ВСТУП

Актуальність дослідження зумовлена тим, що на сучасному етапі конкурентної боротьби телевізійних медіа, теперішня тележурналістика потребує харизматичних та освічених кадрів, які зможуть забезпечити телеканалу позитивний імідж. Будь-яка телепрограма не обходиться без людини, яка висвітлює інформацію у ній або контролює комунікативний процес у студії під час запису.

Значний вплив на масову свідомість становлять засоби масової інформації. Телевізійні медіа залишаються в соціальному просторі одними з найпопулярніших та авторитетніших. Це визначається їх способом подачі інформації – аудіовізуальним. Аудиторія має можливість одразу слухати повідомлення і бачити її картинку, що дає змогу для швидшого та зручнішого сприймання інформації свідомістю.

Зовнішні та внутрішні характеристики телеведучого – це ті якості, які є важливими у формуванні конкретного іміджу людини безпосередньо та телеканалу загалом. Застосування іміджевої стратегії медійного працівника на практиці за дослідженнями науковців є досить ефективним явищем у популяризації конкретного каналу.

Імідж ведучого як об’єкт успішного функціонування телевізійних медіа, викладені у працяхтаких вітчизняних та зарубіжних науковців як Н. Барна [4], Л. Браун [12], В. Горчакова [20], В. Гоян [21], П. Гуревич [23], В. Здоровега [29], А. Калюжний [34], Г. Кузнєцов [44], В. Маргалик [50], О. Нуждина [55], Ю. Палеха [58], А. Панасюк [60], Е. Перелигина [62], Г. Сорокина [72], В. Шепель [79] та інші.

Іміджелогія – порівняно нова галузь наукового знання. На початку свого розвитку використовувалась у такій галузі як менеджмент. На сучасному етапі іміджелогія зосереджена також у таких наукових напрямках

як педагогіка, соціологія, політологія, управління підприємство та журналістика.

Поняття «іміджу» широко застосовується у працях як українських, так і світових науковців. Представники сучасних дослідження вважають, що безпосередньо імідж може створюватись та функціонувати як природнім шляхом, так і штучно створений для конкретних цілей.

Шепель В. визначає імідж як: «В цілому імідж можна назвати комплексної формою комунікації, що забезпечує людині максимально можливе повне враження про об'єкт і сприяє досягненню стратегічних цілей комунікації» [79].

Імідж – це один із способів впливу засобів масової інформації на свідомість суспільства. Професійно створений позитивний образ може маніпулювати великою кількістю населення. Йому можуть підпорядковуватись, штучно ідеалізувати та навіть поклонятися. Критерії авторитетності і довіри – основні задля успішного функціонування позитивного образу телеведучого.

Науковець у галузі психології Корнєєв М. стверджує: «Нині, зміст і форми роботи ЗМІ визначаються не тим, як впливають люди на медіа, а навпаки – необхідністю впливати на людей. При плануванні роботи беруться до уваги потреби людей, проблемні суспільні питання, але така реакція медіа на запити громадян в основі своїй не є відповіддю на запити (медіа – це не довідкове бюро, не служби допомоги): проблеми людей використовуються лише як фактичний матеріал для роботи ЗМІ» [41, с. 104-105].

Мета дослідження полягає в тому, щоб розглянути та виокремити специфічні якості телевізійного іміджу, простежити закономірності популярності телеведучих на каналах розповсюдження інформації.

Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання комплексу **завдань**:

– визначити особливості іміджевої стратегії сучасних українських та світових телеведучих;

- виокремити зовнішні та внутрішні компоненти позитивного іміджу;
- простежити застосування поняття іміджу у працях різних науковців;
- проаналізувати роль ведучого в сучасному медіапросторі.

Об'єктом дослідження є телевізійний імідж в українському та світовому медіапросторі.

Предмет дослідження – характерні особливості успішного створення та функціонування позитивного іміджу телеведучих.

Методи дослідження. Для дослідження поставленої мети використано методи узагальнення, синтезу, аналізу та описовий метод.

Практичне значення одержаних результатів. Основні положення дослідження сприятимуть подальшому вивченню особливостей іміджевої стратегії сучасного телевізійного образу, стануть корисними при підготовці до лекційних та практичних занять із іміджелогії та телевізійної журналістики, при написанні курсових, дипломних робіт.

Апробація результатів дослідження. Фрагменти дипломної роботи були використані під час педагогічно-асистентської практики у Кам'янець-Подільському національному університеті імені Івана Огієнка у жовтні 2018 року.

Структура та обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, шести підрозділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаної літератури та списку джерел фактологічного матеріалу.

ВИСНОВКИ

Засоби масової інформації модернізуються досить швидкими темпами, водночас і прогресують співробітники ЗМІ: журналісти, ведучі, диктори. Діяльність телеведучого потребує постійного вдосконалення, освоєння сучасних технологій та різноманітних технік, оскільки телебачення, порівняно з іншими видами засобів масової комунікації, такими як радіо та преса, дає можливість для більш детального освоєння інформації.

Особистість телеведучого в сучасному інформаційному телепросторі досить багатогранна. Саме телеведучий є основною ланкою в комунікативному акті між інформацією та аудиторією. Він повинен досить глибоко розуміти інформацію, яку він висвітлює. Якнайдетальніше розуміючись в темі, він викликає популярність у публіки, так як виступає, деякою мірою, експертом у певній галузі.

Професійні навички, майстерність, особистісні характеристики дозволяють йому встановити контакт з широкими масами населення. І чим більше розвинені ці особливості, тим вища довіра телеаудиторії та особа телеведучого користуватиметься більшою популярність, що і є основним завданням та метою будь-якого сучасного телеканалу. Вдосконаленню особистих якостей будь-якого ведучого немає ні часових, ні просторових меж. Він повинен підлаштовуватись у швидкий потік змін людства і бути сучасною особистістю.

Завдання телеведучого полягає не тільки в умінні чітко і влучно говорити, висвітлювати певну інформацію та досягати довіри аудиторії. Робота телеведучого передбачає постійне удосконалення і професійних навиків, художньої майстерності, і особистих якостей. Телеведучий повинен постійно підлаштовуватись під реалії часу та видової характеристики програми над якою він працює.

Галузь іміджелогії у науковій площині відносно нова, але за свій невеликий період існування вже має досить вагомі здобутки та наукові праці. Розробка іміджу певної організації чи особистості у сучасному світі стала популярною. Телеведучі, політики, зірки шоу-бізнесу – всі сьогодні звертаються до іміджмейкерів. Адже створення ідеального позитивного образу дозволяє особистості впливати на широкі маси населення, маніпулювати їх свідомістю. Постійне професійне вдосконалення, стильна, акуратна зовнішність та чітко поставлена вимова – є основними характеристиками авторитетної особистості.

Формування іміджу будь-якої організації чи особи повинно передбачати позитивне створення образу, адже це дає комунікатору чималі результати. Завдання позитивного образу повинні бути чітко окреслені та співпадати з метою створення іміджу.

Здоровий вигляд, акуратно вкладена зачіска, естетичний одяг – перше на що звертає увагу телеаудиторія, яка вмикає телепередачу. Ці зовнішні характеристики – невід'ємна складова успішного сприйняття будь-якого телевізійного образу. Зовнішні характеристики особи є досить важливою складовою при формуванні цілісного образу. Одяг, стиль та зовнішність відіграють велике значення для телеаудиторії. Потрібно найретельніше підбирати стиль відповідно до телепередачі, гармонійно поєднувати одяг ведучого із дизайном студії, адже це найперше, що привертає увагу телеглядача. Спочатку закарбовується в пам'яті естетична картина, підсвідомість людини не повинна викликати негативних емоцій, адже вона не захоче далі дивитися на нераціональний образ. Велика кількість вражень складається на основі того, що ми бачимо, а вже далі те, що ми чуємо. Будь-яка частина зовнішнього вигляду телеведучого може стати як позитивною для його репутації, так і негативно вплинути на його професійну кар'єру.

Внутрішні якості індивіда, які він набуває протягом свого життя і є основою у становленні професійної компетентності телеведучого. Для успішного іміджевого образу телеведучий повинен постійно знаходитись у

процесі саморозвитку та самовдосконалення. Це зможе підвищити інтерес телевізійної аудиторії до особи ведучого. Високі комунікативні здібності дадуть змогу досягти поваги з боку суспільства. На формування іміджу телеведучого впливає велика кількість характеристик, які науковці поділяють на внутрішні та зовнішні.

Для будь-якої людини, яка користується авторитетом у певній групі осіб або займаючись якоюсь діяльністю чи просто, яка хоче досягти успіху, поняття іміджу стає невід'ємною частиною її особистості. Дослідники з маркетингу, піар-менеджменту, політології, соціології чи психології частіше почали звертатися до цього поняття. Існують різні трактування поняття «іміджу».

Світова телевізійна журналістика, зокрема американська та європейська, має багато стильних, яскравих та харизматичних телеведучих, які можуть бути прикладами для наслідування. Опра Уінфрі та Ларі Кінг – це гарний та доречний взірець багатовікової успішної професійної роботи та вдосконалення. Адже брати та будувати інтерв'ю у всесвітньо відомих зірок шоу-бізнесу, політиків, науковців та акторів – це достатньо важка праця, яка потребує титанічної роботи. Джеремі Кларксон, попри свою скандальну славу, близько сорока років вів автомобільну телепередачу, яка користувалася успіхом у всьому світі. Річард Гаммонд – різносторонньо науково обізнаний, адже телепередача про наукові факти і відкриття потребує широкої освіти та пізнання. Тобто, світова телевізійна журналістика з кожним роком вдосконалюється і з'являються нові обличчя, які вносять свою частину у її розвиток.

Українська телевізійна журналістика знаходиться в періоді вдосконалення та пошуку нових харизматичних та професійних кадрів. Можна сміливо стверджувати, що на українському телебаченні присутні особистості-професіонали, імідж який відшліфований до дрібниць. Катерина Осадча – яскравий взірець телеведучої, яка майстерно вміє побудувати інтерв'ю, вивести співрозмовника на відвертість та має свій оригінальний

стиль. У Сергія Притули закарбувався імідж іронічно-гумористичного ведучого, але він теж прагне до саморозвитку, то у його творчості з’являються також серйозні аналітичні та пізнавальні програми. Алла Мазур – це приклад ведучої новинних телепрограми, якій вдалось втримати публіку та стати популярною на ниві журналістики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аристотель. Сочинения: В 4-х т. Москва : Мысль, 1983. 830 с.
2. Артамонова І.С. Професіоналізм журналіста: трансформація поняття. Київ : КНУ, 2008. С. 18–22.
3. Багиров Э. Г. Очерки теории телевидения. Москва : Искусство 1978. 152 с.
4. Барна Н.В. Іміджелогія: навч. посібн. для дистанційного навчання. Київ : Університет «Україна», 2007. 217 с.
5. Бебик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент : психологія, технології і техніка паблік рілейшнз. Київ : МАУП, 2005. 440 с.
6. Беляев И. Спектакль без актера: записки режиссера документальных фильмов. Москва : Высшая школа, 1982. 164 с.
7. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. Москва : РИП-холдинг, 2003. 287с.
8. Беспалова А. Г. История мировой журналистики. Москва : МарТ, 2003. 341 с.
9. Бібліотека політолога. Символічний інтеракціонізм : веб-сайт. URL: http://ukrpolitolog.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=4239:2011-05-21-12-14-12&catid=70&Itemid=77 (дата звернення 11.03.2018).
10. Богуш А. М. Витоки мовленнєвого розвитку дітей дошкільного віку: програма та методичні рекомендації. Київ : ІЗМН, 1997. 112 с.
11. Бойко В. В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и на других. Москва : Филинъ, 1996. 472 с.
12. Браун Л. Имидж – путь к успеху. СПб : Питер Пресс, 1996. 288 с.
13. Брус Льюис. Диктор телевидения. Москва : Искусство, 1973. 200 с.
14. Бурдье П. Социология социального пространства / пер. с фр. Н. А. Шматко. Санкт-Петербург : Алетейя, 2007. С. 42
15. Вебер Макс. Харизматическое господство. *СоцИс*. 1988. №5. С. 68–78.

16. Вильчек В. М. Под знаком ТВ. Москва : Искусство, 1987. 239 с.
17. Вольфовська, Т. Комунікативна компетентність молоді як одна з передумов досягнення життєвої мети. Шлях освіти. 2001. № 3. С. 13–16.
18. Гол Дж. Онлайнова журналістика / пер. з англ. Дж. Гол. Київ : К.І.С., 2005. С. 62
19. Городяненко В. Г. Социологический практикум. Учебно-методическое пособие. Киев : Аспект, 1999. 216 с.
20. Горчакова В. Прикладная имиджелогия : учеб. пособ. Москва : Академ. проект, 2007. 400 с.
21. Гоян В. В. Журналістська телерадіоосвіта: сучасні тенденції. *Наукові записки Інституту журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка.* 2003. Т.12. С.18 –29.
22. Гоян В.В. Типові та жанрові особливості інформаційної телепрограми : Посібник для студ. ін-ту журналістики. Київ : 2001. 53 с.
23. Гуревич П. С. Приключения имиджа: типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия. Москва : Искусство, 1991. 221 с.
24. Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение. Санкт-Петербург 2000. С. 16–17
25. Етика ділових відносин : навч. посібн. Вінниця : ВНТУ, 2011. 309 с.
26. Жук О. Соціокомунікативні моделі «Я+Я» і «Я+ВІН» на регіональному телебаченні (творча особистість тележурналіста). Теле- та радіожурналістика : зб. наук. пр. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2011. Вип. 10. С. 231–238.
27. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. Москва : 2010. 200 с.
28. Журналістика: словник-довідник / авт.-уклад. І. Михайлин. Київ : Академвидав, 2013. 320 с.

29. Здоровега В. Європейський вибір: що брати з минулого, а чого вчитися українським ЗМІ. *Про журналістику і журналістів: статті, есе, виступи.* 2004. № 3 (27). 141 с.
30. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.
31. Имиджелогия. Как нравиться людям : веб-сайт. URL: http://www.klex.ru/34a(дата звернення 20.05.2018).
32. Имиджелогия : учебное пособие для бакалавров / под ред. Н. В. Ушакова, А.Ф. Стрижова. Москва : «Дашков и К», 2010. 264 с.
33. Каган М. С. Философская теория ценности. СанктПетербург : ТОО ТК «Петрополис», 1997. 205 с.
34. Калюжный А.А. Психология формирования имиджа учителя. Москва : ВЛАДОС, 2004. 222 с.
35. Катя Осадча: 10 фактів про ведучу, які вас здивують : веб-сайт. URL: https://1plus1.ua/model-xl/novyny/kata-osadca-10-faktiv-pro-veducu-aki-vas-zdivuut (дата звернення 23.10.2018).
36. Кикахина Ю. Личность информационных телевизионных выпусков : автореф. дис. на получение канд. филол. наук : 10.01.10. Владивосток, 2001. С. 1.
37. Килошенко М.И. Психология моды: Учеб. Пособие для вузов. Москва : Издательство Оникс, 2006. 320 с.
38. Клюев Е.В. Речевая коммуникация: Учебное пособие для университетов и институтов. Москва : РИПОЛ КЛАССИК, 2002. 320с.
39. Князєв А. Основи тележурналістики і телерепортажу. Бішкек: Вид-во КРСУ, 2001. 165 с.
40. Копылова Р. Кинематограф плюс телевидение. Москва : Миг, 1977. С. 102.
41. Корнєв М. Н. Психологія масової поведінки. Київ : Азбука, 2000. 218 с.
42. Краткий политический словарь / В. П. Абаренков, Т. Е. Абова, А. Г. Аверкин. Изд 6-е., доп. Москва : Политиздат, 1989. С. 187.

43. Кричевский Р.Л. Психология лидерства: Учебное пособие. Москва : Статут, 2007. 544 с.
44. Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ. Учебное пособие : веб-сайт. URL: http://evartist.narod.ru/text7/20.htm(дата звернення 11.04.2018).
45. Кузнєцов Г. В. Телевізійна журналістика: критерії професіоналізму. Москва : З РИП–холдинг, 2002. С. 19-21.
46. Лебедева Т.Ю. Путь к власти. Франция: выборы президента. Москва, 1995. 360 с.
47. Лизанчук В. Феномен невмирущості нації. *Наукові записки АН ВШ України*. 2004. Вип. 6. С. 74-81.
48. Льюис Р. Столкновение культур. Путеводитель для всех, кто делает бизнес за границей. Москва : «Манн, Иванов и Фербер», 2013. С. 60-62.
49. Маклей М. Классические медиатеории : веб-сайт. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/material/24969 (дата звернення 23.09.2018).
50. Маргалик В. Імідж ведучого телевізійної програми, його відповідність жанрові й тематиці. Наукові записки Інституту журналістики. Т. 11. 2003. С. 70–84.
51. Матвеева Л., Аникеева Т., Мочалова Ю. Психология телевизионной коммуникации. Москва : Аспекст-Пресс, 2000. 225 с.
52. Матвеева Л.В. Психология телевизионной коммуникации. Москва : «Психология», 2000. 327 с.
53. Муратов С. А. Телевизионное общение в кадре и за кадром: учеб. пособие для студентов вузов. Москва : Аспект Пресс, 2003. 243 с.
54. Никулина Г. Ю. Лица знакомые и незнакомые: заметки о телевизионном портрете. Москва : 1980. С.138.
55. Нуждина О. А. Имидж телеведущего. Москва : 2002. С. 429.
56. Олешко В. Необъяснимо, но влекущее. Журналистика как творчество. Екатеринбург : РИП-холдинг, 2003. 348 с.

57. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія управління: посібник. Київ : Академвидав, 2003. 568 с.,
58. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Вид-во Європейського ун-ту, 2005. 324 с.
59. Панасюк А.Ю. Я – Ваш имиджмейкер и готов помочь сформировать Ваш профессиональный имидж. Москва : Дело, 2003. 240 с.
60. Панасюк А. Ю. Наука «имиджелогия»: теоретическое обоснование права на существование. Москва : РИЦ «Альфа», 2003. С. 24–27.
61. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. Изд 2-е доп. Москва : Омега-Л, 2008 . 266 с.
62. Перелыгина Е. Б. Психология имиджа : учеб. пособ. Москва : Аспект Пресс, 2002. 223 с.
63. Порівняльний аналіз іміджу телеведучих Михайла Осокіна і Анатолія Лазарева : веб-сайт. URL: http://bukvar.su/zhurnalistika (дата звернення 15.04.2018).
64. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. Москва : Рефл-бук, 2000. 280 с.
65. Прохоров Е. Искусство публицистики. Москва: Высшая школа, 1984. 286 с.
66. Психология менеджмента / П. К. Власов, А. В. Липницкий, И. М. Лущихина; за ред Г. С. Никифорова. Харків, 2007. 510 с.
67. Саппак В.С. Телевидение и мы. Москва : Знание, 1988. 130 с.
68. Саруханов В. Азбука телевидения. Теледраматургия. Телевизионная режисура. Москва : Высшая школа, 1994. С. 68.
69. Семенов А. К., Маслова Е.Л. Психология и этика менеджмента и бизнеса. Москва : Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1999. 200 с.
70. Сербенська О. А. Культура усного мовлення. Київ : Пресс, 1994. С. 15.
71. Смирнова Н. Е. Имидж учителя. *Лучшие страницы педагогической прессы*. 2001. № 5-6. С. 76.

72. Сорокина Г. Г. Имидж и социальный успех. *Школа и производство*. 2003. №5. С.4-6.
73. Спичева Д.И. Феномен имиджа в современных научных исследованиях : веб-сайт. URL: http: // pr.tsu.ru/articles/139/.
74. Формановская, Н.И. Размышления о единицах общения. *Русский язык за рубежом.* 2000. №1. С. 56-63.
75. Цицерон. Про обов'язки. Москва : Аспект-Пресс, 1975. 245 с.
76. Черкашин Р. Художнє слово на сцені. Київ : Видав, 1989. 327 с.
77. Шаповал Ю.Г. Телевізійна журналістика : навч. посіб. Рівне : Аспект, 2008. 112 с.
78. Шаповал Ю. Г. Телевізійна публіцистика: методологія, методи, майстерність. Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. 213 с.
79. Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям : веб-сайт. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Econom/shep/index.php(дата звернення 11.09.2018).
80. Шоріна А. Ю. Авторське телебачення: жанрові форми і різновиди : автореф. дис. на здобуття канд. наук із соц. комунік. : 27.00.04. Київ, 2008. С.20.
81. Юр'єва О. Ю. Особливості невербальної передачі інформації у процесі : веб-сайт. URL : http://naub.org.ua/?p=270 (дата звернення 17.04.2018).
82. Юровский А.К. Телевидение поиски и решения. Москва : Искусство, 1983. 174 с.
83. Юсипович А. Типи програм на телебаченні України : веб-сайт. URL: Режим доступу: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2122(дата звернення 23.04.2018).
84. Якісна журналістика Великої Британії у цифрову добу: підготовка аналітичного огляду : веб-сайт. URL: Режим доступу:

https://www.nrada.gov.ua/yakisna-zhurnalistyka-velykoyi-brytaniyi-u-tsyfrovu-dobu-pidgotovka-analitychnogo-oglyadu/ (дата звернення 5.04.2018).

85. Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія і практика : навч. посіб. Вид 2-ге., перероб і допов. Київ, 2009. С. 104.
86. Barry, Ellen (2010-12-01). Putin Criticizes U.S. on Larry King Live Over WikiLeaks The New York Times: веб-сайт. URL: https://www.nytimes.com/2010/12/02/world/europe/02putin.html (дата звернення 12.09.2018).

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ФАКТОЛОГІЧНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Випуск ТСН. Тиждень за 3 вересня 2017 року : веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=FmAHNv4IGEg (дата звернення 22.10.2018).
2. Випуск ТСН.Тиждень за 25 вересня 2016 року : веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=YXlp0MUCMo8 (дата звернення 21.10.2018).
3. Джордж Майкл в шоу Опры Уинфри : веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=jsfPNS-l1Qc (дата звернення 12.09.2018).
4. Ленс Армстронг в интервью Опре Уинфри : веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=v_evTGNAVYc&feature=youtu.be (дата звернення 13.09.2018).
5. Новые лидеры. Выпуск 1 от 04.10.18. Старт отборов: веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=WvBrmlHUJ5o&feature=youtu.be(дата звернення 7.10.2018).
6. Светская жизнь: фотосессия ню Бабкиных, презентация книги Александра Шовковского и массовая свадьба : веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=TKKK-YRYjgw&feature=youtu.be(дата звернення 19.09.2018).
7. Светская жизнь: шоу Оли Поляковой и звездный Хэллоуин : веб-сайт. URL:https://www.youtube.com/watch?v=Ieo9Ua5n8Iw&feature=youtu.be(дата звернення 24.10.2018).
8. Страсти по Ревизору. Выпуск 3, сезон 6. Полтава. 15.10.2018: веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=xHB8Nb9qXEA (дата звернення 11.10.2018).

9. Хто зверху? Выпуск 10. Сезон 3: веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=nmtbRodXc6k (дата звернення 4.10.2018).
10. Хто зверху? Выпуск 11. Сезон 3: веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=DdyfkYKoDPw (дата звернення 5.10.2018).
11. Хто зверху? Выпуск 15. Сезон 7: веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=18buLjlvfbc (дата звернення 29.10.2018).
12. Beyonce Shows Oprah How to Dance «Bootylicious Style» : веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=9S2UiH53lMg(дата звернення 12.09.2018).
13. Brainiac Full Episode HD Series 1 Episode 5 | Brainiac : веб-сайт. URL: https://youtu.be/kxg_A7UnlF0 (дата звернення 29.09.2018).
14. Brainiac Full Episode HD Series 2 Episode 3 | Brainiac : веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=TCshhb1pVK4&feature=youtu.be (дата звернення 29.09.2018).
15. CBS Oprah Winfrey Special Michelle Obama Says Farewell To The White House Full Interview : веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=X61zMFQ2Mz0(дата звернення 10.09.2018).
16. Larry King Now: Кевин Костнер и Гэри Олдман : веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=bDfigk8bHFM&feature=youtu.be (дата звернення 26.09.2018).
17. Larry King Now: Мария Шарапова : веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=TB36EsF8WkE&feature=youtu.be (дата звернення 22.09.2018).
18. Larry King Now: Невероятный Стэн Ли : веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Zc9uqGc0t78 (дата звернення 15.09.2018).

19. Larry King Now: Нил Деграсс Тайсон: веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=vw2oaqNJcgw&feature=youtu.be(дата звернення 1.10.2018).
20. Larry King Now. Рассел Кроу : веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=DHn2GUcwpw4&feature=youtu.be (дата звернення 23.09.2018).
21. Larry King Now: Селин Дион : веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Dc3y5G_hyOo(дата звернення 19.09.2018).
22. The Oprah Winfrey show, Friends : веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=meormBJAmgo&feature=youtu.be (дата звернення 16.09.2018).
23. TopGear: Дешевые гоночные автомобили. Часть 3 : веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=7rRbaZ4RZQA&feature=youtu.be(дата звернення 5.10.2018).
24. TopGear: По дорогам США. Часть 1 : веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=A_qRKjo9rrk&feature=youtu.be(дата звернення 3.10.2018).
25. TopGear: Путешествие на Ближний Восток. Часть 3 : веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=sqtNBXue1jk&feature=youtu.be(дата звернення 1.10.2018).
26. What is Surface Tension? | Richard Hammond's Invisible Worlds | Earth Lab : веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=5NCOnr3VSAY&feature=youtu.be (дата звернення 30.09.2018).
27. How Does Plankton Move? | Richard Hammond's Invisible Worlds | Earth Lab : веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=a3sMEVY0uZs&feature=youtu.be(дата звернення 30.09.2018).