television and radio broadcasting in the information and humanitarian space of Ukraine. *Television and Radio Journalism Journal*, 19, 44–77.
5. Chotverta Studia. (2024, October 20). *TRK Lviv liquidated, and Suspilne still hasn't been created*. Retrieved from <https://4studio.com.ua/novyny/trk-lviv-likviduvaly-a-suspilne-tak-i-ne-stvoryly-z-dyskusiyi-u-lvov>
6. Suspilne. (2024, October 20). *Lviv Suspilne*. Retrieved from <https://suspilne.media/lviv>

Надіслано до редакції 21.10.2024 р.