

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ**

Кафедра телебачення і радіомовлення

**АВТОРСЬКА РАДІОПРОГРАМА
«ПРИРОДА ТОКШОУ НА UA: ПЕРШОМУ:
«ЗВОРОТНИЙ ВІДЛІК»**

**Кваліфікаційна робота
на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня
«бакалавр»
студентки 4 курсу
спеціальності 061 «Журналістика»
ОПП «Журналістика та соціальна комунікація»
Мачула Ангеліки Вікторівни**

**Науковий керівник:
кандидат політичних наук,
доцент **Набруско Віктор Іванович****

Київ-2021

ВСТУП

Радіожурналістика є унікальним видом медіа. За роки свого розвитку радіомовлення розробило власну стійку систему жанрів, засновану як на тих, що з'явилися до винайдення радіо (газетно-журнальних), так і тих, що з'являлися пізніше. Втім, паралельно з освоєнням жанрів, притаманних пресі та телебаченню, радіо створювало власні, характерні тільки для нього жанри. Виникнення одних і зникнення інших жанрів або їх елементів, зміна суспільної значущості того чи іншого жанру, співвідношення між ними, словом, їх постійна еволюція – закономірне явище. Специфіка радіокомунікації полягає в тому, що це – акустичне відображення дійсності, компонентами якого стають текст, музика, шуми. До цього додається ще й той факт, що розповсюдження інформації по радіо відбувається миттєво, а радіопрограми можуть творитися у прямому ефірі, спонтанно. Це змушує слухача занурюватися в атмосферу і домислювати картинку, керуючись лише аудіальним сприйняттям.

Важливу роль у створенні радіопродукту грає автор, його інтонації, дикція, тембральне забарвлення мови, а також здатність створити лише за допомогою звуку цілісний захопливий для слухача сюжет. Радіомовленню, як і телевізійному мовленню, притаманна симультанність – ілюзія присутності глядача на місці подій. Навіть монтуючи радіопрограму, потрібно пам'ятати про необхідність створення атмосфери залучення, ефекту «тут і зараз», відчуття постійної напруги, інтриги та зацікавленості. Радіожурналістові складніше, аніж журналістові, що працює у виданні чи на телебаченні, адже увага слухача постійно на щось переключається, радіомовлення стає фоновим «білим шумом», супроводом для інших видів діяльності.

Утім, зараз ця особливість радіо стала скоріше перевагою, ніж недоліком. На це вказує розвиток культури прослуховування подкастів – записаних та викладених на різноманітних аудіохостингах радіопрограм. Для того, щоб записати подкаст, достатньо мати ідею, цікавий для певної аудиторії текст та електронний девайс із мікрофоном, аби цей текст записати. Під час прослуховування подкасту, не

потрібно витратити час на читання чи перегляд відео – можна займатися будь-чим і паралельно сприймати інформацію. Сучасний світ вимагає сучасних рішень, і подкасти задовольняють потребу людей в інформації, пристосовуючись до темпу життя у 21 столітті.

Саме тому в якості кваліфікаційної роботи нами було створено авторську інформаційно-аналітичну програму «Природа токшоу на UA:Першому: «Зворотний відлік». У ній розкриваються деталі створення політичного токшоу на Суспільному мовнику, слухач має можливість відчувати себе гостем одного з ефірів «Зворотнього відліку», послухати розповідь про цю телепрограму від керівниці проєкту, а також із перших вуст почути коментарі експертів-гостей студії.

Новизна роботи полягає в тому, що завдяки синергії теле- та радіожанру програма своєрідним чином об'єднує у собі ці дві галузі журналістики. Окрім того, про токшоу «Зворотний відлік» писали у газетах та журналах, програму транслюють по телебаченню та радіо – але повноцінний інформаційно-аналітичний радіопродукт, присвячений «Зворотньому відліку», до появи цієї роботи не створювали. Окрім того, унікальність проєкту у тому, що він орієнтований на молоду аудиторію, яка не є цільовою для політичних токшоу. Це підкреслює важливість даної роботи для Інституту журналістики, адже вона стимулюватиме залучення молодих майбутніх спеціалістів до роботи над серйозними проєктами, дозволить показати багатогранність журналістики як такої і підштовхуватиме до перегляду якісного українського телепродукту. Можливість порівняти картинку, що виходить в ефір, та радіопрограму, що містить у собі запис розмов поза майданчиком, дозволяє подивитися на «Зворотний відлік» під іншим кутом.

Продукт **відрізняється** від інших подібних робіт одразу за двома переліками характеристик. Якщо порівнювати роботу із програмами, викладеними на аудіохостингах, помітне тяжіння до монтажності, структурованості, зберігання ознак традиційних радіожанрів та використанні значно більшої кількості синхронів (тоді як у подкасті зазвичай можна почути або тільки автора, або розмову автора із запрошеним експертом). Якщо ж порівнювати роботу із традиційними

радіопрограмами, можна зауважити відхід від традиційної подачі інформації як сухих фактів, більш вільне інтонування, використання нетипових фонових музичних фрагментів для інформаційно-аналітичної програми, більш легкий та невимушений стиль. Програма водночас і розважає, і інформує, і надає аналітичну оцінку.

Авторський задум полягав у створенні конвергентного продукту, що поєднує у собі декілька радійних жанрів, задля того, аби передати у радіоформаті телевізійну атмосферу. Завдання полягало у тому, аби створити динамічну, але разом із тим інформативну програму з елементами аналітики. Саме тому в процесі створення сценарного плану роботи було поєднано декілька радійних жанрів.

Метою створення роботи було:

- стимулювання зростання аудиторії «Зворотнього відліку» за рахунок залучення молоді;
- знайомство слухачів із таким жанром телепрограм, як політичні токшоу;
- експериментальна сценарна робота із жанрами та форматами радіомовлення;
- дослідження ситуації щодо перегляду телешоу серед української молоді;
- популяризація та спонукання до перегляду програм виробництва Суспільного мовника України.

Меті були підпорядковані наступні **завдання**:

- переглянути ефіри політичного телешоу «Зворотний відлік» у записі, відвідати прямі ефіри, зібрати масив інформації про програму;
- провести соціологічне опитування серед молоді щодо їхніх глядацьких переваг, результати викласти в роботі;
- зібрати інформацію шляхом проведення інтерв'ю та бліц-інтерв'ю з керівницею проєкту, експертами-гостями студії
- написати сценарний план майбутнього проєкту, використовуючи зібрані дані;
- створити фінальний продукт для розповсюдження серед цільової аудиторії.

ОПИС ПРОЄКТУ

В основі жанрів радіожурналістики міститься інформаційне повідомлення. Інформаційні передачі повідомляють найважливіші факти, виявляють найзагальніші зв'язки і відносини. Усе багатство відтінків подій заховано за фактами. Слухачеві пропонується тільки результат певних дій, подій, явищ. Індивідуальність автора також залишається за межами хронікального повідомлення, виявляється частково й опосередковано лише у виборі факту. Факт або групу фактів із хронікального повідомлення можна розгорнути в радіокореспонденцію, радіокоментар, радіорепортаж, радіонарис, радіобесіду. При цьому в інформаційно-аналітичних жанрах домінує інтерпретація фактів. Факт ніби виводиться на іншу орбіту, набуває інших зв'язків. Оцінка фактів, подій цікавить журналіста в контексті аналізу соціального явища, публіцистичних роздумів.

Створена нами кваліфікаційна творча бакалаврська робота є радіопрограмою. За жанровими характеристиками дана програма є **інформаційно-аналітичною**.

Такий висновок можна зробити, спираючись на те, що у процесі створення творчої кваліфікаційної бакалаврської роботи було поєднано як інформаційні жанри радіомовлення (радіоінтерв'ю, радіорепортаж, радіовиступ), так і аналітичні (радіокоментар)

Радіоінтерв'ю – це бесіда журналіста із компетентною у певній галузі людиною. У випадку авторської програми «Природа токшоу на UA:Першому: «Зворотний відлік» таке спілкування було проведене із керівницею проєкту, виконавчою продюсеркою суспільно-політичного мовлення Катериною Феленюк, і стало матеріалом для першої частини програми. Утім, не можна вважати цей фрагмент повноцінним представником жанру, адже питання авторки було вирізано в процесі редакторського монтажу і замінено на питання та фактаж, записані та озвучені у студії. Зважаючи на це, елементи радіоінтерв'ю у програмі скоріше можна вважати методом збору інформації, аніж цілісною жанровою характеристикою. Утім, інтерв'ю залишається ефективним засобом для отримання суспільно значущої та необхідної для створення програми інформації, і підготовка

до нього потребує попереднього дослідження теми, на яку буде проводитися бесіда, підготовки кореспондента заради отримання найпридатнішого і найцікавішого для публіки результату – інформативних відповідей експерта. Жанр радіоінтерв'ю поєднаний із жанром радіовиступу. Утім, виступає не громадський, політичний чи культурний діяч, а сама авторка, що й дозволяє вважати створену радіопрограму авторською. Монолог ведучої виступає компонентом, що пов'язує усі частини програми між собою, органічно поєднуючи їх. По суті, сучасні подкасти зазвичай жанрово найбільше подібні саме до радіовиступів, де той, хто виступає перед мікрофоном, сам вирішує, як подати факт чи подію, до чого саме привернути увагу слухачів.

Друга частина творчої кваліфікаційної роботи включає у себе елементи таких жанрів радіомовлення, як радіорепортаж та радіокоментар.

Радіорепортаж поєднує у собі оперативність та актуальність інформаційних жанрів та водночас дозволяє занурити слухача в атмосферу, яка оточує кореспондента на період запису аудіофрагменту. Цьому сприяють притаманні жанру особливості – документальні інтершуми, живий голос кореспондента, передання звуку таким, яким його чує журналіст під час запису програми. Репортаж повинен передавати динаміку, ритм, настрій. «Ефект присутності» робить радіопрограму більш живою, близькою до слухача, адже завдяки цьому залучення уваги відбувається значно швидше і оптимальніше. Радіорепортаж – це суб'єктивний жанр, адже фактаж і події подаються через призму сприйняття автора, який знаходиться безпосередньо на місці подій. У творчій кваліфікаційній роботі жанр радіорепортажу органічно поєднаний із жанром радіокоментаря, адже коментарі експертів-гостей студії були записані наживо, а отже, слухач має нагоду почути звуки навколишньої обстановки, шум прямого ефіру.

Радіокоментар – це думка компетентної людини – журналіста або експерта – про певний факт, подію, явище. Цей жанр подібний до радіовиступу, але радіокоментар зазвичай коротший за хронометражем. Грамотний радіокоментар має містити у собі оцінку подій, формувати у слухача певну власну думку,

орієнтувати в оцінці тих чи інших явищ. Втім, коментатор не має безапеляційно висловлюватися, його думка має бути аргументованою, підкріпленою фактами. Зважаючи на те, що предметом творчої кваліфікаційної бакалаврської роботи політичне токшоу «Зворотний відлік», яке транслюється Суспільним мовником України, **соціальна** важливість даної роботи є високою. На відміну від комерційних продуктів, які існують на українському медіаринку і створені теле- та радіостанціями, що належать приватним особам та через це можуть викривлено подавати факти та події, давати їм упереджені оцінки – проекти виробництва Суспільного виробляються відповідно до журналістських стандартів, неухильно їм слідуючи, та покликані інформувати українську громаду про сьогодення держави неупереджено та чесно. Однією із основних задач радіожурналіста є повідомлення про суспільно значуще. З цього випливає, що створення роботи про проект, який пропагує принципи громадянського суспільства, виконує важливу роль повідомлення людей про важливі події в Україні та не викривлює факти, відповідаючи на питання, що хвилюють громаду найбільше, дозволяє підтримати незалежні українські медіа та висвітлити їхню діяльність так, аби залучити аудиторію до перегляду контенту саме таких платформ.

Окрім того, **актуальність** роботи корелює із останніми новинами стосовно контенту Суспільного мовника. З корпоративних джерел стало відомо, що команда радійників UA:Суспільне спільно з департаментом цифрових платформ запускають новий продукт від Суспільного – подкасти. Нові проекти, серед яких наративні документальні історії, а також живі розмови, можна буде слухати на подкаст-платформах онлайн. Окрім того, у форматі подкасті з'являться програми Українського радіо, Радіо Культура та Радіо Промінь. «Для радіостанцій НСТУ подкасти – додатковий спосіб досягнення аудиторії, яка споживає аудіоконтент через цифрові платформи. Створення й запуск подкастів відбувається в синергії та продуктивній співпраці з департаментом цифрових платформ Суспільного», – прокоментував Дмитро Хоркін, член правління, відповідальний за платформу радіо.

Ця новина означає, що створення радіопрограми-подкасту про Суспільне і одночасне її розповсюдження на аудіохостингах разом із програмами виробництва Суспільного підвищують **ефективність** впливу творчої кваліфікаційної бакалаврської роботи на цільову аудиторію. Окрім того, ефективність роботи залежить від того, яким шляхом аудиторія може отримати викладену у проєкті інформацію, чи доступною вона буде для неї, скільки людей прослухає програму. Зважаючи на те, що у процесі створення кваліфікаційної роботи використовувався додаток для IOS під назвою Anchor, який не тільки є самостійною подкаст-платформою, але ще й має колаборацію із такими відомими аудіохостингами, як Spotify, Soundcloud, Breaker, роботу матиме змогу послухати широка аудиторія. Більше про це у розділі «Технічні характеристики».

З метою дослідження **результативності** від впровадження створеного у рамках кваліфікаційної роботи на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» інформаційного продукту (а саме інформаційно-аналітичної радіопрограми у формі подкасту), визначення **основної аудиторії**, на яку може бути спрямований створений інформаційний продукт, а також супутнього дослідження актуальної ситуації щодо перегляду телевізійних програм виробництва українського ринку, у рамках дослідницької роботи було проведено соціологічне опитування. Опитування проводилося у період 11.04.2021 – 18.04.2021, загальна кількість респондентів – 208 осіб.

Переважну більшість респондентів становила молодь віком від 18 до 25 років (81,7%) та юнацтво віком до 18 років (16,8%). Сумарна процентна кількість респондентів, старших за 25 років, становила 1,5 відсотка. (див. Рис. 1) Стать (гендер) респондентів – 70,7% опитаних жіночої статі, 26,4% - чоловічої, 2,9% респондентів вказали "інший варіант". (див. Рис. 2) Місце проживання респондентів: 64,4% проживають у великих містах (населення складає більше мільйона), 24% проживають у невеликих містах та 11,5% у селищах чи селах. (див. Рис. 3)

Звертаючись до провідної теми дослідження результативності кваліфікаційної роботи, респондентам було запропоновано запитання: "Чи знаєте

ви про токшоу "Зворотний відлік?" 58,2 відсотки опитаних дали негативну відповідь, 41,8 – позитивну. (див. Рис. 4) Серед тих, хто дав ствердну відповідь на питання (87 осіб), 39 осіб (44,83%) були гостями студії токшоу "Зворотний відлік", 28 осіб (32,18%) знають про токшоу, але не бачили його випусків, 15 осіб (17,24%) періодично дивилися випуски токшоу, проте залишились недостатньо зацікавленими, аби стати частиною постійної аудиторії, тоді як 5 осіб (5,75%) постійно переглядають випуски токшоу "Зворотний відлік". Також примітно, що усі респонденти, старші за 25 років, в опитуванні зазначили, що не знають про досліджуване нами токшоу і ніколи не бачили його випусків. (див. Рис. 5) Цей факт вказує на популярність токшоу «Зворотний відлік» серед молоді аудиторії.

Зважаючи на те, що Суспільне мовлення має 24 регіональні філії, а отже, програми їхнього виробництва актуальні та доступні для жителів усієї України, цікавим є аналіз перегляду токшоу «Зворотний відлік» жителями великих міст (населення складає більше мільйона), невеликих міст та інших населених пунктів (селищ, сіл) на різних платформах, таких як YouTube, Facebook, Telegram; а також можливість виявити, чи дивляться "Зворотний відлік" на більш традиційних платформах (сайти телеканалів, по телебаченню). Відповідно до результатів опитування та аналізу відповідей респондентів, що знають та/або дивилися токшоу "Зворотний відлік", основною платформою для перегляду випусків є YouTube. 45,76% відсотків респондентів вказали виключно цей відеохостинг як джерело перегляду випусків токшоу. Також 37,29% поєднують перегляд на YouTube із переглядом на сайті телеканалу або безпосередньо в прямому телеєфірі, а 10,17% переглядають випуски на інших діджитал-платформах, таких, як Facebook чи Telegram.

Аналізуючи кореляцію перегляду випусків токшоу на різних платформах та місце проживання респондентів, було помічено таку статистику: 40% жителів селищ та сел переглядають випуски не тільки на YouTube, але і в прямому ефірі чи на сайті телеканалу; половина (50%) жителів невеликих міст дивляться випуски токшоу по телебаченню на додаток до YouTube, а 30% користуються додатком Telegram. Натомість серед жителів великих міст статистика така: беручи за основу

факт того, що YouTube за замовчуванням є основною платформою для перегляду випусків, однакова процентна кількість респондентів – по 10 осіб (26,2%) дивляться токшоу на сайті телеканалу або у прямому ефірі, 3 особи (7,89%) зазначили Telegram як додаткову платформу і 1 особа (2,63%) вказала Facebook. Варто зазначити, що 6,78% респондентів утрималися від відповіді на запитання "Де дивитесь телешоу зазвичай?", серед них 11,63% жителів великих міст та 9,09% жителів невеликих міст. (див. Рис. 6)

Окрім того, задля того, аби дослідження глядацької поведінки відносно перегляду українських телевізійних програм було більш комплексним, а також для можливості порівняльного аналізу статистики перегляду конкретно "Зворотного відліку" та інших телепередач, в опитування було додано більш широкий спектр питань. Так, на запитання "Чи дивитесь ви українські телешоу?" 14,9% від загальної кількості респондентів дали відповідь "так", натомість 24% респондентів дали відповідь "ні". 56,7% зазначили, що переглядають українські телевізійні програми несистематично, а 4,3% повідомили, що переглядають тільки закордонні телепрограми. (див. Рис. 7) Найпопулярнішими програмами для перегляду серед аудиторії опитування виявилися реаліті-шоу (їх дивляться 51,4%, або 101 респондент), друге місце посіли інтерв'ю (дивляться 35,6%, або 74 респонденти), третіми стали новинні блоги на кшталт «Телебачення Торонто» (дивляться 33,7%, або 70 респондентів), за ними йдуть комеді-шоу (дивляться 26,4%, або 55 респондентів), передостанніми за популярністю перегляду стали токшоу (дивляться 14,4%, або 30 респондентів), і заключними у списку є ранкові шоу, які дивляться 10,6%, або 22 респонденти. Інші респонденти (загальною кількістю 22,6%, або 46 респондентів вказали у варіанті «інше» або різновиди телешоу, які не були представлені як варіанти в опитуванні (тревел-шоу, талант-шоу, огляди на телешоу, кулінарні шоу), або вказали, що не дивляться телешоу взагалі. (див. Рис. 8)

Висновки: проведене соціологічне опитування серед молоді аудиторії показало, що обізнаність про політичне токшоу «Зворотний відлік» є досить обширною, втім, кількість респондентів, що не знають про цю програму, все ж таки

переважає. Примітно, що серед тих, хто вказав, що знає про токшоу «Зворотний відлік», більшість були гостями студії, що означає, що інтерактив із аудиторією є важливим фактором залучення до перегляду, адже присутність на знімальному майданчику дозволяє гостям студії відчувати себе важливим компонентом програми, що може вплинути на хід подій під час прямого ефіру. Відповідно до отриманих результатів опитування, найпопулярнішою платформою для перегляду токшоу є відеохостинг YouTube. Також згідно з результатами, можна зробити висновок, що токшоу не є одним з найпопулярніших жанрів програм для перегляду серед респондентів, поступаючись реаліті-шоу, новинам, інтерв'ю та комедійним шоу. Зважаючи на вищезазначене, можна зробити висновок, що використання нових мультимедійних платформ для розміщення контенту, що дають можливість зворотнього відгуку та впливу на контент, може підвищити популярність політичного токшоу «Зворотний відлік» серед молоді аудиторії.

Також, зважаючи на орієнтованість створеної кваліфікаційної роботи на молоду аудиторію, були взяті коментарі у глядачів «Зворотнього відліку», які згодом були додані у радіопрограму як доповнення експертного блоку. Основний недолік, на який вказували коментатори: недостатня інтегрованість аудиторії у процес ефірів.

Глядачі також багато згадували про свій досвід перегляду та участі в ефірах, відмічали роботу ведучих, гострі питання експертів, використання таймера для запитань експертів та відповідей гостей програми. Для багатьох з них відвідування «Зворотнього відліку» в якості гостя стало першим візитом на телебачення, можливістю ознайомитися із тим, як працює команда телеканалу, що є неоціненним досвідом для молоді, яка ще визначається із майбутньою професією. Загальні враження у коментаторів позитивні, часто звучали фрази «Я був (була) вражена», «Мене цікавило все», «Шоу було дуже професійним». Такі коментарі дозволяють припустити, що обрання молоді як цільової аудиторії було доцільним кроком з боку авторів.

ТЕХНІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Загальний хронометраж інформаційно-аналітичної авторської радіопрограми «Природа токшоу на UA:Першому: «Зворотний відлік» складає 16 хвилин 37 секунд (без включення аудіотизеру).

В основному процес створення кваліфікаційної роботи проходив за допомогою таких програм та додатків, як Adobe Audition (версія 3.0) та Anchor (версія 3.61.0). Також для технічної обробки записаного позастудійного звуку використовувалася програма FL Studio.

Adobe Audition – аудіоредактор виробництва фірми Adobe. Зручний та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс дозволив з легкістю використовувати програму для монтажу кваліфікаційної роботи. У програмі було проведено редакторський та фінальний монтаж радіопрограми, а також здійснено технічне удосконалення продукту. Під останнім мається на увазі вирівнювання звуку в режимі Multitrack, рендеринг радіопрограми, конвертування аудіофрагментів у формат mp3, який наразі використовується достатньо широко, що дозволяє залучити більше коло аудиторії для прослуховування кваліфікаційної роботи.

Процес монтажу за сценарним планом, робота із фоновою музикою та аудіоефектами проводилася у додатку для IOS під назвою Anchor. Це – не тільки програма для монтажу та редагування звуку, але й аудіохостинг, що дозволяє миттєво розповсюдити фінальний продукт у мережі Інтернет. Окрім того, Anchor співпрацює з такими платформами для розміщення подкастів, як Spotify та Soundcloud, які є досить популярними серед молоді аудиторії, яка є цільовою для моєї кваліфікаційної роботи.

Основні музичні та аудіоефекти, використані в радіопрограмі, було взято із бібліотеки додатку Anchor, в якому є досить обширна база музичних фонових треків, для використання яких не потрібен запит на авторське право. Це значно полегшило роботу над кваліфікаційною роботою. Також у процесі монтажу були проведені тестові спроби із використання фонотеки YouTube.

Уся фонова музика, використана у кваліфікаційній роботі, розміщена у додатку Anchor у розділі «Cheerful», що означає у перекладі «весела, бадьора, життєрадісна». Такий вибір обумовлений орієнтацією на молоду аудиторію, а також бажанням задати невимушений, легкий тон усій радіопрограмі.

Фонова музика, використана для початку та фіналу програми – а саме привітання та прощання ведучої – має назву Faster Faster Brighter. Загальний тон композиції – мажорний. Темпоритм помірний. Фонова музика для цих фрагментів має на меті заінтригувати слухачів, а також не відволікає від слів ведучої через те, що складається з низького регістру нот.

Фонова музика для першої частини називається The Big Ten. На відміну від музики, використаної для початку та кінця, цій композиції притаманний більш швидкий темпоритм та більш піднесений загальний настрій, помітні джазові мотиви. Її було обрано задля того, аби зробити цей фрагмент подкасту цікавішим для прослуховування, інформація легше сприймалася слухачами. Мелодія водночас досить ненав'язлива, тому не відволікає від інформації, яку подають авторка-ведуча та експертка.

Для другої частини використана композиція The Zeppelin. Вона ще легша, піднесеніша та швидша за попередню. Такий вибір композицій дозволяє створити загальний темп радіопрограми – від доволі повільного до швидшого, і знову повільний для фіналу. Це дозволяє утримувати увагу слухачів. Крім того, вибір швидшої та бадьорішої музики корелює із тим, що друга частина динамічніша через об'єднання у ній жанрів радіоінтерв'ю, радіорепортажу та радіокоментаря.

Також у радіопрограмі було використано аудіоефект Та-Да, який мав на меті підкреслити цікавий факт переважання рейтингів політичних токшоу над реаліті-шоу, та три фрагменти з програми «Зворотний відлік», що є прикладом допустимого цитування, адже кваліфікаційна робота не створена задля комерційного розповсюдження, а також запозичення приносить щось нове, адже фрагменти органічно вписані в авторський текст ведучої радіопрограми.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гоян О. Я. Основи радіожурналістики і радіо менеджменту : підручник / О. Я. Гоян. — 3-тє вид. — Київ : Київ. ун-т, 2008. — 272 с.
2. Гоян О. Українське суспільне і комерційне радіомовлення: перші підсумки співіснування / О. Гоян, В. Гоян // Теле - та радіожурналістика. — 2018. — № 17. — С. 13—21.
3. Жук О. Мирослава Барчук: «Зворотний відлік» оздоровлює інформаційне поле України [Електронний ресурс] / Ольга Жук // Суспільне ДМ. — Режим доступу: https://stv.detector.media/reformuvannya/tv/miroslava_barchuk_zvorotniy_vidlik_ozdorovlyue_informatsiyne_pole_ukraini/ (дата звернення: 21.04.2021). — Назва з екрана.
4. Зворотний відлік : випуски програми [Електронний ресурс] // YouTube UA:Перший. — Режим доступу: https://www.youtube.com/playlist?list=PL9aDK_7u4r7du54YZEc2IgtS8423M8Lwt (дата звернення: 13.04.2021). — Назва з екрана.
5. "Зворотний відлік" дає чітке розуміння компетентності й інтелекту кандидатів — Мирослава Барчук про відмови кандидатів прийти на "Зворотний відлік" [Електронний ресурс] // UA:Перший. — Режим доступу: <https://tv.suspilne.media/news/channel/105371> (дата звернення: 20.04.2021). — Назва з екрана.
6. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості / В. Й. Здоровега. — Львів : ПАІС, 2004. — 261 с.
7. Иванов В. Ф. Історія використання контент-аналізу в різних науках у ХХ ст. / В. Ф. Иванов // Наукові записки Інституту журналістики / ред. В. В. Різун. — [Б. м.], 2013. — Т. 52. — С. 18—30.
8. Карпенко В. / В. Карпенко // Журналістика: основи професійної комунікації. — [Б. м.], 2002. — С. 54—62.
9. Кривошея Г. П. Журналістика: поняття, терміни : навч. посіб. / Г. П. Кривошея. — Київ : КиМо, 2004. — 205 с.

10. Лаврик О. Основи журналістики : навч. посіб. / О. Лаврик. — Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2008. — 73 с.
11. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики / В. В. Лизанчук. — Київ : Знання, 2006. — 628 с.
12. Лизанчук В. В. Радіожурналістика: засади функціонування / В. В. Лизанчук. — Львів : [б. в.], 2000. — 287 с.
13. Миронченко В. Я. Основи інформаційного радіомовлення / В. Я. Миронченко. — Київ : [б. в.], 1996. — 298 с.
14. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підручник / І. Л. Михайлин. — 5-те вид. — Київ : Центр учб. літ., 2011. — 496 с.
15. Мірошниченко П. В. Звуковий образ радіомовлення як медіаефект / П. В. Мірошниченко // Наукові записки Інституту журналістики. — Київ, 2013. — Т. 52. — С. 250—253.
16. Москаленко А. Теорія журналістики : навч. посіб. / А. Москаленко. — Київ : "Експрес-об'ява", 2002. — 336 с.
17. Різун В. В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві : навч. посіб. / В. В. Різун, Т. В. Скотникова. — 2-ге вид. — Київ : Преса України, 2008. — 144 с.
18. Самохвалова Л. Мирослава Барчук, ведуча ток-шоу «Зворотний відлік» Я не думаю, що ми програємо з націєтворчою повісткою [Електронний ресурс] / Лана Самохвалова // Укрінформ — Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3190599-miroslava-barчук-veduca-toksou-zvorotnij-vidlik.html> (дата звернення: 03.05.2021). — Назва з екрана.
19. Суспільне Новини. — Режим доступу: <https://suspilne.media> (дата звернення: 28.04.2021). — Назва з екрана.
20. ТВ Панель Україна. — Режим доступу: <http://tampanel.com.ua/uk/> (дата звернення: 22.04.2021). — Назва з екрана.

21. Хоменко І. А. Художнє радіомовлення і рух до відкритого суспільства (соціальна функціональність драматичного радіомистецтва) : навч. посіб. / І. А. Хоменко. — Київ : Київ. нац. ун-т, 2014. — 381 с.
22. Чекмишев О. В. Основи журналістики : теорія і практики журналістського фаху : навч. посіб. / О. В. Чекмишев. — Київ : ВПЦ "Київ. ун-т", 2018. — 199 с.
23. Шкляр В. І. Журналістська майстерність / В. І. Шкляр. — Київ : [б. в.], 1995. — 21 с.
24. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / В. Шнайдер, П. Й. Рауе ; ред. В. Іванов ; пер. з нім. В. Климченко. — Київ : Центр Вільн. Преси : Акад. вільн. преси, 2014. — 357 с.
25. Щорічний (загальний) звіт про діяльність АТ "НСТУ" [Електронний ресурс]. — Київ : [б. в.], 2020. — 207 с. — Режим доступу: https://corp.suspilne.media/media/documents/protokoli-naglyadovoyo-radi/Shchorichnyi_zahalnyi_zvit_AT_NSTU_za_2020.pdf (дата звернення: 03.05.2021). — Назва з екрана.
26. Як змінились уподобання та інтереси українців до засобів масової інформації після виборів 2019р. та початку пандемії COVID-19 (серпень 2020р.) [Електронний ресурс] // Разумков Центр. — Режим доступу: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/yak-zminylys-upodobannia-ta-interesy-ukraintsiv-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pislia-vyboriv-2019r-ta-pochatku-pandemii-covid19-serpen-2020r> (дата звернення: 22.04.2021). — Назва з екрана.
27. UA:Перший - телеканал. — Режим доступу: <https://tv.suspilne.media> (дата звернення: 26.04.2021). — Назва з екрана.

ДОДАТОК 1

Сценарний план інформаційно-аналітичної програми «Природа токшоу на UA:Першому: «Зворотний відлік»

Радіопрограма структурно поділяється на дві частини: перша включає до себе елементи такого жанру, як радіоінтерв'ю, тоді як друга об'єднує у собі радіорепортаж, радіоінтерв'ю та радіокоментар. Також у програмі наявні авторські коментарі, що дозволяють тримати сюжет цілісним, а також надають підставу вважати радіопрограму авторською.

Програма починається із привітання ведучої та короткого анонсу-тизеру першої частини.

У першій частині ведуча спілкується із керівницею проєкту «Зворотний відлік» Катериною Феленюк. Втім, повноцінним радіоінтерв'ю цю розмову назвати не можна – скоріше це конвергентне поєднання радіоінтерв'ю та авторського інформаційно-аналітичного тексту із коментарями експертки. Основні тези бесіди: як з'явилася ідея назви проєкту; від чого залежать рейтинги «Зворотнього відліку»; як розвивати проєкт на діджитал-платформах.

Друга частина містить у собі елементи репортажу із першого ефіру сезону «Зворотнього відліку» у 2021 році. Ведуча спілкується із експертами наживо у кореспондентському форматі, що дозволяє слухачам відчувати атмосферу знімального майданчика та закулісся. Перший співбесідник – експерт МОЗ – ділиться інсайдами стосовно корупції під час тестування на COVID-19. Другий експерт – директор Центру дослідницької енергетики – дає відповідь на питання, хто керує енергетикою країни: влада чи олігархи.

Завершують другу частину коментарі молодих глядачів «Зворотнього відліку», їхні враження, спогади, побажання. Ця частина підтверджує, що цільовою аудиторією роботи є молодь.

У фіналі радіопрограми ведуча прощається зі слухачами.

ДОДАТОК 2

Мій вік:
208 ответов

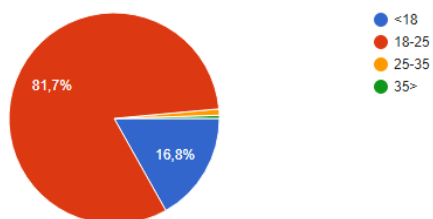


Рис. 1 – вік респондентів

Моя стать (гендер):
208 ответов

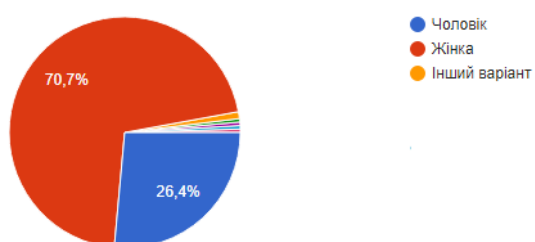


Рис. 2 – стать респондентів

Місце проживання:
208 ответов

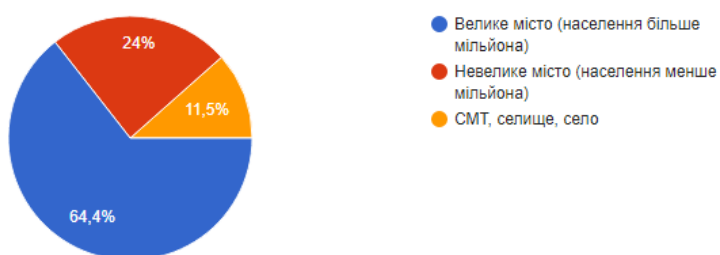


Рис. 3 – місце проживання респондентів

Чи знаєте ви про токшоу "Зворотний відлік"?
208 ответов

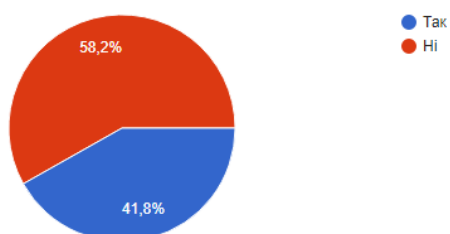


Рис. 4 – чи знають респонденти про токшоу «Зворотний відлік»

Чи дивились ви токшоу "Зворотний відлік"?

208 ответов

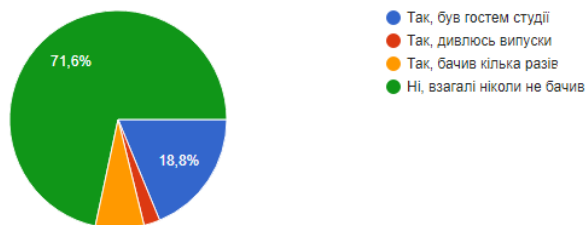


Рис. 5 – чи дивились респонденти токшоу «Зворотний відлік»

Де дивитесь телешоу зазвичай?

208 ответов

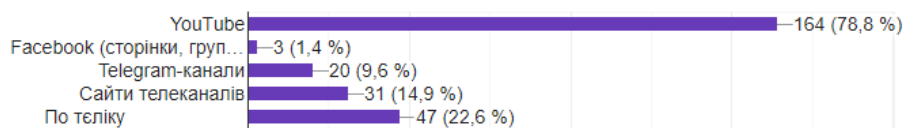


Рис. 6 – де респонденти зазвичай переглядають телешоу

Чи дивитесь ви українські телешоу?

208 ответов

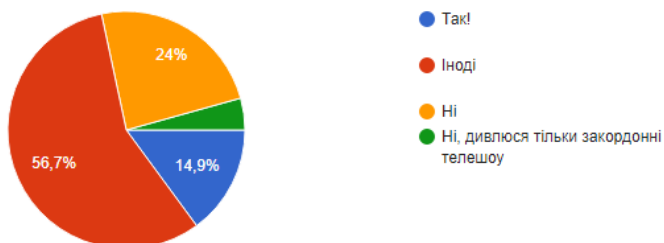


Рис. 7 – чи дивляться респонденти українські телешоу

Якщо дивитесь українські телешоу, то які?

208 ответов

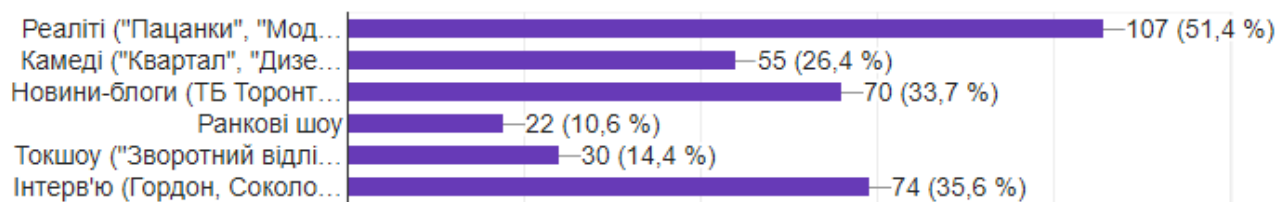


Рис. 8 – які українські телешоу дивляться респонденти

ДОДАТОК 3

Розшифровка радіопрограми

Назва: «Природа токшоу на UA:Першому: «Зворотний відлік»

Автор: Ангеліка Мачула

Режисер: Ангеліка Мачула

Монтаж: Ангеліка Мачула

Хронометраж: 16 хвилин 49 секунд (без урахування аудіотизеру)

(фрагмент композиції Faster Faster Brighter)

ВЕД: Всім привіт. Біля мікрофона Ліка Мачула, і сьогодні ми починаємо серію подкастів про Суспільний мовник. Тема сьогоднішньої розмови – «Зворотний відлік», одна із найрейтинговіших програм телеканалу UA:Перший. Тож заварюйте чай, починайте займатися хатніми справами або вмощуйтеся позручніше, вмикайте навушники чи збільшуйте гучність динаміків – і готуйтеся до історій та інсайдів!

У першій частині програми ми разом із керівницею проекту, виконавчою продюсеркою суспільно-політичного мовлення Катериною Феленюк розповімо:

- звідки з'явилася ідея назви програми;
- про крижану ванну і до чого тут розмальовані двері в студії «Право на владу»;
- і про те, як адаптувати політичне токшоу до епохи Тіктоку.

(фрагмент композиції Faster Faster Brighter)

(фрагмент композиції The Big Ten)

ВЕД: «Зворотний відлік» стартував навесні 2019 року, а саме 18 березня, і створений він був для того, аби допомогти українцям визначитися на президентських виборах. Перший же випуск токшоу взяв показники телеперегляду, удвічі вищі за середні UA:Першого в лютому.

ГОЛОС: Час настав. Найдоленосніші вибори України. 150 хвилин прямого ефіру, 3 кандидати у президенти і лише 60 секунд на відповідь. Зворотний відлік починається просто зараз! Хто буде твоїм наступним президентом? Щопонеділка,

щосереді та щоп'ятниці з 18 березня о 18:30 – головна дискусія країни, політичне токшоу «Зворотний відлік».

ВЕД: Із того часу пройшло 2 роки, проект декілька разів змінював формат і встиг завоювати досить широку аудиторію, яка щопонеділка спостерігає за дискусіями у студії. Про те, як з'явилася назва проекту та про його розвиток детальніше розкаже Катерина Феленюк. Катю, тобі слово.

ГОЛОС: Від початку «Зворотний відлік» ми задумували як дебати, тобто у нас була необхідність створити навесні 2019 року дебати до виборів Президента України. Але слово «дебати» ми не могли вживати в назві. І ми почали, значить, думати якусь нейтральну назву, і на той момент наш шеф-редактор Олексій Шевченко запропонував... Ми довго перебирали всі назви, і там щось хтось сказав про «часікі тікають», і він такий: «Так от же назва, «Зворотний відлік»! І всі такі: «Геніально, геніально».

ВЕД: Токшоу – дуже популярний жанр серед глядачів. Скандали, інтриги, розслідування – ніби дивисься захопливий серіал, ще й наживо, а герої – не актори, що просто грають ролі, а справжні політики, громадські діячі, лідери думок. Створювати такі програми дуже вигідно. Часто цікаве дійство забезпечують самі лише гості, і передбачити стовідсотково, що відбуватиметься у студії, просто неможливо. То чи є ще подібні до «Зворотного відліку» програми на UA:Першому?

ГОЛОС: Токшоу у нас як таких такого жанру немає. В нас були «Святі та грішні», і ми думаємо, що ми їх в цьому році знову запустимо. Це був проект суто інтерв'ю в тій же самій студії, де Мирослава, до неї приходив сам-на-сам якийсь політик, чи громадський діяч, чи культурний діяч. А в цьому році запустилася «Суспільна студія» на Суспільному мовленні, і це ще не токшоу, але також в них там є ведучі. Вони або включають по Скайпу гостей, або запрошують до себе як би за стіл, але в них там максимум два гості бувають.

ВЕД: Відповідно до результатів дослідження, проведеного Центром Разумкова у серпні 2020 року, інтерес глядачів до політичних токшоу падає, поступаючись новинам, кінострічкам, гумористичним шоу та серіалам. Утім, вони все ще

залишаються, так би мовити, «на коні», адже обходять спортивні програми, талант-шоу, інтерв'ю державних діячів та навіть...

(аудіоефект Та Да)

ВЕД: ...реаліті-шоу! Як там ситуація із рейтингами «Зворотного відліку»?

ГОЛОС: Стосовно рейтингів – таке доволі, не те, щоб складне питання, тому що дуже багато нашого глядача – той, який приходить і уходить, тобто мало постійних глядачів, і рейтинги, вони від цього нагадують якісь синусоїди. Звичайно, що рейтинги залежать від, в тому числі від так званих VIP-гостей. Тобто, якщо до нас приходить якийсь або міністр, або лідер фракції, або просто от те, що ми називаємо «лицо». Наприклад, от Порошенко у нас був, ми його півроку звали до нас, він нарешті погодився. І, звичайно, це дало нам цифри, тому що люди як би прийшли на відоме обличчя. А оскільки з гостями у нас часто бувають проблеми, тому що знаходять різноманітні відмазки, щоб тільки не приходити на Суспільне, то я думаю, що і з цієї точки зору рейтинги також страждають.

ВЕД: Своєрідним слоганом «Зворотного відліку» є фраза «Ніяких теплих ванн». Ось цитата ведучої Мирослави Барчук:

ГОЛОС: Цей проект і цей формат є для українського телебачення унікальним. Ми не робили теплих ванн, ми не влаштовували тут бенефісів для кандидатів у президенти...

ВЕД: Власне, це означало, що не буде заздалегідь підготовлених питань і відповідей, чи комфортних умов для гостей-політиків. На глядачів завжди чекав хардток.

ГОЛОС: Звичайно, ми залишаємося прохолодною ванною, я б це так сказала. От нещодавно жартували з ведучими і з редакторською групою, що нам треба реквізит. Зважаючи на те, як в «Право на владу» принесли двері з ОП, з Офісу президента, розмальовані, а потім якийсь там в них був велосипед. Я кажу: «Нам теж треба реквізит». І ми, значить, придумали, що в якості реквізиту у нас буде стояти в павільйоні ванна, і кожен раз, наприклад, Паша на початку ефіру буде опускати туди руки і казати: «Дуже холодна», чи «Прохолодна», чи «Крижана просто». Ні, звичайно, ми залишаємося, ми зберігаємо це обличчя, коли ми можемо ставити

питання, ми не можемо, ми їх і ставимо, незручні, контраверсійні, глибокі питання. Ми працюємо не для себе, не для політиків, ми працюємо для людей, і зрозуміло, що деякі речі потрібно пояснювати, спрощувати, тому я не можу сказати, що «Зворотний відлік» складається тільки з якихось суперскладних і незручних питань. Є прості питання. Коли закінчиться карантин? Що буде з ціною на газ? Ну тобто якісь речі, які цікавлять людей. І, звичайно, ми намагаємося з цього стартувати, а потім вже поглиблюватись. Зрозуміло, що багато політиків, які пов'язані зі змінами, які керують реформами, часто розуміють, що їх будуть, їм ставитимуть дуже багато питань. Але це не тільки залежить від нас. У нас у всіх, у ведучих немає цілі когось загнати, ми раді всім політичним силам, і історія про важкі питання залежить від ведучих насправді на відсотків 20, тому що в нас ще сидять експерти, учасники дискусії, і ми ж не знаємо, які питання вони будуть ставити, які теж можуть бути в'їдливими, які теж можуть ставити усілякі різні питання, ми ніяким чином на них не впливаємо. Тобто ще є така історія.

ВЕД: Зараз активно розвивається діджитал-платформа Суспільного телебачення. Чи впливає це на динаміку складу аудиторії «Зворотного відліку»?

ГОЛОС: Нас почали більше дивитися в діджиталі, я страшенно щаслива від цього, тому що кількість одночасних переглядів росте, люди активно в чатіку щось коментують, пишуть свої враження оце в Ютубі. В нас замість телефонного голосування ми почали застосовувати Вайбер, тому що Вайбер зараз є у всіх. Пише дуже багато літніх людей, взагалі всі пишуть, вони ставлять свої питання, вони коментують, тобто вони відчують, що вони можуть впливати на контент і це так і є, тому що ми виводимо це титрами, ми виводимо це на плазму, ведучі ставлять ці питання, політики відповідають, тобто це такий суперпрямий інтерактив і це дуже важливо. Ця діджитальна форма – вона дійсно розвивається. До того ж, наш діджитал-департамент, ми готуємо сторіс в Інстаграм перед кожним ефіром, потім вирізаємо так звані кешпши, таким чином також залучається більш широка аудиторія.

ВЕД: У світі відбувається, можна сказати, Тікток-епідемія. Відео збирають шалену кількість переглядів, різноманітні челенджі, музика стає популярною завдяки

цьому додатку. Туди зараз тягнуться абсолютно усі, бо там – аудиторія. Але як серйозному політичному токшоу завоювати таку кліпову розважальну платформу? ГОЛОС: Можливо, у нас в майбутньому ми ще будемо навіть з Тіктоком працювати, ми просто ще не придумали, як, але є в нас такі амбітні плани якось ще захопити Тіток «Зворотним відліком». Зважаючи на те, що ми рекламуємо громадянське суспільство, прививаємо людям розуміння того, що політичні знання, політична культура – це все важливо знати, тому що це твоя країна, мені здається, що, можливо, навіть і в Тіктоку молодим людям варто знати про наш проект. Просто для цього треба придумати якусь прикольну форму. Ми присутні і в Інстаграмі, і в Фейсбуці, і в Ютубі. І на телебаченні. І ще дуже важливо – ми знову повернулися до того, що наше шоу транслюється по радіо. Мені здається, що це дуже класно і дуже важливо, наприклад, глядачі, в яких за якоюсь причиною не працює там телебачення, то у нас дуже широка мережа Українського радіо радіостанцій, і це можливість слухати Зворотний відлік по радіо.

ВЕД: Я не можу не погодитися. Радіоформат – це ж просто чудово! І на цій позитивній ноті ми переходимо до другої частини програми, де ми завітаємо на перший ефір «Зворотного відліку» у 2021 році. Цікаво? Мені теж! Ходімо мерщій!

(фрагмент композиції The Big Ten)

КОР: Якось так звучить тиша, коли залишається 3 хвилини до першого ефіру сезону.

(фрагмент аудіозапису ефіру «Зворотного відліку»)

(фрагмент композиції The Zeppelin)

ВЕД: У першому блоці гості та експерти говорили про те, коли почнеться вакцинація, які вакцини потраплять до України та про корупційні скандали у медичній системі України. Одним із висновків блоку стало припущення, що колективний імунітет в українців здебільшого виробляється завдяки самим українцям, які хворіють вдома. А зараз приготуйтеся: на вас чекає шокуючий інсайд від експерта МОЗ Сергія Дуброва.

ГОЛОС: Статистика, вона не відповідає реальній ситуації, про це вже говорили, але я не думаю, що в когось є мета щось зменшити, збрехати, тобто, в принципі, дійсно

багато хто не бажає здавати тест.. Величезна кількість людей, те, що говорили там дехто, відчуття смаку пропало, температура 37,2, навіть мені йти в поліклініку, платити якісь гроші чи не платити. Багато хто вважає, що на ПЛР не направляють. Ситуація знов-таки в Дніпропетровській області була. Степанов попросив розібратися, сімейний лікар говорить, що в лабцентр не направляє, дає направлення в приватний заклад. Починаємо розбиратися – знаєте, в чому вопрос? 15 процентів отката з лабораторії. З лабцентру він нічого не матиме, з приватного він має собі 15 відсотків відкату. Тому він розказує: «Ідіть здавайте, там будете 2 тижні чекати, ну зараз, коли черги немає.»

КОР: Тобто реально відкати на епідемії, реально на смерті наживаються...

ГОЛОС: То ж не на смерті, то на діагностіке.

КОР: Ну все одно... Дякую вам дуже!

ВЕД: Другий блок був присвячений енергетиці. До студії завітав пан Юрій Вітренко, міністр енергетики України. Було дійсно гаряче – підняття ціни на газ, хаос у тарифах, дефіцит вугілля... Ми вирішили поставити питання Олександрові Харченку, директорові Центру дослідження енергетики: «Хто ж насправді керує енергетикою країни: влада чи олігархи?» І отримали ось таку відповідь.

ГОЛОС: Вони реально дуже сильно впливають, і їх вплив сьогодні є таким, що вони можуть вимагати від держави що завгодно за певні привілеї, особливі умови ведення бізнесу і все-все-все. Фактично, ними нестача вугілля може бути спровокована просто легко, елементарно. Відповідно, чи впливає компанія ДТЕК на, я не можу це назвати ринком, на індустрію електроенергетики? Сто відсотків – потужно впливає. Чи вимушений із ними рахуватись виконуючий обов'язки міністра і будь-хто ще в цій галузі – так, сто відсотків.

ВЕД: Також ми попросили молодих глядачів «Зворотного відліку» розповісти про їхні враження від програми. І ось які їхні відповіді.

ГОЛОС 1: Я ходила на програму «Зворотний відлік» на першому курсі, нас запросили. Для мене це було таке неймовірне враження. Я б покращила інтерактив з аудиторією.

(фрагмент композиції The Zeppelin)

ГОЛОС 2: Я дуже чітко пам'ятаю випуск, де я була в залі. Це був випуск під час другого туру президентських виборів в Україні. На мою думку, було дуже цікаво, я прям сиділа вражена, тому що такий загальний накал, він відчувався, відчувався в залі.

(фрагмент композиції The Zeppelin)

ГОЛОС 3: Я була глядачкою на «Зворотному відліку», і це було взагалі вперше, коли я потрапила на знімальний майданчик. Мені було цікаво все. І загалом ця передача для мене була дуже така захоплююча, і, напевно, назавжди залишиться в моєму серці. Перше враження – то, звісно ж, воно залишається зі мною і дотепер.

(фрагмент композиції The Zeppelin)

(фрагмент композиції Faster Faster Brighter)

ВЕД: Хотілося б закінчити цей подкаст так само епічно, як Юлія Володимирівна Тимошенко на одному з ефірів «Зворотного відліку»:

ГОЛОС: Я прийшла на дебати, но дебати нема кого.

ВЕД: Але натомість я просто прощаюся з вами. Дивіться тільки якісні та незалежні політичні токшоу, дізнавайтеся більше про свою країну і, звичайно, не хворійте. З вами була Ліка Мачула. Па-па!

(фрагмент композиції Faster Faster Brighter)

ДОДАТОК 4

ДОЗВІЛ

на використання об'єкту авторського права

м. Київ

«02» травня 2021 року

Я, Мачула Ангеліка Вікторівна,

(далі – Автор) підтверджую, що є одноосібним автором творчої кваліфікаційної бакалаврської роботи «Природа токшоу на UA:Першому: «Зворотний відлік», поданої мною до захисту в Інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Цим документом визнаю, що творча кваліфікаційна бакалаврська робота створювалась мною в межах виконання навчального плану, передбаченого Інститутом журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, та віддаю безкоштовну виключну ліцензію на використання творчої кваліфікаційної бакалаврської роботи та окремих об'єктів авторського права, що входять до її складу та належать автору, для реалізації подальших наукових досліджень та навчально-практичних завдань в Інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Не заперечую проти відтворення та публічного оприлюднення творчої кваліфікаційної бакалаврської роботи в інтересах Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Гарантую, що мною отримані всі необхідні дозволи на використання об'єктів інтелектуальної власності третіх осіб, використані в творчій кваліфікаційній бакалаврській роботі.

Автор: Мачула Ангеліка Вікторівна

