Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет імені Івана Франка
Факультет журналістики

Кафедра радіомовлення
і телебачення

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО СТВОРЕННЯ І ВИПУСКУ НАВЧАЛЬНИХ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ СТУДЕНТСЬКОГО ІНТЕРНЕТ-ТЕЛЕБАЧЕННЯ «Franko-TV»

для студентів факультету журналістики

Львів – 2020

Рекомендвано до друку
кафедрою радіомовлення
і телебачення
Протокол № 1 від 31.08. 2020

Склали **Оксана Михайлівна Білоус**
Леся Романівна Борис
Андрій Любомирович Калинів
Василь Васильович Лизанчук
Андрій Степанович Гірняк
Парасковія Ярославівна Дворянин
Мар'ян Тарасович Павлик
Тарас Володимирович Подедворний
Ярослав Ігорович Табінський

Відповідальний за випуск **В.В. Лизанчук**

Редактор **Н.Є. Лебеденко**
Комп'ютерне верстання **П.Ю. Дак**

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО СТВОРЕННЯ І ВИПУСКУ НАВЧАЛЬНИХ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ СТУДЕНТСЬКОГО ІНТЕРНЕТ-ТЕЛЕБАЧЕННЯ «Franko-TV»

для студентів факультету журналістики

Підписано до друку 28.09.2020. Формат 60x84/16.
Тираж 100 прим. Замовл.2.

Малий видавничий центр факультету журналістики Львівського національного університету
імені Івана Франка
79044 Львів, вул. Генерала Чупринки, 49.

І. Основні засади журналістського професіоналізму

Відколи існує журналістика, відтоді триває дискусія про журналістський професіоналізм, журналістську майстерність. Слово *професіонал* [від латинського professio (professionis) – спеціальність] – особа, що зробила якесь заняття предметом своєї постійної діяльності або одержує оплату за виконання певної функції[1]. „Професія" (від лат. professo – офіційно зазначене заняття, спеціальність) – рід трудової діяльності, що вимагає певних знань і трудових навичок і є джерелом існування[2].

Журналістика – специфічний вид суспільної діяльності, має духовно-прикладний характер, тому журналістський професіоналізм складається з багатьох важливих компонентів – „від морально-громадянських (мужність, сміливість), психологічних (оперативність, відчуття актуальності), освіченість (знання, компетенція) до суто літературних (уміння цікаво, стисло, образно викладати думку)[3], на радіо важливе значення має також голос журналіста, а на телебаченні – голос та зовнішній вигляд. Професор В. Й. Здоровега підкреслював, що високий професіоналізм журналіста охоплює ще й глибинніші людські якості, особливу внутрішню енергетику, яка дає змогу йому впливати на інших людей, підпорядковувати їх своїй духовно-моральній владі.

Морально-національні засади журналістської праці нерозривно пов'язані з принципами, функціями і нормами службової чи професійної етики журналіста, його світоглядною позицією, національно-духовним переконанням, державницьким мисленням, фаховою обдарованістю, інтелектом, здатністю завжди бути готовим до праці.

---

[1] Словник іншомовних слів. – К., 1974. – С.556.

[2] Там само. – С.556.

[3] Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник / В. Й. Здоровега. – 3-тє вид. – Львів: ПАІС, 2008. – С.35.

Таке розуміння національних, моральних, професійних засад журналістської праці є частиною європейського і світового контекстів, але закорінене в національно-громадянській позиції видатних українців. Щоб слово сталося ділом, підкреслював Іван Франко, треба духу свободи і любові до правди та до народу в публічній дискусії. Соціально небезпечним у журналістиці й публіцистиці Іван Франко вважав тип гіпокрита – лукавої, брехливої людини. Головний редактор газети „День" Лариса Івшина зазначає, що зовсім не відчуває ейфорії щодо механічної зміни поколінь при всій великій любові та повазі до всього нового, цікавого і молодого. „Треба докласти дуже багато сил, любові й терпіння для того, щоб це молоде піднялося і було кращим не тільки тому, що воно – нове, а тому що воно – якісно інше. Тому воно може зробити більше прогресивного, ніж зробили попередники"[4].

Отже, підвищення ролі такого важливого соціального інституту в житті українського суспільства, як засоби масової інформації, передусім, залежить від професійних, моральних, національно-духовних якостей журналістів, формування яких передбачає глибоке теоретичне і практичне опанування фахом. Вирішення цієї проблеми органічно пов'язане з підвищенням мовного, світоглядно-інтелектуального, морально-духовного, національно-громадянського рівня вишколу журналістів.

Опановуючи методику створення матеріалів для студентського інтернет-телебачення „Franko-TV", студент повинен добре оволодіти способами відображення дійсності, до яких належать повідомлення фактів (новин), інтерпретація фактів і подій, художньо-публіцистичне розкриття фактів, подій і явищ, а також глибоко усвідомити, що засоби масової інформації не повинні пропагувати насилля, ворожнечу і ненависть, національний, соціальний і релігійний розбрат, гріховні людські інстинкти, хоча б заради комерційних інтересів.

[4] Івшина Л. Європа як система цінностей // День. – 2005. – 20 трав.

Працівники ЗМІ, яким властивий потужний вплив на аудиторію, морально відповідальні за виховання людей, особливо молоді та дітей. Журналістська майстерність повинна органічно поєднувати свободу слова і відповідальність за результати творчої праці, в основі якої україноцентризм, висока духовність і мораль, патріотизм, громадянська мужність, національні та загальнолюдські ідеали.

Щоб праця журналіста, нинішнього студента, не була даремною, щоб він побачив, почув, відчув, збагнув, зрозумів і зумів цікаво, захоплююче розповісти своїй аудиторії про те, що нового відбулося, відбувається чи відбудеться, то він, крім загальних, інтелектуальних, морально-психологічних знань, повинен також добре усвідомлювати, що будь-яке інформаційне повідомлення має відзначатися новизною, свіжістю. Чим своєчасніше інформування про новину, тим вища її цінність. Чим більше часу проходить з моменту події, тим менший інтерес до неї. Повідомлення, які не збагачують наше уявлення про світ, не відповідають на актуальні питання, інтересу не викликають. Про новину треба інформувати в момент її зародження чи розвитку. На запитання „Коли?" телерадіоповідомлення повинно відповідати конкретно „Щойно", „Годину тому", „Сьогодні", „Вчора". Такі повідомлення, як зазначають психологи, викликають у людей почуття задоволення від усвідомлення поінформованості – стану, що його більшість розглядає як безперечну престижну цінність. Якщо ж інформація про подію застаріла, то її не можна називати новиною. Тим більше тоді, коли про неї уже написано в газетах, передано по радіо, а потім повідомляє телебачення, до того ж такими самими словами і в такому ж обсязі.

Студент повинен пам'ятати, що кожне висловлювання, ім'я, дата, назва, вік, адреса, цитата, наведені в повідомленні, повинні бути точними, доказовими. Їх не можна ні спотворювати, ні прикрашати, оскільки мовиться про реальних, не вигаданих людей, про фактичні події. Точність стосується не лише деталей, подробиць, прізвищ, титулів, посад, місця події, а

й загальної структури побудови матеріалу: як розташовані факти, з якими акцентами їх подано. Адже легко спотворити важливість певного факту, приділивши йому надто багато уваги коли він є малозначущою деталлю.

Студенти під час створення власних матеріалів вчаться розуміти вимогу об'єктивності, збалансованості. Збалансованість повідомлення про новину базується на плюралізмі, який визначає множинність позицій, поглядів, терпеливість до суперництва різних партій, спілок, організацій, об'єднань у намаганні розкрити всю різноманітність політико-ідеологічних, соціально-економічних, національно-громадянських тактичних і стратегічних інтересів утвердження соборної Української України. Інформаційне повідомлення вважається збалансованим, якщо розповідає про подію з урахуванням усіх фактів, що стосуються її, і розташовує ці факти в логічному співвідношенні один до одного. Збалансоване висвітлення події не означає, що до повідомлення потрібно притягати найменші деталі, які не впливають на змістову об'єктивність.

Для того, щоб інформаційне повідомлення зацікавило слухача, глядача, читача, репортерові потрібно добре знати „спектр їхніх очікувань". Коли журналіст знає механізм сприйняття соціально значущого повідомлення, володіє необхідними і достовірними даними про інтереси аудиторії, то він з великого потоку фактів відбирає найвагоміші, суспільно значущі, які дають можливість у загальному процесі розвитку виявити типове, значне, суттєве і задовольнити людський інтерес. У теорії журналістики поняття *людський інтерес* означає зацікавленість кожної окремої людини життям інших людей. Пізнаючи інших, ми пізнаємо самих себе. „Тому найкращий шлях зробити новини цікавими – не обезлюднювати їх, – підкреслює В. Я. Мирончeнко. – Розповідати про різні випадки та ситуації, в яких опиняються люди. Досить часто короткі розповіді про ці випадки є цікавими, дещо емоційними і

до того ж мають гумористичне забарвлення”[5]. Отже, підготовлені матеріали для студентського інтернет-телебачення „Franko-TV” повинні задовольняти глядацький інтерес, сприяючи формуванню морально-психологічних, національно-духовних цінностей, здорових естетичних смаків, підвищенню інтелектуально-освітнього рівня. Адже телеглядачі, радіослухачі цікавляться не лише достовірністю інформації про ту чи іншу подію, але також її морально-духовною суттю, що є запорукою ефективного впливу ЗМІ на утвердження національно-громадянської свідомості.

Студенти повинні добре розуміти, що інформаційне повідомлення треба писати популярно, доступною мовою, якщо можливо, уникаючи незрозумілі терміни, іноземні слова, а у разі потреби використання – пояснювати їх. Природа інформаційного радіожанру диктує лаконічний стиль. Стислість вислову випливає з точності викладу матеріалу. Інформаційні матеріали не терплять багатослів’я, а тим паче марнослів’я. Бездоганність формулювань гарантує точність висловлювання, не допускає двозначності у сприйманні повідомлення.

Дуже важлива вимога – про традиційне писати нетрадиційно. Адже нерідко важливе за змістом теле- чи радіоповідомлення не доходить до розуму і серця людини і, як наслідок, не має задуманого ефекту. Причина – поверховий підхід до викладу матеріалу. В інформаційних повідомленнях словам має бути тісно, а думкам – просторо. Яскравість мовностилістичних засобів забезпечує динамічність викладу газетного, радіо- чи телевізійного повідомлення.

Важливо за частковим фактом побачити типове явище, його взаємозв’язки з іншими подіями, явищами. А для цього потрібні національно-політичні почуття, широта і глибина мислення. Вміння шукати інформацію, опрацьовувати її – важлива частина журналістського професіоналізму. Прийнято

[5] Мирончeнко В. Я. Основи інформаційного радіомовлення: Підручник. – К., 1996. – С.133.

вважати, що є три головні джерела інформації: предметно-очеревлене середовище, документ, людина. Вони зумовлюють методи збирання інформації: метод спостереження (включене і невключене, відкрите і приховане, систематичне і несистематичне (випадкове), польове і лабораторне); метод вивчення документів (історичний, літературний, психологічний, юридичний, лінгвістичний, логічний, текстологічний тощо); метод інтерв'ю (передбачає три етапи: загальний, конкретний, психологічний); соціологічний метод (контент-аналіз, експеримент тощо)[6].

Праця над повідомленням передбачає старанну перевірку фактичного матеріалу. Щоб правдиво, точно інформувати населення, журналіст повинен бути чесною, акуратною людиною. Необхідно чітко записувати прізвища, імена, по батькові людей, назви політичних партій, громадських організацій, машин, приладів, матеріалів, цифри, географічні назви і т. д.; не соромитись перепитати, детально з'ясувати, коли щось незрозуміло. Уточнюють факт в офіційних органах, у кількох осіб (перехресний метод перевірки фактів). Від точності, достовірності фактів, об'єктивної їх оцінки залежить не лише авторитет редакції „Franko-TV", сила пізнавально-виховного впливу журналістського матеріалу, а й моральний стан людини, колективу, про яких написала газета, повідомляло радіо чи телебачення.

Перед підготовкою матеріалів потрібно звертати увагу на дотримання важливої умови, за якою слід будувати телевізійне чи радіоповідомлення. Має бути відповідь на відомі сім запитань: „Хто?", „Що?", „Де?", „Коли?", „Як?", „Чому?", „Яке джерело?". Отже, „Що?" – це подія (наукове відкриття, пуск шахти, партійний з'їзд, повінь, пожежа тощо); „Хто?" – люди, які опинилися в центрі події; „Де?" – місце, де відбулася

[6] Детальніше див.: Лизанчук В. В., Кузнецова О. Д. Методи збирання і фіксації інформації в журналістиці / В. В. Лизанчук, О.Д. Кузнецова. – К. : НМК ВО, 1991. – С.22-61.

подія, на якій території відбувається або будуть відбуватися наслідки цієї події; „Коли?" – час і тривалість події, а також очікуваний ефект у часі; „Чому?" – пояснення причин події; „Як?" – відповідь на це запитання може бути подана в описі фактів, які стали причиною або настали за подією (науковим відкриттям, урядовою заявою, ухвалою нового закону). На запитання „Яке джерело?" відповідь часто дається одночасно із відповіддю на запитання „Хто?". Сім запитань створюють важливу опору для думок, „вказують на те, що є або могло бути важливим у події"[7].

Отже, студентські матеріали, як і всіх журналістів, завжди й за будь-яких умов повинні відображати важливі, реальні, а не вигадані відомості (факти, дані, знання); вони мають бути цікавими, тобто задовольняти індивідуальні інтереси глядачів, слухачів; авторові необхідно знати аудиторію, якій він адресує повідомлення. Тобто треба готувати матеріал для конкретної людини, яку репортер добре знає і яка за рівнем освіти подібна до типового глядача, слухача його засобу масової інформації. Такою людиною може бути: товариш, мама, сестра або навіть редактор. Зважаючи на те, що журналіст не може знати особисто всіх глядачів, слухачів, то, звичайно, готує повідомлення для абстрактних реципієнтів. Якщо ж уявити собі конкретну людину, чиї інтереси і рівень освіти відомі, то можна досить об'єктивно оцінити, чи зрозуміє вона підготовлений журналістський матеріал. Варто дотримуватися правила: „Не переоцінюйте ерудицію вашого глядача чи слухача, не недооцінюйте його інтелект!". Завжди потрібно чітко уявляти собі, що хочу повідомити людям. Отже, для того, щоб ясно писати, говорити, треба ясно мислити. Щоби оцінити, наскільки вдало підготовлений матеріал, студент сам собі відповідає, приміром, на такі запитання:

---

[7] Штромайєр Герд. Політика і мас-медіа / Пер. з нім. А. Орган / Герд Штромайєр. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – С. 265.

– Яка головна думка цього повідомлення?
– Що я повинен сказати радіослухачеві, телеглядачеві, щоб аргументувати, пояснити свою думку?
– Чи є в цьому повідомленні щось зайве, яке не причетне до головної думки?
– Чи є логіка у послідовності речень, чи допомагає така послідовність пояснити або аргументувати основну ідею?

ІІ. Організація роботи студентської теле- чи радіоредакції

Група студентів (5-6 осіб) готує навчальну телевізійну програму чи радіопрограму у навчальній телерадіостудії кафедри радіомовлення і телебачення. Методичну допомогу надає викладач кафедри. Студенти самостійно планують випуски, готують і редагують матеріали, розшифровують тексти. Працівники навчальної телерадіостудії забезпечують регулярне функціонування телерадіоапаратури, допомагають студентам записувати промовців, монтувати і озвучувати передачі.

Випуск навчальної телевізійної чи радіопрограми охоплюють два види творчої журналістської роботи: а) організація, збір, запис у навчальній студії власних або авторських матеріалів; б) виконання обов'язків працівників теле- чи радіоредакції.

ІІІ. Обов'язки працівників телевізійної чи радіоредакції

Керівник групи, викладач:

– допомагає студентам розробити тематику випуску, визначити жанри;
– закріпляє за студентами теми матеріалів;
– консультує студентів в організації і написанні матеріалів;

– забезпечує проведення занять-летучок редакції;
– схвалює до запису підготовлені студентські матеріали, підібрані музичні заставки, пісні та шуми;
– прослуховує готову до виходу в ефір програму;
– організовує обговорення (летучку) програми, яка прозвучала, і виставляє оцінки студентам.

Технічний працівник навчальної телерадіостудії:

– забезпечує постійне функціонування всієї студійної телерадіоапаратури, високу якість запису, перезапису матеріалів, монтажу, озвучування передачі і виходу її в ефір;
– створює нормальні умови (затишок) для творчої роботи студентів;
– активно допомагає студентам записувати тих, хто виступає, розшифрувати запис, монтувати і озвучувати передачі.

Старший редактор:

– організовує і контролює виконання працівниками редакції тематичного плану підготовки програми, а також готує власні матеріали;
– візує підготовлені кореспондентами і вичитані редактором матеріали;
– прослуховує підібрану музику, пісні, заставки, шуми для озвучування передачі;
– регулярно інформує викладача про виконання студентами редакційних завдань і про процес підготовки матеріалів в ефір;
– забезпечує передрук усіх матеріалів випуску, їх належне оформлення;
– прослуховує перед виходом в ефір підготовлену передачу.

Редактор:

– разом зі старшим редактором планує тематику випуску програми, добирає музику, пісні, заставки, шуми для озвучення передачі;

– бере участь у записах, монтажі матеріалів, перезаписах, озвучуванні передачі.

Кореспондент:

– допомагає старшому редактору і редактору складати тематичний і жанровий плани програми;
– вчасно готує власні й авторські матеріали;
– бере участь у записах промовців;
– розшифровує свої й організовані авторські виступи;
– разом з працівником навчальної студії монтує, перезаписує матеріали, добирає музику, пісні, заставки, шуми для озвучення передачі;
– разом зі старшим редактором і редактором прослуховує перед виходом в ефір записану програму.

Ведучий (диктор):

– старанно готується до запису передачі: заздалегідь читає текст, уточнює незрозумілі місця, розставляє наголоси і т. д.;
– чітко, виразно начитує текст;
– допомагає кореспондентові готувати матеріали, добирати музику, пісні, заставки, шуми.

IV. Особливості верстання телевізійної чи радіопередачі

Підготовка, вихід в ефір навчальної програми відкриває перед студентами особливості творчої роботи редакційного колективу, відповідальності за слово в ефірі. Студенти також дізнаються, що підготовка інформаційного випуску – це складний і творчий процес, в основі якого лежить відбір і верстка, тобто упорядкування, поєднання окремих найактуальніших журналістських творів у відведеному часовому відрізку для інформаційної передачі та їх оцінка. Щоби глядач/слухач довідався не лише про перебіг подій, але й почув оцінки з приводу подій, випусковий редактор повинен бути журналістом високої професійної кваліфікації, досвіду і національної свідомості.

Верстаючи інформаційний випуск чи програму, завжди потрібно думати про тематично-змістовну наповненість, композиційну побудову і жанрову різноманітність матеріалів. Доцільно підбирати інформацію за розділами: актуальні політичні, виробничі, наукові, культурні, спортивні новини тощо. Порядок розташування їх залежить від важливості на той чи інший момент. Щоб вибудувати матеріали в єдину інформаційну передачу, потрібно дотримуватися певних умов верстки.

Насамперед потрібно враховувати політичну важливість події, про яку розповідається в інформації. Якщо можна сказати, що перша фраза інформаційного повідомлення значно визначає успіх його сприймання, то перша інформація у випуску також значно впливає на „долю" його сприймання. Повідомлення, що відкриває випуск, повинно бути найважливішим, політично значущим для глядачів/слухачів. Другою ставлять також важливу інформацію, але яка за своїм значенням і актуальністю поступається першій. Третя інформація за важливістю поступається першим двом. Але це не означає, що вона повинна бути менш цікавою. Матеріали в інформаційному випуску потрібно верстати за політичною важливістю, враховуючи потребу „полегшення" інформації з наближенням випуску до кінця. Закінчується передача інформацією про погоду, хоча повідомлення про погоду часто подають і на початок інформаційного випуску.

Верстка програми від найскладнішого до найпростішого зумовлена психологічними особливостями сприймання інформації на слух. Завантажуючись фактами, іменами, цифрами, оцінками ситуацій, увага глядачів/слухачів розсіюється, слабне й здатність до сприймання та переробки нових повідомлень. Залежно від цього поступово знижується змістовно-тематична складність випуску, що не вимагає від глядачів/слухачів напруженої, зосередженої уваги.

Другою важливою умовою побудови інформаційного випуску є дотримання тематичної єдності. Якщо, наприклад, у

першому повідомленні йдеться про важливий для університету, району, міста, області науковий чи народногосподарський успіх на Львівщині, то за ним треба подавати супутню інформацію з інших регіонів (позитивну чи негативну). Актуальна інформація з політичного життя повинна супроводжуватися іншим матеріалом, що стосується цієї події, або відгуками на неї чи коментарем. Умова тематичної єдності передбачає добір новин у блоки (добірки), подання їх під спільними рубриками.

Третя умова побудови випуску стосується „географії" інформаційних повідомлень. Вона передбачає подання новин із різних факультетів, районів тощо. Якщо за тематикою важливі новини з різних географічних пунктів збігаються, то можливе їх об'єднання у спеціальний блок в рамках програми, але це трапляється рідко. Інколи два або декілька повідомлень з одного регіону, від однієї політичної партії чи області об'єднуються у випуску за методом контрастного зіставлення. Можливі також інші варіанти і способи верстання випуску новин, але за будь-яких умов цей процес підпорядкований основному завданню – відтворити живу картину дня у динамічному розвитку з відповідним підсумковим інформаційним випуском.

Четверта умова верстання інформаційного випуску передбачає оптимальне розташування коротких і довгих матеріалів, текстових і записаних на плівку репортажів, звітів, інтерв'ю, коментарів. Щоб не було одноманітності, потрібно вдало чергувати жанри, дбати про використання у кожному випуску різноманітних телевізійних чи радійних форм. Такий підхід до верстання матеріалів сприятиме зміні темпоритму передачі. Прискорення темпу читання має чергуватися з його уповільненням, змістовна напруженість – з її полегшенням, посилення голосу – з його послабленням. Завдання ґрунтується на тому, щоб, не перериваючи розповідь, плавно переходити від одного повідомлення до іншого і при переході щоразу зацікавлювати наступним повідомленням.

Визначальними сходинками до опанування секретами журналістської майстерності є вміння бачити і розуміти

побачене, яке охоплює широту поглядів на явища, органічний зв'язок між ними. Професор В. Й. Здоровега підкреслював, що журналіст-професіонал – „це людина, яка своїм поглядом охоплює широкі перспективи. Глибина бачення передбачає сприйняття явищ у їх глибокому зв'язку. Йдеться про живий зв'язок речей як у просторі, так і в часі. Журналіст, як і політолог, як соціолог, має вміти бачити в минулому корінь сучасного, проектувати це сучасне на майбутнє, володіти мистецтвом передбачання, може одним з найскладніших і водночас найпотрібніших і в науці, і в журналістиці".[8] У цьому контексті здійснюється навчальний процес щодо набуття студентами практичних навичок створення журналістських матеріалів, осмислення мотивів журналістської діяльності, які обумовлені ціллю і цінністю.

Німецький вчений Герд Штромайєр вважає, що цільовими журналістськими мотивами є прагнення журналістів зробити кар'єру та їх індивідуальні – професійні та економічні – цілі. До ціннісних журналістських мотивів належать професійна етика та усвідомлення своїх суспільних завдань, а також ідеологічні й партійно-політичні вподобання журналістів.[9] Який мотив буде визначальним у майбутній журналістській діяльності нинішніх студентів, буде відомо дещо пізніше, коли вони будуть працювати у ЗМІ. Нині ж, наголошуючи на патріотичному покликанні чесно і професійно служити українському суспільству, потрібно опановувати потрібні знання з усіх життєвих сфер, формувати морально-етичні засади функціонування журналістики.

---

[8] Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник / В. Й. Здоровега. – 3-тє вид. – Львів: ПАІС, 2008. – С.31-32.

[9] Штромайєр Герд. Політика і мас-медіа / Пер. з нім. А. Орган / Герд Штромайєр. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – С. 115.

Морально-національні засади журналістської праці нерозривно пов'язані з принципами, функціями і нормами службової чи професійної етики журналіста, його світоглядною позицією, національно-духовним переконанням, державницьким мисленням, фаховою обдарованістю, інтелектом, здатністю завжди бути готовим до праці. Таке розуміння національних, моральних, професійних засад журналістської праці є частиною європейського і світового контекстів, але в Україні повинно бути закорінене в українські національно-громадянські інтереси. Тому основними засадами високої журналістської майстерності студентів – працівників ЗМІ в Україні є національна свідомість, державницьке мислення, глибока моральність і духовність, патріотизм і громадянська мужність, яскравість мовностилістичних засобів. Ці морально-професійні, національно-гуманістичні засади визначають, по-перше, мету діяльності ЗМІ, по-друге, зміст і характер функціонування ЗМІ, по-третє, методи і форми подання журналістських матеріалів.

Список
рекомендованої літератури для опрацювання

1. Білоус О. М. Регіональне телебачення для дітей: принципи, функції, тематика: навчальний посібник / О. М. Білоус. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2014. – 254 с.
2. Бугрим В.В. Телебачення прямого ефіру: навчальний посібник / В.В. Бугрим, І. Г. Мащенко. – К. : Либідь, 1991. – 200 с.
3. Бугрим В. Журналіст на телеекрані : посібник для студентів Інституту журналістики / В. Бугрим. – К. : 2000. – 46 с.
4. Гід журналіста: Збірка навчальних матеріалів, складена за французькою методикою вдосконалення працівників ЗМІ / Упорядкування й адаптація навчальної літератури А. Лазарєвої, редактор видання С. Таран. – К., 1998. – 96 с.
5. Гоян Віта. Телевізійна інформація в Україні: вчора і сьогодні / В. Гоян // Роль мас-медіа в плюралістичному суспільстві: Матеріали міжнародної конференції / за загальною редакцією А. З. Москаленка. – К., 1996. – С. 104 – 106.
6. Гоян В.В. Журналістська творчість на телебаченні: монографія /В. В. Гоян. – К. : Видавн.-полігр. центр „Київський університет”, 2011. – 319 с.
7. Дейнегіна Т. О. Майстерність телеведучого: вступ до спеціальності : навчальний посібник / Т. О. Дейнегіна. – Луганськ : ТОВ „Віртуальна реальність”, 2010. – 332 с.
8. Дітер Вайріх. Етика і журналістика / Вайріх Дітер // Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2000. – 44 с.
9. Дмитровський З.Є. Телевізійна журналістика: навчальний посібник / З.Є. Дмитровський. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2006. – 208 с.
10. Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. – 2-ге вид., переробл. і допов. / В. Й. Здоровега. – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с.
11. Качкан В.А. Особливості підготовки матеріалів для радіо і телебачення : навчальний посібник / В.А. Качкан, В.В.

Лизанчук. – Львів : Редакційно-видавнича група університету, 1987. – 68 с.
12. Кулініч О.О. Мова на телебаченні : навч.-метод. посіб. для орг. самостійної роботи й підготов. до модульної роботи студ. спец. „Кіномистецтво” / О. О. Кулініч; Держ. закл. „Луган. нац. ун-т мені Тараса Шевченка”. – Луганськ : Вид-во ДЗ „ЛНУ імені Тараса Шевченка”, 2010. – 132 с.
13. Лизанчук В. Журналістська майстерність : підручник / В. Лизанчук. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2011. – 376 с.
14. Михайлин І.Л. Журналістика як всесвіт: вибрані медіадослідження / І.Л. Михайлин. – Х. : Прапор, 2008. – С. 18 – 154.
15. Сербенська О. А., Бабенко В.В. Основи телетворчості : практикум /О. А. Сербенська, В.В. Бабенко. – Львів : ПАІС, 2007. – 112 с.
16. Українське телебачення: роки, події, звершення. – М. М. Карабанов, І. Ф. Курус, В. М. Петренко та інші. – К. : ДП „ Дирекція ВФД”, 2008. – 400 с.
17. Шаповал Ю. Г. Телевізійна публіцистика : методологія, методи, майстерність : монографія / Ю. Г. Шаповал. – Львів: Видавн. центр ЛНУ імені Івана Франка, 2002. – 233 с.
18. Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія і практика : посібник. – 2-ге вид., доповн. і переробл. / А. В. Яковець. – К. : Вид. дім „Києво-Могилянська академія”, 2009. – 262 с.