



ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ

Факультет	Аудіовізуального мистецтва та заочного навчання	Рівень вищої освіти	перший (освітньо-професійний)
Кафедра	Аудіовізуального мистецтва	Рік навчання	2
Галузь знань	02 Культура і мистецтво	Вид дисципліни	Нормативна
Спеціальність	021 Аудіовізуального мистецтва та виробництва	Семестри	4

Рекламний текст:

методика створення сценаріїв рекламного відео

2 курс, 4 семестр 2022-2023 н.р.

Викладач Доц., канд. мист., доц. кафедри аудіовізуального мистецтва ХДАДМ –
Анна Вікторівна КУРІННА



Контакти

- @AnnaVik_K (Telegram)
- scenarist.club@gmail.com
- т. 050-833-91-53
- Anna Kurinnaya (Fb)

Заняття

- **45 год. практичних занять** + 1 рубіжний та модульний контроль у 2 частині семестру + 75 год. сам. роботи.
- Перевірка контрольних (модульних) робіт, що виконуються під час самостійної роботи – 3 год./групу
- Перевірка контрольних (модульних) робіт, що виконуються під час аудиторних занять – 5 год./групу
- Проведення заліку – 2 год./групу
- Підсумкова форма контролю – **залік**.
- Загальна кількість год. 60 (2 кредити ECTS) / Модульний контроль - 8 тиждень навчання.

Адреса

- к. 209, поверх 2, корпус 3, вул. Мистецтв 11, м. Харків.
Лекційні заняття та практичні заняття проводяться дистанційно.

Е-пошта

avm.ksada@gmail.com

КОМУНІКАЦІЯ З ВИКЛАДАЧЕМ

- **Комунікація** з викладачем відбувається **за розкладом** занять ХДАДМ.

• Зважаючи на **воєнний час**, комунікація викладача та студентів в осінньому семестрі 2022-2023 рр. відбувається дистанційно – **онлайн, з урахуванням обставин війни.**

У разі **форс-мажорної ситуації** та раптового нестабільного інтернету, студент повертається до комунікації відразу ж, як тільки інтернет та зв'язок відновлюються, вказавши викладачеві поважну причину раптового переривання зв'язку. (Це потрібно, аби викладач був проінформований щодо реального стану та можливостей навчання студента, а викладання було максимально уважне та персоніфіковане.)

• Поза заняттями офіційним каналом комунікації з викладачем є **груповий чат в месенджер Telegram,**

- **електронні листи** за адресою **scenarist.club@gmail.com**

• Спілкування відбуваються у **робочі дні**, встановлені розкладом ХДАДМ.

- **Умови листування.**

Якщо спілкування відбувається у **груповому чаті «Сценарна майстерність» (або відправляючи особисте повідомлення у Telegram)** студенту необхідно вказати своє ім'я та прізвище, позначені в академічному журналі групи.

Якщо листування відбувається на електронну адресу викладача **scenarist.club@gmail.com**, в *темі* листа обов'язково має бути зазначена скорочена **назва дисципліни («ОДСМ»)**, курс та група студента. В полі тексту листа позначити, **хто саме звертається (анонімні листи або листи з вигаданим ніком розглядатися не будуть).** Файли треба підписувати таким чином: *прізвище_ завдання. Розширення: текст — doc, docx, ілюстрації — pdf.* Окрім роздруківок (сценарії, творчі практичні завдання) для аудиторних занять, **роботи для рубіжного контролю мають бути надіслані на пошту scenarist.club@gmail.com.**

• **Консультації** з викладачем поза заняттями відбуваються після занять та виключно у робочі дні. Для цього у повідомленні викладачеві треба коротко вказати питання консультації та узгодити час консультації з викладачем.

Консультація може проходити у будь-якому зручному форматі: шляхом залучення відеозв'язку, телефонного дзвінку, письмового питання-відповіді.

ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовою вивчення дисципліни є пройдено навчання на курсі «Основи драматургії та сценарної майстерності» (що викладався у 1 році навчання); а також – вільне володіння державною мовою, дисциплінованість та готовність навчатися.

НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ

1. Стандарт вищої освіти зі спеціальності 021 «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво» перший рівень вищої освіти. – К., МОН, 2019.
2. Г. В. Курінна «Сценарна майстерність. Теледраматургія»: навчальний посібник.
3. Основна література з дисципліни.

ПОСИЛАННЯ НА НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ (практичні заняття)

Заняття в екстремальних умовах воєнного часу проводяться дистанційно – онлайн. У кожного студента під час воєнного часу можуть бути різні технічні умови здобуття знань. Необхідною умовою для дистанційного навчання є наявність мобільного зв'язку, інтернету та гаджету.

- **Формати занять курсу.**

Курс проводиться у форматі **практичних занять** – zoom-конференцій, онлайн-дошок та форуму.

Додаткові навчальні матеріали у вигляді посилань на **відеоматеріали**, що супроводжують лекцію як приклади, прикріплюються до основного листа-тексту з ключами-посиланнями до перегляду занять, який отримують студенти у **Telegram-чаті** групи **«Рекламний текст»**. А також розміщені в описанні до заняття на YouTube каналі кафедри.

Перевірка результативності занять відбувається шляхом проведення сценарних читань, онлайн-тестувань та опитувань.

Самостійна робота студентів передбачає виконання спеціальних завдань задля практичного закріплення матеріалу, а також читання **спеціальної літератури**, яка доповнює матеріали курсу. (Див. – Література до вивчення дисципліни).

НЕОБХІДНЕ ОБЛАДНАННЯ

Оскільки дисципліна пов'язана з **практичним виконанням завдань та створенням сценарних робіт** для плідного навчання необхідні:

- Зошит (48 аркушів) та ручка для конспектування лекцій.
- Комп'ютерна техніка (ноутбук, планшет, навушники тощо) з можливістю виходу до мережі Інтернет.
- Програми, необхідні для виконання завдань: Microsoft Word, «КІТ-сценарист».
- Аркуші А4 формату білого кольору.
- Канцелярські стікери, олівці, ластик.

МЕТА Й ЗАВДАННЯ КУРСУ

- **Метою навчальної дисципліни «Рекламний текст»** є ознайомлення студентів із теоретичними та практичними основами створення сценаріїв рекламних відео, здобуття знань у галузі побудови екранного твору малої драматургічної форми; розвиток творчої фантазії та літературних здібностей студентів.

- **Завдання дисципліни «Рекламний текст»** полягають у вивченні специфіки драматургії рекламного відео; оволодінні студентами основами сценарної майстерності реклами; ключовими поняттями та теоретичними положеннями курсу; засвоєння методики сценарної роботи над створенням рекламного відео; формування творчого хисту роботи над літературним сценарієм рекламного відео; набуття навичок роботи у команді з іншими учасниками творчого процесу.

ІНТЕГРОВАНІ ТА ЗАГАЛЬНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ

Дисципліна «Рекламний текст» передбачає наступні компетентності.

- **Інтегральна компетентність дисципліни** – здатність розв’язувати складні спеціалізовані задачі та вирішувати практичні проблеми в сфері створення сценарного матеріалу аудіовізуального мистецтва та виробництва, або у процесі навчання, що передбачає застосування методів теорії та історії аудіовізуального мистецтва і виробництва, та характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

- **Дисципліна забезпечує загальні компетентності:**

- ЗК01. Знання та розуміння предметної області та професійної діяльності.
- ЗК02. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.
- ЗК03. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
- ЗК06. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК08. Здатність працювати у команді.
- ЗК09. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ЗК010. Здатність бути критичним та самокритичним.
- ЗК015. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

СПЕЦІАЛІЗОВАНІ (ФАХОВІ) КОМПЕТЕНТНОСТІ

Дисципліна забезпечує спеціалізовані (фахові) компетентності: СК 1-15 (згідно з Наказом Міністерства Культури та інформаційної політики № 432 від 15.06.2021 р.):

- ФК10. Здатність здійснювати редакторсько-сценарну діяльність в сфері аудіовізуального мистецтва та виробництва (знати основні положення драматургічної структури сценарного твору; закономірності побудови сценарію; провідні етапи роботи над сценарієм).

- *Програмні результати навчання:*

- ПРН 1. Володіти методами та прийомами редакторсько-сценарної діяльності при створенні (виробництві) аудіовізуальних творів.
- ПРН 5. Генерувати нові ідеї для втілення їх в аудіовізуальному творі. (Студент повинен самостійно скласти власний задум сценарію).
- ПРН 6. Створювати драматургічну концепцію та сценарій аудіовізуальних творів різних видів, жанрів, стилів рекламної діяльності. (Створювати сценарний план, творчу заявку на сценарій, чорновий та чистовий варіанти сценарію; застосовувати знання щодо закономірностей драматургічної побудови сценарію рекламного відео; дати професійний аналіз сценарному задуму.)
- ПРН 17. Збирати, оцінювати, аналізувати та обробляти інформацію з використанням сучасних інформаційних технологій та спеціалізованого програмного забезпечення.
- ПРН 18. Приймати ефективні рішення на основі релевантних даних із застосуванням сучасних методів і засобів прийняття рішень, у тому числі багатокритеріальних рішень в умовах невизначеності.

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

- Спрямованість дисципліни «**Рекламний текст**» визначається опануванням основ майбутньої спеціальності.

- Дисципліна у 2022-2023 рр. вивчається протягом 2 семестру 2-го курсу. А саме:

- **45 год. практичних занять** + 1 рубіжний та модульний контроль у 2 частині семестру + 75 год. сам. роботи.
- Перевірка контрольних (модульних) робіт, що виконуються під час самостійної роботи – 3 год./групу
- Перевірка контрольних (модульних) робіт, що виконуються під час аудиторних занять – 5 год./групу
- Проведення заліку – 2 год./групу
- Підсумкова форма контролю – **залік**.
- Загальна кількість год. 60 (2 кредити ECTS) / Модульний контроль – 8 тижень навчання.

- Всього курс має 2 модулі та 8 тем.

- **Тематика модулів.**

- **Методика створення сценаріїв рекламного відео.**

- **Змістовий модуль 1. Сценарій рекламного відео для соціальних мереж; комерційна реклама**

Тема 1. Специфіка сценарію рекламного відео для соціальних мереж. Реклама як мистецтво. Історія рекламного відео інтернет-мереж: вірусна реклама, реклама для YouTube тощо.

Тема 2. Етапи роботи над сценарієм рекламного відео: розробка задуму, сценарне планування; «бриф», «пек-шот», «плей-оф», «енд-лайн».

Тема 3. Специфіка сценарію комерційної реклами. Драматургічний аналіз рекламних відео світової художньої практики.

Тема 4. Специфіка розробки сценарію рекламного відео для соціальних мереж; комерційної реклами.

- **Змістовий модуль 2. Сценарій рекламного відео соціальної спрямованості**

Тема 5. Специфіка сценарію рекламного відео соціальної спрямованості.

Тема 6. Етапи роботи над сценарієм рекламного відео: розробка задуму. «Сценарний план» соціального рекламного ролику та його драматургічна розробка; ; «бриф», «пек-шот», «плей-оф», «енд-лайн».

Тема 7. Драматургічний аналіз рекламних відео соціальної спрямованості світової художньої практики.

Тема 8. Специфіка розробки сценарію рекламного відео соціальної спрямованості.

ФОРМАТ ДИСЦИПЛІНИ

Теми розкриваються шляхом **практичних занять**.

- Практичні заняття удосконалюють практичні навички та закріплюють знання.
- Самостійна робота здобувача спрямована на закріплення тем дисципліни. Зміст самостійної роботи складає пошук додаткової інформації та її аналіз, підготовка завдань самостійної роботи здобувача за темами дисципліни.

ФОРМАТ СЕМЕСТРОВОГО КОНТРОЛЮ

- Формою контролю у кожному семестрі є **залік**. Для отримання заліку достатньо пройти **рубіжні етапи контролю** у формі **поточних перевірок** процесу самостійної роботи та наприкінці модулю.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ з дисципліни

Національна	Бали	ECTS	Диференціація А (внутрішня)	Національна	Бали	ECTS
Відмінно	90–100	А	A+ 98–100	Задовільно	64–74	D
			A 95–97		60–63	E
			A- 90–94	Незадовільно	35–59	FX
Добре	82–89	В		Незадовільно (повторне проходження)	0–34	F
	75–81	С				

ПРАВИЛА ВИКЛАДАЧА

- Під час занять, що проходять у прямому ефірі (наприклад, zoom-конференція) необхідно **вимкнути** звук мобільних телефонів та інші шуми, що можуть заважати якості звуку усієї групи. За необхідності термінової телефонної розмови здобувач має вимкнути відео та звук у своєму онлайн-кабінеті.
- У разі форс-мажорних обставин воєнного часу, хвороби тощо **викладач має перенести** заняття на вільний день за попередньою узгодженістю зі студентами.
- У дистанційному режимі освіти студентам **надаються необхідні навчальні матеріали** та методичні рекомендації до виконання завдань самостійної (дистанційної) роботи.
- **Комунікація з викладачем** можлива тільки у робочий час та виключно у робочі дні. (Див. КОМУНІКАЦІЯ З ВИКЛАДАЧЕМ).

ПОЛІТИКА ВІДВІДУВАНOSTІ

- Пропускати заняття, що йдуть у режимі реального часу небажано. Якщо студент пропустив певну тему, він повинен самостійно відпрацювати її. Зважаючи на воєнний час **у разі форс-мажорної ситуації** та раптового нестабільного інтернету, студент повертається до комунікації відразу ж, як тільки інтернет та зв'язок відновлюються, вказавши

викладачеві поважну причину раптового переривання зв'язку. (Це потрібно, аби викладач був проінформований щодо реального стану та можливостей навчання студента, а викладання було максимально уважне та персоніфіковане.)

- Запізнення на онлайн-заняття у режимі реального часу не вітаються. У разі запізнення на практичне заняття студент додатково виконує усі завдання, що пропустив.
- Якщо завдання не виконується студентом вчасно, бали знижуються.

АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ

• При створенні сценарних робіт та сценарних завдань студенти зобов'язані дотримуватися правил академічної доброчесності. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Якщо під час рубіжного контролю помічено списування, або використання сценарних матеріалів іншого автора здобувач втрачає право отримати бали за тему. Якщо це відбулось в процесі заліку – здобувач отримує тільки ті бали, що були зараховані за попередні етапи контролю.

- **Корисні посилання:** <https://законодавство.com/zakon-ukrajiny/stattya-akademichna-dobrochesnist-325783.html>
<https://saiup.org.ua/novyny/akademichna-dobrochesnist-shho-v-uchniv-ta-studentiv-nadumtsi/>

РОЗКЛАД КУРСУ

Тема	Вид заняття	Зміст	Годин	Рубіжний контроль	Деталі
• Змістовий модуль 1. Сценарій рекламного відео для соціальних мереж; комерційна реклама					
1	Пр. заняття	Специфіка сценарію рекламного відео для соціальних мереж. Реклама як мистецтво. Історія рекламного відео інтернет-мереж: вірусна реклама, реклама для YouTube тощо.	6	<ul style="list-style-type: none"> • Практичне завдання – вправа 	
2	Пр. заняття	Етапи роботи над сценарієм рекламного відео: розробка задуму, сценарне планування; «бриф», «пек-шот», «плей-оф», «енд-лайн».	6	<ul style="list-style-type: none"> • Виконання завдання самостійної роботи 	Виконане завдання демонструється на практичному занятті; надсилається на

					email або у груповий чат
3	Пр. заняття	Специфіка сценарію комерційної реклами. Драматургічний аналіз рекламних відео світової художньої практики.	6	<ul style="list-style-type: none"> Виконання завдання самостійної роботи 	Виконане завдання демонструється на практичному занятті; надсилається на email або у груповий чат
4	Пр. заняття	Специфіка розробки сценарію рекламного відео для соціальних мереж; комерційної реклами	6	<ul style="list-style-type: none"> Виконання завдання самостійної роботи 	Виконане завдання демонструється на практичному занятті; надсилається на email або у груповий чат
• Змістовий модуль 2. Сценарій рекламного відео соціальної спрямованості					
1	Пр. заняття	Специфіка сценарію рекламного відео соціальної спрямованості.	5	<ul style="list-style-type: none"> Виконання завдання самостійної роботи 	Виконане завдання демонструється на практичному занятті; надсилається на email або у груповий чат
2	Пр. заняття	Етапи роботи над сценарієм рекламного відео: розробка задуму. «Сценарний план» соціального рекламного ролику та його драматургічна розробка; ; «бриф», «пек-шот», «плей-оф», «енд-лайн».	5	<ul style="list-style-type: none"> Виконання завдання самостійної роботи 	Виконане завдання демонструється на практичному занятті; надсилається на email або у груповий чат
3	Пр. заняття	Драматургічний аналіз рекламних відео соціальної спрямованості світової художньої практики.	5	<ul style="list-style-type: none"> Виконання завдання самостійної роботи 	Виконане завдання демонструється на практичному занятті; надсилається на email або у груповий чат
4	Пр. заняття	Специфіка розробки сценарію рекламного	6	<ul style="list-style-type: none"> Виконання завдання 	Виконане завдання демонструється

		відео соціальної спрямованості.		самостійної роботи	на практичному занятті; надсилається на email або у груповий чат
					залік

• **Самостійна робота студентів**

№	Назва	Кількість годин
Змістовий модуль 1. Сценарій рекламного відео для соціальних мереж; комерційна реклама		
1	<i>Тема 1.</i> Специфіка сценарію рекламного відео для соціальних мереж. Реклама як мистецтво. Історія рекламного відео інтернет-мереж: вірусна реклама, реклама для YouTube тощо.	6
2	<i>Тема 2.</i> Етапи роботи над сценарієм рекламного відео: розробка задуму, сценарне планування; «бриф», «пек-шот», «плей-оф», «енд-лайн».	6
3	<i>Тема 3.</i> Специфіка сценарію комерційної реклами. Драматургічний аналіз рекламних відео світової художньої практики.	8
4	<i>Тема 4.</i> Специфіка розробки сценарію рекламного відео для соціальних мереж.	8
Змістовий модуль 2. Сценарій рекламного відео соціальної спрямованості		
5	<i>Тема 1.</i> Специфіка сценарію рекламного відео соціальної спрямованості.	7
6	<i>Тема 2.</i> Етапи роботи над сценарієм рекламного відео: розробка задуму. «Сценарний план» соціального рекламного ролику та його драматургічна розробка; «бриф», «пек-шот», «плей-оф», «енд-лайн».	7
7	<i>Тема 3.</i> Драматургічний аналіз рекламних відео соціальної спрямованості світової художньої практики.	9
8	<i>Тема 4.</i> Специфіка розробки сценарію рекламного відео соціальної спрямованості.	9
	Разом (год.)	60

ФОРМА ЗВІТНОСТІ

Тема	Форма звітності	Бали
Змістовий модуль 1. Сценарій рекламного відео для соціальних мереж; комерційна реклама		
1	Практичне завдання 1. Вправа №1. Поточний контроль	0-10
2	Практичне завдання 2. Вправа №2. Поточний контроль	0-10
3	Практичне завдання 3. Вправа №3. Поточний контроль	0-10
4	Практичне завдання 4. Вправа №4. Сценарій. Поточний контроль	0-10
	Разом:	0-40
Змістовий модуль 2. Сценарій рекламного відео соціальної спрямованості		
5	Практичне завдання 6. Вправа №1. Поточний контроль.	0-10

6	Практичне завдання 7. Вправа №2. Поточний контроль.	0-10
7	Практичне завдання 8. Вправа №3. Поточний контроль.	0-10
8	Практичне завдання 9. Вправа №4. Поточний контроль.	0-20
	Разом:	0-50
	Контрольні питання до заліку	0-10
	Усього балів:	0-100

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Бали			Критерії оцінювання
	0–20	0–40	
A+	20	40	Здобувач в повному обсязі опанував матеріал теми, надав додаткові матеріали та приклади за темою. Відповів на додаткові питання. Подача акуратна, без помилок
A	17–19	37–39	Здобувач в повному обсязі опанував матеріал теми, надав додаткові матеріали за темою. Подача акуратна, без помилок
A-	16	36	Здобувач в повному обсязі опанував матеріал теми, подача акуратна, без помилок
B	12–15	32–35	Здобувач в повному обсязі опанував матеріал теми, але зробив декілька незначних помилок
C	8–11	22–31	Здобувач в повному обсязі опанував матеріал теми, але зробив значні помилки, є невеликі проблеми з форматуванням
D	4–7	10–21	Здобувач не в повному обсязі опанував матеріал теми, робота виконана на недостатньому рівні із значними недоліками (недостатньо розкрита тема, малий обсяг, відсутність творчого підходу тощо), наявні проблеми з форматуванням
E	1–3	1–9	Здобувач в недостатньому обсязі опанував матеріал теми, виконана робота має багато значних недоліків (недостатньо розкрита тема, малий обсяг, невідповідність завданню, невчасна подача виконаної роботи, неохайність подання тощо).
	0	0	Пропуск рубіжного контролю

- **Література до вивчення дисципліни**

- **Основна:**

1. Бойлен, А. (2021). *Візуальна культура.* / Пер. з англ. Г. Левів. К.: Видавництво ArtHuss, 206 с.
2. Курінна Г.В. (2013). *Сценарна майстерність на телебаченні. Драматургія* Х.: ХДАК, 189 с.
3. Мак-Кі Р., Джерас Т. (2019). *Сторіноміка: маркетинг у пострекламну епоху* Х.: Vivat, 456 с.
4. Маккі, Р. Оповідь. (2021). *Субстанція, структура, стиль та принципи письмової екранізації.* – К.: АРК.ЮСЙ
5. Міллер, Д. (2022). *Створи Story Brand. Розкажи історію бренду, і тебе почують* / Пер. з англ. В. Дешка. – Х.: Віват, 240 с.
6. Миславський, В.Н. (2007). *Кінословник. Терміни, визначення, жаргонізми.* Х.: 328 с.
7. Пайн, Д., Гілмор Д. (2021). *Економіка вражень. Битва за час, увагу та гроші клієнта.* – Х.: Віват, 368 с.
8. Партико, З. (2020). *Основи редагування.* К.: Ліра-К. – 130 с.
9. Огілві, Д. (2019). *Про рекламу.* Х.: Клуб сімейного дозвілля, 288 с.
10. Снайдер Б. (2021). *Врятуйте котика та інші секрети сценарної майстерності* : Х.: Vivat, 2021. 240 с.

- **Допоміжна:**

- Інформаційні ресурси**

Програма для створення сценарію <https://kitscenarist.ru/>

Професія сценарист – <https://moyaosvita.com.ua/osvita-2/profesiya-scenarist-xto-takij-scenarist/>

Сценарна майстерня – <http://screenplay.com.ua/blog/?id=582>

Академія Української Преси – URL: <http://www.aup.com.ua/>

Зніми кіно – URL : <http://snimikino.com>

Зніми фільм! Все про кіновиробництво – URL : <http://snimifilm.com>

Міністерство цифрової трансформації України – URL: <https://thedigital.gov.ua/>

Національна Рада України з питань телебачення і радіомовлення –

URL: https://www.nrada.gov.ua/claim_cat/tehnichni-problemy-yakist-sygnalu/

Радіо Свобода – URL: <https://radiosvoboda.org>

Офіційний сайт ICTV – URL: <https://ictv.ua>

Офіційний сайт Інтер – URL: <https://inter.ua/>

Офіційний сайт ICTV – URL: <https://ictv.ua>

Офіційний сайт Інтер – URL: <https://inter.ua/>

Офіційний сайт UA: Перший – URL: <https://tv.suspilne.media/>

Офіційний сайт UA: Культура – URL: <https://culture.suspilne.media/>

Офіційний сайт Громадське телебачення – URL: <https://hromadske.ua/genre/video>

European Audiovisual Observatory – URL: <https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/>

Державне агентство України з питань кіно – URL: <http://dergkino.gov.ua/>

Детектор Медіа – URL: <http://detector.media/>

Інтернет-журнал про авторське кіно «Cineticle» – URL: <http://cineticle.com/>

Офіційний сайт 1+1 – URL: <https://1plus1.ua/ru/1plus1video>

Офіційний сайт СТБ – URL: <https://www.stb.ua/>

Офіційний сайт Україна – URL: <https://kanalukraina.tv/>

Телекритика – URL: <http://www.telekritika.ua>

Бібліотека журналіста – URL: <http://www.eartist.narod.ru/>



ХАРКІВ – 2022