

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

Кафедра телебачення і радіомовлення

ТЕЛЕВІЗІЙНИЙ ПОРТРЕТНИЙ НАРИС

«ЕКО-ФРЕНДЛІ»

Кваліфікаційна робота
на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня
«бакалавр»
студентки IV курсу
спеціальності 061 «Журналістика»
ОПП «Журналістика та соціальні комунікації»
Колосової Катерини Сергіївни

Керівник:
доцент, кандидат наук із соціальних комунікацій
Олег Володимирович Джолос

Київ – 2021

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Опис проєкту.....	6
Технічні характеристики.....	16
Список використаних джерел.....	20
Додатки.....	23

ВСТУП

З кожним роком екологічна ситуація в Україні та світі погіршується. Люди зовсім не дбають про довкілля. Здається, ми зовсім забули, що природні ресурси не нескінченні, а якщо й далі так безвідповідально та споживацьки ставитися до екології, можна назавжди втратити корисні ресурси, без яких неможливо уявити сучасне життя.

Варто показати суспільству, як можна жити без пластику, поліетилену, надмірного вживання водних ресурсів та інших явищ, що загрожують безпеці природи. Незнання насправді елементарних речей інколи призводять до великих бід. У проєкті ми поєднали теоретичну частину, думку експертів з практичною складовою, поведінкою та звичками головної героїні, екоактивістки.

Портретний нарис «Еко-френдлі» створений на підтримку екологічної ситуації в Україні та у світі в цілому. Проєкт складатиметься із серії відео з різними героями та історіями. Вони будуть поєднані однією спільною темою – проблемами довкілля та шляхами їх розв'язання.

Герої кожного випуску пропонують реальні методи збереження довкілля. Говорять про те, чим самі користуються, детально демонструють аудиторії та дають слушні поради. Також ми додаємо коментарі від близького оточення головних героїв. Цей прийом допомагає краще розкрити особистість та характер людини, а також мотиви її поведінки. Саме близькі розповідають цікаві моменти з біографії героїв, діляться цікавими прикладами та згадують про їхні звички.

Я виконувала бакалаврську роботу у співавторстві з Мариною Білоножкою. Ми розділили обов'язки пов'язані зі створенням проєкту між собою. Я відповідала за технічні моменти (організація знімального процесу, пошук локації, начитування закадрового тексту) та пошук героїв і домовленість

з ними на участь у дипломній роботі. Марина працювала над ідеєю проєкту на написання сценарію. Разом ми монтували відео, розділивши обсяг роботи навпіл. Також ми допомагали одна одній у зніманні, по черзі інтерв'ювали героїв.

Новизна. Пізнання та осмислення проблеми через конкретні приклади, нові людські звички та різні технології, які герої тестують на собі, діляться власним досвідом та результатами.

Актуальність. Сучасна екологічна ситуація перебуває у вкрай тяжкому становищі. Якщо люди не стануть замислюватися над своїм ставленням до довкілля, наше майбутнє буде під загрозою. Саме тому ця тема актуальна та потребує детального роз'яснення, яскравих прикладів та

Ідея. Донести інформацію про те, що природні ресурси мають властивість зникати та, на жаль, не відновлюватися. Саме тому важливо дотримуватися деяких правил, змінювати своє ставлення та звички. Головні герої проєкту власним прикладом доводять, що це не так вже й складно, головне бажання та трохи знань. Спрямованість на обізнаність аудиторії щодо даної теми.

Особливість. Подача інформації через проникливу історію героя. Увага до деталей, заглибленість в життя основного персонажа, подача мотивів його вчинків та позиції. Формат: одна історія – один прожитий день героя разом з журналістами.

Основна **відмінність від подібних проєктів** полягає у жанровості, саме подача інформації на екологічну тематику у форматі телевізійного портретного нарису стане унікальністю випусків. Відеопродукт може виступати, як окремим, завершеним проєктом, так і вдалим доповненням масштабної і довготривалої програми. Саме через портретний нарис інформація щодо погіршеної екологічної ситуації раніше не подавалася.

Сфера застосування. Проєкт буде актуальним для телебачення та інтернет-платформ. На телеканалах серія нарисів на екологічну тематику може

виходити під окремою рубрикою у новинах. В онлайн-просторі продукт найдоречніше буде позиціювати, як окремий завершений проєкт та випускати з певною періодичністю.

У **назві** одразу ж прослідковується головний посил відеороботи – потоваришувати з екологією («Еко-френдлі»). Інша ж частина вказує на жанровість (портретний нарис), цим пояснюється увага до однієї людини та зосередженість на фактах з її біографії, важливо ставлення до проблеми саме головного героя. Слово «телевізійний» дає роз’яснення, що використовується саме відео формат.

Джерелами інформації, до яких я зверталася у ході виконання бакалаврської роботи є соціальні мережі (Facebook, YouTube, Instagram, National Geographic), пошуковик Google, наукова література, сайти громадських організацій.

Мета моєї роботи – створити інформаційний продукт, який зможе донести до суспільства, якої шкоди завдає довкіллю безвідповідальне ставлення до природи та до яких незворотних процесів може призвести така байдужість.

Також прикладами подолання такої екологічної та етичної кризи стануть герої матеріалів, саме їх історії та способи життя розкривають значущість та важливість захисту довкілля.

Основні завдання та посили, які я виокремлюю:

1. Підвищити обізнаність людей у галузі екології.
2. Запропонувати альтернативні варіанти задоволення потреб (без шкоди для довкілля).
3. Змусити аудиторію співпереживати та звернути увагу на проблему. Подавати інформацію у позитивному напрямку, через героя, його емоції та переживання.

4. Навчити суспільство дбати про довкілля.

5. Проінформувати про інновації, нові екологічні методи та технології щодо поводження з природними ресурсами та на практиці продемонструвати їх ефективність і результативність.

6. Показати, як можна теоретичні знання використовувати на практиці, вдало впроваджувати їх у свій побут.

1. ОПИС ПРОЄКТУ

Телевізійний портретний нарис «Еко-френдлі» є спробою створити інформаційний продукт, який би доносив екологічні проблеми до людей у простій формі та в оптимістичному настрої. Важливо продемонструвати на прикладах, як можна оберігати довкілля та захищати природу від шкідливих дій людства.

У планах створити проєкт, що виходитиме на мультимедійних площадках регулярно, з визначною періодичністю. Кожен новий випуск – це цікава історія та яскравий герой, зі своїм характером та особливою поведінкою. Журналісти проживатимуть один день з людиною, що знається на еко-трендах, та в деталях демонструватимуть, як потоваришувати з довкіллям.

Серед основних екологічних проблем, на які б я хотіла звернути увагу, слід виділити:

- ✓ байдуже й споживацьке ставлення до водних ресурсів;
- ✓ забруднення довкілля сміттям, що не переробляється та не розкладається протягом століть;
- ✓ нераціональне використання пластику та поліетилену;
- ✓ негативні прояви тваринництва;
- ✓ проблеми, пов'язані з людським здоров'ям;
- ✓ зменшення рослинності, деградація лісів;
- ✓ хімічне, механічне та теплове забруднення атмосфери;
- ✓ забруднення повітря;
- ✓ низький рівень обізнаності з теми у суспільстві.

Медіапродукт «Еко-френдлі» розкриває, аналізує та подає рішення до екологічних небезпек та проблем, що існують у сучасному світі. Важливо правильно пояснити людям інформацію та повідомити про незворотні

негативні процеси, що стосуються довкілля, які можуть застати нас зненацька в майбутньому.

Жанр портретного нарису був обраний, щоб зацікавити глядача. «**Нарис** – жанр художньої публіцистики, в основі якого лежать дійсні події і факти (документальність), але вони зображуються за допомогою образного втілення, художніх засобів, авторських інтерпретацій. Найбільш поширений портретний нарис, в якому автор відстежує біографію життя героя, мотиви його вчинків, особистісні якості, соціальний зміст його діяльності тощо» [8].

«**Нарис** – це відносно невеликий за обсягом художньо-публіцистичний твір, в якому образне відображення дійсності базується на точному відображенні конкретних фактів і явищ дійсності» [7].

Існують різні **види нарису**, серед найпопулярніших та найчастіше використовуваних – портретний, подорожній, проблемний, оглядовий, соціальний. Також у деяких випадках ми можемо говорити про **змішані** типи, коли для кращого й ефективнішого бачення викладеного матеріалу використовуються особливості одразу декількох видів цього художньо-публіцистичного жанру.

В основі моєї бакалаврської роботи лежить портретний нарис. На думку Григорія Овсійовича Десятника у цьому жанрі автор зображає життя та обставини діяльності головного героя, малює його характер в особистих і соціальних проявах, а також виявляє мотиви важливих вчинків, прагнучи в кожній з цих позицій знайти, та, головне, донести до глядача актуальний соціальний зміст. Про це український та радянський кінорежисер пише у своїй книзі «Основи аудіовізуальної документалістики».

«Екранний портрет – чи не найвища форма телевізійного мистецтва, у якій величезною мірою реалізуються головні особливості телебачення як форми безпосереднього психологічного контакту з індивідуальним глядачем» [7].

Особливості жанру телевізійного портретного нарису. Найбільша увага прикута до героя та його особистості. Акцент робиться на вчинках, поведінці та емоціях людини. Важливо показати натуру героя, його зовнішність, захоплення, характерні особливості.

«Особливість нарису — широке використання в ньому елементів художнього мислення: створення портретів героїв (причому не лише зовнішніх, але й психологічних), зображення їх у дії, за допомогою розгорнутої мовної характеристики, використання вимислу й домислу, зображення пейзажів, інтер'єрів та екстер'єрів, наведення красномовних деталей і подробиць. Автор створює сюжет, розбудовує публіцистичний конфлікт, вдається до психологічного аналізу.

Усе, що може наблизити героїв до читача, запліднити його авторським баченням подій і проблем, активно використовує нарисовець. Нарис споріднений з оповіданням і найближчий його родич. Часто нарисом називають оповідання, в основі якого лежить документальний сюжет. Жанр нарису, крім самостійного значення, відіграє величезну роль у справі літературного навчання, надзвичайно корисний для молодого письменника, який тільки-но пробує сили й вигострює перо» [11].

Також дуже важливим у портретному нарисі є увага до **деталей**. Ми розкриваємо характер головного героя через її очі, руки, погляд, сміх, тембр голосу, особливі рухи. Головне правильно показати в кадрі кожен особливість людини. Зовнішність, яскравий характер та щирі емоції героя – найважливіші складові нарису, саме вони найбільше зачіпають почуття та свідомість аудиторії.

Через деталь подається значуща інформація, особливий момент, розкривається глибинний зміст явищ та подій, про які йдеться у відеороботі. Важливо подати це в кадрі просто та невимушено, без зайвого пафосу, обережно й красиво.

Така подача викличе захват, зацікавленість та естетичну насолоду в аудиторії. Надалі подібний матеріал матиме більшу впливовість на масову свідомість та, як наслідок, призведе до кращої результативності сприйняття інформації.

«Основа художнього узагальнення і типізації в нарисі – глибокий художньо-публіцистичний аналіз явища, особи героя з різних боків (соціального, морального, інтелектуального тощо). Саме такий підхід дозволяє віднайти в явищі індивідуальне, і те, що споріднює його із часом, суспільством, побачити потенціал майбутнього розвитку.

Так, є герої унікальні за характером і долею. І ці особливості слід виразно показати на екрані. Але справжня сила портретного нарису – у переконливій типізації образу героя на основі інтегрованості його унікальної особи в контекст часу» [7].

Унікальність та неповторність головного героя нарису – основні особливості, на які звертає увагу аудиторія. Свій медіапродукт потрібно наситити якомога більшою кількістю фактів з життя людини, розкрити характер на прикладі конкретних ситуацій та урізноманітнити його історію коментарями людей з близького оточення, можливо свідками або учасниками подія, про які розповідає герой портретного нарису.

Будь-який твір має певну структуру та особливості, це його важливі складові, тому, на мою думку, варто виділити **головні композиційні форми побудови нарису:**

- ✓ **хронікальна**, мається на увазі розповідь про долю головного героя, описується ситуація у певній хронологічності або йдеться про подію, яка розглядається послідовно, в реальному часі, в якому вона розгортається;

- ✓ **логічна**, коли автор логічно осмислює певні події, явища, ситуації, аналізує їх та шукає різноманітні зв'язки між ними, нібито проводить своє творче дослідження;
- ✓ **есеїстична**, найбільш творча, форма, за якої автор вільно викладає свої думки, обираються тільки ті факти і явища, які саме на думку творця нарису є головними, документальний матеріал тут лише посилює авторське розуміння проблематики медіапродукту.

У своїй книзі «Основи аудіовізуальної документалістики» український та радянський кінорежисер Григорій Овсійович Десятник зазначає, що ефективні засоби побудови нарису також закладені в його **монтажній природі**. Він є художньо-аналітичним жанром, це свідчить про те, що його монтаж є своєрідним виявом авторської позиції. Творець нарису може використовувати будь-які образотворчі форми та засоби, все залежить від його бачення та творчої фантазії.

Таким чином, під розповіді головного героя телевізійного портретного нарису можна вставляти хронікальні чи спеціально зняті кадри, що демонструють та підтверджують реальність його історії. Це можуть бути різні епізоди з його життя, інформація від близьких, відео з дитинства, улюблені локації та заклади.

Щоб краще розкрити особистість людини можна зацентувати на особливих деталях з його кімнати, додати у монтаж пам'ятні, важливі речі та цінні предмети, що нагадують про яскравий момент з життя, залишають теплий, приємний спогад. Все це допоможе краще зрозуміти героя, розкриє його характер і поведінку перед глядачем. Аудиторія зможе ставитися до оповідача більш довірливо, повніше розгледіти його особистість, таким чином викладений матеріал сприйматиметься краще та спонукатиме суспільство до активних дій.

«Важливим художнім елементом нарису є **авторський домисел**. Йдеться

про певні допущення, які дозволяють виразно узагальнити реальність окремих фактів, включити їх у ширший контекст, надихнути образністю, додати екранним подіям емоційності» [7].

Чим повніше розкритий образ головного героя та яскравіше подані його емоції, тим активніше реагує аудиторія. Глядачам хочеться співпереживати людині в кадрі, вони більше замислюються над інформацією, що повідомляється, в них простежується вища залученість до медійного продукту. Така подача спонукає до дії, мотивує підтримати героя та спробувати поради, які він демонструє на практиці.

Виконання роботи в художньо-публіцистичному жанрі допомагає повністю розкрити героя, показати його ставлення по подій та явищ. Головний герой нариса може розлого висловити свої думки, роздуми щодо тих чи інших проблем, що пов'язані з екологічною ситуацією в Україні та світі.

Медіапродукт підходить до новинного **формату мовлення**. Найдоцільніше, на мою думку, було б створити окрему еко-рубрику та випускати історії різних героїв з певною систематичністю. Доречна платформа – новини на телебаченні або канал у «YouTube».

Перспектива. Обрані жанр та формат мовлення для екологічного проєкту вигідно функціонуватимуть між собою та, як наслідок, завдяки вдалому поєднанню, ми зможемо створити корисний контент. Продукт є конкурентоспроможним та цікавим, що є важливим для розвитку та окупності.

Сучасний медіаринок розвивається дуже стрімко та яскраво, він постійно потребує інновацій, нових типів та форм подачі інформації. Нікого не цікавлять однотипні програми, потрібно слідкувати за тенденціями та запроваджувати прогресивні тренди. Сучасний глядач дуже вимогливий, навіть трохи примхливий, адже йому є з чого обирати.

Саме тому було прийнято рішення розробити проєкт на серйозну тематику, але (на відміну від інших екологічних програм) з легкою подачею.

Серед перспективності я б також виділила момент, що проєкт може функціонувати на різних платформах. Звісно, основний фокус на телебачення та Інтернет, однак, я вважаю, що оптимізувати відеороботу під радіостанцію, мобільний додаток чи навіть рекламний контент також можливо.

Ефективність. Тема є актуальною, особливо у реаліях сучасного суспільства, що стає вагомим фактором на позначення ефективності медіапродукту. Рік у рік ми спостерігаємо, яких лих завдає природі недбале та байдуже ставлення до її ресурсів.

Людству здається, що так буде завжди, що вода ніколи не скінчиться, а сміття якось само собою переробиться. На жаль, все не так просто й райдужно, і ми повинні мислити більш реалістично, думати про майбутнє та навчитися берегти навколишнє середовище.

З цього випливає значна **ефективність** запропонованої теми. Варто розкручувати та розповсюджувати ідею проєкту «Еко-френдлі», людськими прикладами доводити, якою є реальна небезпека, та залучати аудиторію.

Моторошні кадри, що використовуються в медіапродукті, сприятимуть більш емоційному перегляду матеріалу та, як наслідок, кращому запам'ятовуванню інформації і переосмисленню своєї поведінки у деяких життєвих ситуаціях. Саме такий повчальний матеріал зможе налаштувати суспільство на певні зрушення.

Медіапродукт впливатиме на свідомість аудиторії та покращуватиме її обізнаність з екологією. Важливим ефектом, який прогнозується, стане набуття людьми нових звичок, намір хоча б спробувати потоваришувати з довкіллям. Прикладом головних героїв, ми показуємо, що починати можна зовсім з маленьких нововведень та зрушень, а поступово застосовувати у своєму повсякденному житті й інші еко-тренди.

Проєкт спрямований змусити людей діяти. Журналіст разом з героєм демонструє, як зробити звичайний побут більш сприятливим й щадним з точки

зору екології. Ми подбаємо про те, щоб якомога розлогіше пояснити аудиторії важливість даної теми.

Найбільший акцент зроблений на практичну складову. У випусках ми покажемо, як зберегти природу, починаючи від простих процесів, таких як відмова від поліетиленових пакетів та зваження товарів екологічним способом, заміну деяких продуктів харчування та приготування альтернативних блюд, та завершуючи більш суттєвими змінами: сортування та перероблювання сміття, вибір нового авто, електрокару, шкода для довкілля від якого є мінімальною.

Саме практичні поради сприятимуть ефективності та дієвості екологічного проєкту. Доречним доповненням історії героя стануть наукові факти та дослідження в галузі екології. Експерти зможуть пояснити проблему спираючись на статистичні дані та аналізуючи динаміку декількох останніх років, таким чином оцінка буде масштабнішою, а знання щодо загроз екології та ймовірних небезпек повнішими.

Ми отримуємо цікавий та інформаційно насичений медіапродукт, якщо поєднуємо теорію й статистику з практичною частиною. Такий підхід відзначатиметься успішністю та ефективністю, проєкт матиме попит на медіаринку.

Результативність та специфікація аудиторії. Проєкт націлений на людей будь-якого віку та статі, з абсолютно різними інтересами. Та все ж таки декілька основних моментів щодо позицій та цінностей аудиторії я б додала. Особливо корисним та цікавим тематика проєкту буде для особистостей, які дотримуються здорового способу життя, слідкують за екологічною ситуацією світу та мають активну громадську позицію.

Після ознайомлення з інформаційним продуктом аудиторія має замислитися над ситуацією, екологічними проблемами, проаналізувати свій спосіб життя та зробити висновки. Яскравий приклад головного героя кожного

випуску проєкту «Еко-френдлі» допоможе втілити в життя те, про що кожен десь чув, але не до кінця розумів сенс.

Саме завдяки детальному опису, демонстрації у кадрі та наведенню конкретних ситуативних випадків аудиторія буде підвищувати свою обізнаність з екології, дізнаватися про інновації в цій галузі та застосовувати на практиці побачене у випусках.

Реакція суспільства сприятиме позитивній динаміці та появі оптимістичних прогнозів у галузі екології. Теорія та фактологічна інформація підкріплена емоційним героєм та практичною складовою впливатиме на соціум й спонукатиме до дії. Звісно, важко втілити в своє повсякденне життя все й одразу, проте хоча б декілька еко-трендів аудиторія може перейняти, а в майбутньому зробити свій антропогенний вплив мінімальним.

2. ТЕХНІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Під час роботи над проектом «Еко-френдлі» я використовувала різні програми та Інтернет-ресурси, які потребують встановлення, та ті, якими можна користуватися в режимі online.

Sony Vegas Pro 15.0. Основною програмою, яку я використовувала для монтування відео є Sony Vegas Pro 15.0. Цей відеоредактор відрізняється від інших подібних додатків своєю легкістю у використанні та зрозумілим інтерфейсом. За функціоналом програма нічим не поступається популярній у медійників Adobe Premiere Pro. Утім, процес монтажу відео відбувається простіше та швидше.

Під час створення моєї бакалаврської роботи я користувалася такими інструментами Sony Vegas Pro 15.0:

- ✓ початок/кінець підрізування відео
- ✓ розгрупування подій
- ✓ регулювання гучності звуку
- ✓ розділення файлів
- ✓ текстові вставки
- ✓ вставки медіафайлів (розробка дизайну для титрів)
- ✓ поліпшення якості відео

Відео конвертер. Для покращення якості відео для підбору правильного формату я використовувала online відео конвертер <https://convert-video-online.com/ru/> [13]. Ця програма допомогла мені з подальшим монтажем відео та збереженням даних. Використаний відео конвертер не псує звук завантажених файлів, що є вагомим плюсом.

You Tube. Деякі відео для перекриття закадрового тексту я додала з відомого відеохостингу You Tube. Цей медіапортал є дуже корисним, він

містить багато матеріалів на будь-яку тематику. Також дуже зручними є фільтри, які допомагають знайти відео з певним хронометражем та найкращою якістю.

Ще одним важливим додатком стала You Tube фонотека. Завдяки цій корисній функції ми змогли підібрати музичний супровід для бакалаврської роботи. Фонотека You Tube дуже об'ємна, тут можна знайти доречне аудіо до різних подій і заходів та підібрати звуковий ефект до відео з будь-яким настроєм.

Audacity. Для редагування аудіофайлів та покращення їхньої якості я використовувала багатоплатформовий аудіоредактор Audacity. Програма дуже зручна та просто у використанні та разом із тим є багатфункціональною. Під час обробки звукового супроводу для телевізійного портретного нариса «Еко-френдлі» я використовувала наступні інструменти:

- ✓ вилучення шуму та клацання
- ✓ зсув у часі
- ✓ інструменти вирізки, копіювання та вставки
- ✓ нормалізація звуку
- ✓ вирівнювання звуку
- ✓ інструменти обрізки файлів та створення тиші
- ✓ шумозаглушення

Характеристики відеороботи. Загальний хронометраж одного випуску становить 10 хвилин. Такий час позбавить глядача від інформаційного перенавантаження та сприятиме легкому запам'ятовуванню подробиць матеріалу.

Більшість хвилин відеороботи відведена на головну героїню, її історію, емоції, переживання та практичні поради. У випуску екоактивістка Аня детально пояснює, чому відмовилася від вживання м'яса, покупки хутряного

одягу, поліетиленових пакетів тощо. Медіапродукт є дуже насиченим завдяки великій кількості **лайфів** з головною героїнею, які використовуються у роботі.

Також, щоб урізноманітнити екологічний проєкт, на початку ми додали трохи наукових фактів та думку експерта. На цей блок виділяється близько 1 хвилини.

Окрему увагу слід звернути на **стендапи** журналістів. Вони є доречними та інформативними. В кадрі ми показуємо, на що можна замінити звичайні побутові речі, щоб покращити стан довкілля та стати «еко-френдлі». Стендап – це обов’язкова частина кожного випуску, він пояснює аудиторії про що йдеться у матеріалі, зводить наукову частину роботи з життєвою історією головної героїні.

Ще однією важливою частиною телевізійного портретного нарису є **синхрони** Аніних мами та подруги. Коментарі близьких допомагають розкрити характер та поведінку головної героїні. Подруга Настя дає характеристику екологічній поведінці дівчини у закладах харчування, а мати Алла ділиться досвідом експлуатації електромобіля, який сім’я придбала на прохання української Грети Тунберг.

Відеоробота супроводжується музичним ефектом. Музика підібрана дуже влучно, за настроєм та тематикою медіапродукту. Аудіоефект накладений на все відео, було використано інструмент зменшення гучності музичного супроводу, щоб не заважати сприйняттю інформації. Таким чином закадровий текст та синхрони чутно голосно й зрозуміло.

Відеоряд. Більшість відео авторські. Також було використано декілька відео з You Tube та офіційного порталу National Geographik. У дипломній роботі використовуються такі частини інформаційного продукту:

- ✓ лайфи
- ✓ синхрони
- ✓ розкадрування

✓ стендапи

Окреме місце у відеороботі виділено для **заставки** проєкту та для **фінальних титрів**. Вони гармонічно вписуються у відеоряд бакалаврської роботи та допомагають сприйняттю інформації.

Використані пристрої. Більшість відео були зняті фотоапаратом Sony A6000. Деякі моменти ми знімали окремо, використовуючи телефони Iphone 12 та Iphone 7 Plus.

Аудіофайли із закадровим текстом були записані телефоном Iphone 7 Plus.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Звіт про стратегічну екологічну оцінку Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2027 року. (м. Київ, 2020 р.)
<https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/02/zvit-seo-pidpys.pdf>
2. Київ як екологічна система: природа - людина - виробництво - екологія / В. В. Стецюк, С. П. Романчук, Ю. В. Щур, О. Ю. Дмитрук, В. О. Гуцал; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка, Всеукр. екол. ліга. - К. : Центр екол. освіти та інформації, 2001. - 315 с.
3. Екологічна безпека навколишнього природного середовища України. Контури проблеми / Г. І. Рудько, Б. Ю. Депутат // Екологія довкілля та безпека життєдіяльн. - 2003. - № 4. - С. 22-29. - Бібліогр.: 20 назв.
4. Проблеми сучасної екології : матеріали українсько-польського семінару "Сучасна екологія і екологічна патологія людини", 8-10 жовтня 1997 р. / Львівський держ. медичний ун-т, Міжнародний фонд "Відродження" (Львівське відділення) ; ред. В. П. Кучерявий [та ін.]. - Львів : [б.в.], 1997. - 159 с.
5. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 "журналістика та інформація" / В.В. Різун.— К.: Видавничий центр "Просвіта", 2008.— 260 с.
6. Різун В. Журналістська діяльність і парадокси масового спілкування // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія "Філологія".— 2007.—Вип. 17.— С. 43—45.
7. Десятник Г.О. Основи аудіовізуальної документалістики: тексти лекцій [наук. ред. доктор наук із соціальних комунікацій Гоян В.В.] – К.: Вид-во Інституту журналістики КНУ, 2020. – 105 с.
8. Мистецтво телевізійного репортажу / А. Лісневська, Т. Коженівська.— Луганськ : Луганський нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2013.— 190 с.

9. Радіостанція як ділове підприємство: методика журналістської творчості : посібник для студ. Ін-ту журналістики / О. Я. Гоян ; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. - К. : [б.в.], 2001. - 63 с. - Бібліогр.: с. 61-62.
10. Журналістська творчість на телебаченні : монографія / В. В. Гоян ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. - К. : Київський університет, 2011. - 320 с.
11. Літературознавча енциклопедія : у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. — Київ : ВЦ «Академія», 2007. — Т. 2 : М — Я. — С. 230; 249; 275; 422-423.
12. Інформаційна телевізійна програма: типологічна характеристика, параметри діяльності журналіста : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.01.08 / В. В. Гоян ; Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. - К., 1999. - 19 с.
13. Типові та жанрові особливості інформаційної телепрограми : посібник для студ. Ін-ту журналістики / В. В. Гоян ; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. - К. : [б.в.], 2001. - 53 с. - Бібліогр.: рек. літ.: с. 50-52.
14. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл., які навчаються за напрямом підготов. "Журналістика" / [Т. О. Приступенко та ін. ; за ред. д-ра філол. наук., проф. В. В. Різуна] ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. - К. : Київський університет, 2010. - 287 с.
15. Проблеми екологізації розвитку України / О. С. Поступак // Стратегія розв. України: соціол., економіка, право. - 2008. - № 1/2. - С. 664-669. - Бібліогр.: 7 назв.
16. Михайлин І.Л. Основи журналістики: підручник. К.: Центр навчальної літератури. — 2011.
17. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики : навч. посібник : в 2 ч. Ч. 1 / Г. І. Назаренко. – К. : НАУ, 2010. – 32 с.
18. Теорія і методика журналістської творчості : підручник / В. Й. Здоровега. – 2-ге вид., переробл. і допов. – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с.

19. Ведучий телепрограм : метод. рекомендації / уклад. В. В. Гоян ; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут журналістики. - К. : [б.в.], 2002. - 25 с. - Бібліогр.: с. 22-23
20. Техніка екранного мовлення : навчальна програма для спец. "Тележурналістика" / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. Кафедра радіомовлення та телебачення ; авт.-уклад. Ю. П. Єлісовенко. - К. : Інститут журналістики, 2002. - 28 с. - Бібліогр.: с. 12-24
21. Комерційне радіомовлення: журналістика і підприємництво в радіоефірі : монографія / О. Я. Гоян. – К. : Інститут журналістики, 2005. – 319 с.
22. Літературне редагування : підручник для студ. фак. журн. ун-тів / В. В. Різун. – К. : Либідь, 1996. – 240 с.
23. Програма для обробки відео. URL: <https://convert-video-online.com/ru/>

ДОДАТКИ

Розшифровка телепрограми

Назва: Телевізійний портретний нарис «Еко-френдлі»

Автор: Марина Білоножка, Катерина Колосова

Оператор: Марина Білоножка, Катерина Колосова

Режисер: Марина Білоножка, Катерина Колосова

Монтаж: Марина Білоножка, Катерина Колосова

Хронометраж: 10 хвилин

Титри: Білл Гейтс, засновник Microsoft; Катерина Колосова, журналістка; Марина Білоножка, журналістка; Аня, екоактивістка; Настя, подруга Ані; Алла, мати Ані.

Відеоряд	Звуковий ряд
Титульна сторінка	Музичний супровід
Заставка	Музичний супровід
Відео запозичене з National Geographik	Кор. З/к: Щороку 8 мільйонів тонн сміття опиняється в океані. Щодня понад тисяча дітей у світі помирають через вживання забрудненої води. Кожна восьма смерть в ЄС пов'язана із забрудненням навколишнього середовища. Близько 1-го мільйона морських птахів на рік гине від

	<p>пластикових відходів. А спалення вугілля, подорожі на автомобілях та літаках стрімко підвищують температуру на планеті.</p>
<p>Титр: Білл Гейтс, засновник Microsoft</p> <p>Відео запозичене з U.S. Department of State</p>	<p>СНХ: <i>Зміни клімату – надзвичайно складне питання. Використовуючи сьгоднішні технології ми можемо досягнути наших амбітних цілей. Майже всі наші технології без викидів - значно дорожчі за ті, які роблять викиди в атмосферу. Люди у всьому світі потребують нових безвуглецевих продуктів, що будуть доступними. Подібний продукт створити важко, але можливо. Якщо ми будемо інвестувати в інновації, створювати інфраструктуру заради переходу до чистої економіки.</i></p>
<p>Відеоряд з помешкання Ані</p>	<p>Кор. З/к: Звичайна українська студентка інвестувати в еко-інновації ще не може. Та вкласти маленьку частинку в порятунок світу від екологічної катастрофи вважає своїм обов'язком.</p>

<p>Титр: Катерина Колосова, журналістка</p> <p>Марина Білоножка, журналістка</p>	<p>Стенд-ап Каті: Аня вже 3 роки не їсть м'ясо. А в закладах харчування та супермаркетах використовує свої екологічні прибори та еко-торбинку. А з меню обирає лише вегетаріанські позиції.</p> <p>Стенд-ап Марини: А для того, щоб не забруднювати довкілля, дівчина навіть вмовила батьків купити електрокар. Тож давайте разом проведемо 1 день з життя Ані.</p>
<p>Відеоряд з помешкання Ані, розкадровки з продуктового магазину</p>	<p>Кор. З/к: З дитинства дівчина досить скептично ставилася до вживання м'яса. А в більш дорослому віці зрозуміла, що це зовсім не її продукт.</p>
<p>Титр: Аня, екоактивістка</p>	<p>СНХ: <i>Десь мені було близько 5 років, і ми були частенько у родичів. Це був родич мого батька. І нам часто передавали звідти, вибачте, кролятину. Я пам'ятаю, як я туди приїжджала і гралася з тими кроликами. Я не розуміла тоді навіть що вони їх тримають взагалі. І мені дуже подобалося, що їх було багато і вони були маленькі, з ними було прикольно, реально, грати.</i></p>

	<p><i>Одного разу я приїхала, їх вже було менше. Трохи мене це питання якось турбувало. А на наступний раз я запитала у батька, чому їх взагалі немає? Мені сказали, що вони закінчилися. На цю відповідь я запитала його: «Типу, як закінчилися? Ну, де вони?». Мені сказали: а що ти думала, ти їси? Після цього, мабуть, я таки замислилася насправді щодо м'яса. Потім почала трохи відмовлятися від кролятини. Наступним кроком було те, що я дізналася, що корови плачуть, коли їх ведуть на бійню. І ось ці всі факти, вони досить заважали жити нормальним життям.</i></p>
Відеоряд з продуктового магазину	<p>Кор. З/к: За планом – у Ані сьогодні на обід - овочевий салат із моцарелою. Дівчина вже сходила в магазин та підготувала свої улюблені продукти.</p>
На кухні	<p>ЛАЙФ: До магазину за продуктами я ходжу зазвичай з такими шоперами. Класна альтернатива пластиковим та іншим пакетам.</p>

Відеоряд з продуктового магазину	Кор. З/к: До стендів з поліетиленовими пакетами дівчина ніколи не підходить. Усі продукти зважує екологічно.
На кухні	ЛАЙФ: <i>Наразі є багато крафтових пакетів. Тобто навіть не просто з паперу, які також не надто класні для екології, тому що для цього вирубують дерева, а крафтові — які з переробленого паперу. І їх часто можна зустріти у лавках з хлібом, наприклад, і навіть для фруктів та овочів частенько лежать такі. А наліпки я зазвичай клею безпосередньо на овочі.</i>
Відеоряд з помешкання Ані	Кор. З/к: Тож беремося до приготування страви.
Журналіст з героїнею за столом	Кор У/к: — Аню, скажи, що ми сьогодні будемо готувати?
Журналіст з героїнею за столом	ЛАЙФ — <i>Сьогодні ми приготуємо салат, який я люблю готувати часто. Він складається з огірків, помідорів, трохи зелені додамо, а також болгарського перцю. І для поживності ще я люблю додавати сир «Моцарелу».</i>

Приготування страви	Аня З/к: Спочатку нарізаємо кубиками сир. Чистимо та нарізаємо перець. Далі ріжемо півкільцями огірки. Та дольками — помідори. І подрібнюємо зелень.
Приготування страви	Кор. З/к: Далі все перемішуємо та куштуємо.
Журналіст куштує страву	Кор. У/к: Дуже смачно.
Героїня демонструє свій гардероб	Кор. З/к: А тепер зазернемо у гардероб Ані.
Аня відчиняє шафу, показує, які одяг та взуття носить	<p>ЛАЙФ: <i>Я загалом у своєму гардеробі не маю якихось речей навіть подібних до шкіри, тобто до цієї текстури. В мене немає ніби шкіряних навіть курток. Мені подобається текстильний одяг, щось типу пальто, короткі рубашки або звичайні такі легенькі куртки з синтепону.</i></p> <p><i>Щодо взуття, мені подобаються замітники шкіри. Ось такі чоботи можна придбати собі, навіть без шкіри, вони абсолютно зроблені з замітника та резини. Раджу!</i></p>

<p>Відео з YOU TUBE</p>	<p>Кор. З/к: Хоча і тренд на справжнє хутро проходить, багато модниць продовжують купувати шуби. Аня так робити - не радить.</p>
<p>У кімнаті</p> <p>Героїня дивиться відео зі знущаннями з тварин</p> <p>Відео з YOU TUBE</p> <p>Титр: Аня, екоактивістка</p>	<p>СНХ: Насправді велика кількість брендів вже не використовує натуральне хутро та натуральну кожу, тому що це дійсно не екологічно, і велика кількість захисників тварин вже підняла навіть, можна сказати, що скандал. Навіть на показах мод і там на неділях моди вже не використовується натуральне.</p> <p>Мабуть раніше, ніж я відмовилася від м'яса, я відмовилася від хутра. Тому що ці відео, де показують, яка кількість тварин повинна бути вбитою, аби зробити 1 шубу, вона жахала. Мені з дитинства набридли ось ці комірці з хутра, які лізуть тобі в очі, ще ти йдеши там, де тобі сніг летить в обличчя, й просто ці комірці мене реально бісили. Тому якимось так, мені завжди не подобалося хутро, як частина мого стилю одягу. Замінники хутра справді існують, це штучно хутро</p>

	<p><i>нібито, його зараз використовують, але вже менше. Мене це дуже радує, тому що цей матеріал, він насправді не переробляється ні в якому разі. Тобто це також шкодить екології і дуже сильно.</i></p> <p><i>Я ще не розумію, як жінки висловлюються про те, що «Якщо я не буду носити взимку шубу або там взуття з хутра чи шкіри, воно ж не буде таким... Тобто я замерзну, або воно не буде таким якісним. Вироби зі штучної шкіри вони розлізуться, розпадуться». Але це насправді неправда, тому що спокійно можна використовувати звичайну куртку, навіть з синтепону, зі штучних виробів, яка гріє не менше, і можна навіть зимове взуття використовувати не з натуральної шкіри, а зі штучної, і є багато вже аналогів, які не промокають, не пропускають воду, тобто реально не псуються так швидко, навіть як шкіра.</i></p>
<p>Аня купує їжу у закладі харчування</p>	<p>Кор. З/к: Заклади харчування Аня також відвідує екологічно. У кафе тільки зі своїми приборами.</p>

<p>Титр: Настя, подруга Ані</p>	<p>СНХ: <i>Ми постійно з Анею, коли ходимо кудись у заклади якісь там, у кафе або просто на вулиці навіть гуляємо, вона завжди ходить зі своєю трубочкою. Ми підходимо до закладу, вона бере собі якійсь лимонад там влітку, хоп, і я беру трубочку, пластикову, і вона дістає із сумки свою ось цю багаторазову трубочку. І її це влаштовує. Я вже навіть до цього звикла, мені здається ще трохи, і я сама перейду на ці багаторазові трубочки.</i></p>
<p>Відеоряд автомобіля, Ані та її мами</p>	<p>Кор. З/к: А коли в родині постало питання обирати нове авто, останнє слово - було за донькою.</p>
<p>Титр: Алла, мати Ані Відео з YOU TUBE</p>	<p>СНХ: <i>Мы приобрели свой первый электрокар 2 года назад. Был джип, газ, бензин, расход очень большой. Плюсы, скажем так, электрокара в том, что первое -- очень экономичная, в конце месяца очень радует. Не выделяет столько всего вредного, как выделяют машины, которые ездят на бензине, газе и дизеле. Минусы электрокара в том, что бывает такое, что зимой приходится ездить без печки. Она</i></p>

	<p><i>очень быстро разряжается. Но еще есть плюсы к тому, что очень много заправок электрических для наших ласточек поставили по городу. В принципе можно успеть и зарядиться. Заряжается она долго, это опять таки минус.</i></p> <p><i>На длинную дистанцию уже подумаешь ехать или нет. Туда, куда ты доедешь на машине на газе, бензине, дизеле за час, за 2 часа, на электрокаре это может быть 5-6, потому что нужно останавливаться подзаряжаться.</i></p>
Відеоряд Ані у кімнаті, Аня у закладі харчування	<p>Кор. З/к: Наша українська Грета Тунберг переконана, природа обов'язково віддячить за те, що її беруть. А світ велетенськими кроками іде назустріч еко-трендам.</p>
Фінальні титри	Музичний супровід