

Парасковія Дворянин
кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри журналістики та засобів масової комунікації
Національного університету “Львівська політехніка”
e-mail:paraska@radiolux.com

ЦІННІСНІ ОРІЄНТИРИ РЕГІОНАЛЬНИХ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ НОВИН

© Дворянин Парасковія, 2007

Викладено результати наукового дослідження основних цінностей регіональних новин та їх впливу на формування в аудиторії **здорових морально-психологічних якостей, соціогуманістичного світобачення, державницького мислення, національно-громадянської гідності.**

Ключові слова: новини; телебачення; цінності; стандарти; аудиторія; реципієнт; контент; кореспондент; випуск.

Парасковія Дворянин

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТИРЫ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ НОВОСТЕЙ

Рассмотрен следующий аспект: концепция создания новостей на региональных телеканалах заключается в информировании обо всех сферах жизни, органично связанных с региональными, национальными и универсальными ценностями. В таких условиях содержание новостей будет способствовать формированию здоровых морально-психологических качеств, гуманистических воззрений, национального гражданского достоинства.

В основе регионального медиапроизводства, которое затрагивает интересы и потребности человека или украинского общества в целом, должна быть информация о региональных, национальных и универсальных ценностях в органическом единстве независимо от того, касается ли это социальных, политических, экономических, культурных вопросов, и т.п.

В результате анализа новостного контента можно выделить следующие социальные и культурные ценности: абсолютные; национальные; гражданские; семейные; личные.

Таким образом, основные задачи регионального телевидения включают активное продвижение формирования украинской национальной гражданской идентичности, преодоление пессимизма в отношении возможности построения единого, независимого, правового, демократического государства, создание достойных условий жизни в результате собственной работы населения.

Ключевые слова: новости; телевидение; ценности; стандарты; аудиторія; реципієнт; контент; кореспондент; випуск.

Paraskoviia Dvorianyn

VALUES OF REGIONAL TV NEWS

The following aspect is examined in this article: the concept of creating news on regional TV channels consists of informing about all spheres of life organically combined with regional, national and universal values. Under such conditions, content of news will promote the formation of healthy moral and psychological qualities, humanistic outlook, national civil dignity.

In the basis of the regional mediaproduction that affects interests and needs of a person or Ukrainian society as a whole, there should be information about regional, national and universal values in organic unity regardless of whether it concerns social, political, economics, cultural issues, etc.

As a result of analysis of the news content the following social and cultural values can be singled out: absolute; national; civil; family; personal.

Thus, the main tasks of regional television include active promotion of formation of Ukrainian national civil identity, overcoming pessimism in relation to the possibility of building a united, independent, legal, democratic state, creating the decent living conditions as a result of own work of the population.

Key words: news, TV, values, standards, audience, recipient, content, correspondent.

Загальна проблема, її науково-практична цінність. У XXI столітті бінарна функція засобів масової комунікації набула нового змістового наповнення з огляду на техніко-технологічні удосконалення передавання соціальної інформації, які внесли свої зміни у репродукування (відображення дійсності) і продукування (творення дійсності). Електронні ЗМК своєрідно впливають на процес формування ціннісних орієнтацій в інформаційному просторі України. Адже значно побільшало комунікаційних майданчиків. Нині особа, яка потребує інформації, має широкий спектр для пошуку новин. Інтернет-агенції, соціальні мережі, блоги тощо дають змогу користувачеві ставати частиною соціуму та впливати на контент. Тут є беззаперечна можливість бути творцем найрізноманітніших новин.

Інформаційна і військова агресія Російської Федерації проти України загострила наукові і публічні дискусії стосовно призначення, функцій, принципів діяльності телебачення, як і усіх ЗМК, їхнього впливу на реципієнтів, соціогуманістичних засад новинної телевізійної журналістики, зокрема регіональної.

Аналіз досліджень, публікацій. Відомо, що новина є поточною інформацією про факти, події, явища соціальної значущості, вона повинна бути оформлена у ЗМІ за певними вимогами. Серед вимог, про яку часто нагадують і у публічних виступах, і у наукових дослідженнях, – у новинному повідомленні обов'язково потрібно відділяти інформацію від оцінної думки журналіста. Нам імпонує позиція Джонатана Гоффмана, менеджера зі світових зв'язків проекту Синдикат, який зауважує, що “сьогодні роль журналістики полягає в тому, щоб надавати новинам певного сенсу” [13]. Таке розуміння сутності новин заперечує запропоновану всесвітніми службами телерадіокомпаній “спрощену модель подачі новин” [4].

Беручи до уваги українські реалії, на першому плані журналістської діяльності повинен бути пріоритетним “патріотичний професіоналізм” [2], який є головною передумовою інформаційної безпеки. За таких умов регіональне телебачення, як і всі ЗМІ, набуває важливого статусу соціально-національної цінності та відіграватиме активну роль у формуванні одухотвореного національного буття, яке, говорячи словами Григорія Сковороди, наповнене совістю – високою людською цінністю.

Новітнє осмислення інформаційно-емоційного і змістовно-тематичного потенціалу новин в епоху глобалізації, коли різноманітні інформаційні потоки пронизують інформаційний простір України і загрожують національній ідентичності, соборності держави, набуває особливої актуальності.

Японський дослідник Я. Кітахара вважає, що всесвітня філософія інформаційних мереж, яка задовольняє вимоги розвиненого інформаційного суспільства, має допомогти перебудувати суспільство на засадах взаємної допомоги та любові [11, с. 4]. Ця думка японського вченого є своєрідним підтвердженням нашої концепції про селективність і полісемічність телевізійних новин, які б мали активніше сприяти формуванню у глядачів високих морально-духовних і національно-гуманістичних цінностей.

З розвитком телебачення, мобільного зв'язку, появою інтернету змінюється роль реципієнта у процесі створення новин. Відбувається перехід від інформування до комунікації (від ЗМІ до ЗМК).

Аналізуючи телевізійні програми, В. В. Гоян зазначила, що часом у гонитві за ефектними художніми образами журналісти жонглюють фактами про події та явища або намагаються

замаскувати порожні ідеї стандартними репліками, заштампованими метафорами, багатослів'ям. “Такі крайнощі, професійний несмак чи журналістське недбальство поширені як на регіональних студиях, так і в ефірі провідних загальноукраїнських каналів” [3, с. 31].

У нинішніх умовах зростання ролі регіонального телебачення (суспільного, громадського, комерційного) особливої ваги набувають професійні методи новинного виробництва, тобто подання глядачам соціально важливих фактів, їх документального підтвердження, інтерпретації, аксіологічної спрямованості. У монографії В. М. Комової “Принципи співвідношення фактів та інтерпретацій в засобах масової інформації” слушно зазначено, що мас-медійна практика, котра оперує діяльністю ЗМІ як соціального інституту, є віддзеркаленням певних соціальних інтересів, диференційованих за змістом і формою. Зосереджено також увагу на співвідношенні об'єктивності та суб'єктивності в процесі інтерпретації фактів та керування інформаційними потоками, осмислено морально-етичні та правові аспекти діяльності ЗМІ [10].

Безперечно, особливо актуальною є нині думка К. Теслера, що ЗМК можуть бути не лише агентами морального прогресу і передавання морально-громадянських чеснот, а й спричиняти деструкції соціального характеру [15, с. 93–94].

Це підтверджує фальшивість нав'язування українській журналістиці концепції нейтралітету, яка має лише транспортувати новинну інформацію від ньюзмейкера до споживачів. “Журналістика – це, мовляв, така собі труба, по якій можна качати каналізаційні стоки, нафту, чисту воду, – справедливо обурюється професор І. Л. Михайлин. – Тим часом нам протистояла зовсім не нейтральна, а агресивна, безпардонна, нахабна журналістика.

Однак “у медіапросторі за мозаїчністю різномірної інформації, що іноді досить некритично пропонується, людина ризикує загубитися в інформаційному потоці, втрачає можливість зорієнтуватися щодо сутнісного, важливішого, розмивається її світоглядна цілісність та національна ідентичність. Глобалізація уніфікує особисте та національне” [1, с. 3–4].

На підставі наукового осмислення соціокультурних складових журналістики, охарактеризованих М. Г. Житарюком, українськоцентричної ідеології та політики, які є основою формування національно-громадянської ідентичності й зміцнення соборності України, творчої практики репортерів з Вінниці, Криму, Львова, Сум, Харкова та з деяких інших міст вважаємо, що складовими регіональних новинних телевізійних повідомлень повинні бути такі соціокультурні цінності (деякі з них назвала у навчальному посібнику Н. Д. Темех [14, с.138–139]: **абсолютні** (віра, надія, любов, працелюбність, шляхетність, доброта, чесність, справедливість, ширість, гідність, милосердя, прощення, досконалість, краса, свобода, нетерпимість до зла, великодушність, мудрість, правда); **національні** (українська національна ідея державотворення, самопожертва в боротьбі за свободу нації, національна гідність, історична пам'ять, пошана до національних символів, утвердження в усіх сферах життя державної української мови, любов до національної культури, протидія антиукраїнській ідеології); **громадянські** (суспільна гармонія, соціальна та міжетнічна справедливість, культура соціальних і міжетнічних відносин, повага до закону, рівність громадян перед законом, самовідповідальність людини, її права, суверенність особи, право на свободу думки і слова, повага до демократичних виборів та влади, а влади – до громадян, толерантне ставлення до чужих поглядів, які не суперечать українським національним ідеалам та утвердженню соборної української України); **сімейні** (піклування про дітей (батьків), пошанування предків, злагода в сім'ї, демократичність стосунків, здоровий спосіб життя, збереження і примноження українських національних традицій і звичаїв); **особисті** (орієнтація на пріоритет морально-духовних і національних цінностей, внутрішня свобода і відповідальність за свої вчинки, особиста і національна гідність, воля, самоконтроль, рішучість, доброзичливість, поміркованість).

Метою дослідження є розкрити і осмислити інформаційно-змістовні та емоційно-тематичні особливості новин регіонального телебачення;

– простежити аксіологічні параметри поширення регіональними телевізійними новинами ціннісної морально-духовної інформації;

– з'ясувати аспекти позитивної і негативної інформації регіонального телебачення у системі формування і утвердження загальноукраїнської національно-громадянської ідентичності;

концепція творення новин на регіональних телеканалах, полягає у тому, що інформування з усіх сфер життя має органічно поєднувати регіональні, всеукраїнські та загальнолюдські цінності, за таких умов сприятиме формуванню здорових морально-психологічних якостей, соціогуманістичного світобачення, державницького мислення, національно-громадянської гідності, сучасна інформаційна політика регіональних телеканалів, беручи до уваги не лише традиційні морально-етичні стандарти (норми) журналістської праці, а й особливості дотримання їх журналістами у період гострої інформаційної війни і військової агресії проти України;

Виклад матеріалу. На телевізійному екрані сучасний глядач бачить сцени агресії в середньому кожні 16 хвилин, а в період від 19 до 23 години (прайм-тайм), коли перед екраном збирається найбільша глядацька аудиторія, цей умовний інтервал скорочується до 12 хвилин. В інформаційних блоках новин телебачення і радіо, на газетних шпальтах рівень негативу сягає 50–80 % [6, с. 32].

Безперечно, що журналістська діяльність, спрямована на забезпечення людини, суспільства правдивою інформацією, повинна зреалізуватися відповідно до загальноприйнятих етичних цінностей: свободи ЗМІ, правдивості, об'єктивності, чесності, порядності, соціальної відповідальності. Як пише О. Д. Кузнецова: “Актуальність аксіологічного підходу в журналістській діяльності зумовлена виховною, регулятивною функціями ЗМІ, культуротворчою функцією журналіста” [12, с. 60].

Нагадаємо, що *стандарт* перекладається з англійської (standart) як норма, зразок, мірило. До журналістських стандартів належать оперативність, правдивість, точність, достовірність, баланс думок і поглядів, об'єктивність, повнота у викладі інформації, відокремлення фактів від коментарів та оцінок, неупередженість, чесність, справедливість, яскравість мовностилістичних засобів.

“Інформаційна гігієна”, морально осмислений підхід до відбору фактів, що ґрунтується на громадянсько-національних цінностях, не є перешкодою дотримання балансу думок і поглядів, створення достовірної, правдивої картини про різні сфери життєвого середовища.

Людство завжди збирало, опрацьовувало та поширювало інформацію. У сучасному постіндустріальному (інформаційному) суспільстві внаслідок розвитку новітніх інформаційних технологій відбувається розмежування на загальні, світові, глобальні, з одного боку, і місцеві, локальні, з іншого, новини. Ігор Михайлин у монографії із символічною назвою “Журналістика як всесвіт...” слушно зазначає, що одні новини перебувають у компетенції транснаціональних інформаційних корпорацій, світових інформаційних агенцій. Іншими займається місцева журналістика. Її називають регіональною, місцевою, локальною. Але сутність від того не міняється: її обов'язок – розповідати про новини, що відбуваються у певній географічній точці. Місцеві ЗМІ функціонують у межах закону наближення інтересів – правило географічного наближення. Його сформулювали так: “чим далі від місця мешкання людини відбувається подія, тим менше шансів, що ця новина викличе інтерес”.

Змістово-тематичне наповнення новинного продукту регіонального телебачення зумовлене також масштабною охоплення глядачів. Залежно від території поширення програм визначають територіальну категорію мовлення і територіальну категорію каналу мовлення або багатоканальної телемережі. Загальнонаціональне мовлення – це “мовлення не менше ніж на дві третини населення кожної з областей України” [7, с. 98]. Регіональне мовлення – це “мовлення на регіон (область, декілька суміжних областей), але менше ніж на половину областей України” [7, с. 98]. Місцеве мовлення – це “мовлення на один чи кілька суміжних населених пунктів, яке охоплює не більше половини території області” [7, с. 98].

Хоч регіональний інформаційний простір звужує можливості під час добору потрібних фактів для новин, але в комунікаційному процесі доцільно дотримуватися гуманістичної формули “Єдність через різноманітність” і позитивними фактами зацікавлювати глядача.

Визначальними критеріями для оцінення якості регіональних новин у зіставленні з новинами центральних каналів є змістова наповненість важливими місцевими фактами, орієнтованість на гуманістично-національні цінності, відповідність всеукраїнським і регіональним інтересам, правдивість, вчасність подання до ефіру, професійне використання візуально-вербальних компонентів.

Має рацію дослідник Євген Соломін, що визначення порядку денного випуску новин на регіональному телебаченні – суб'єктивний процес, який залежить від багатьох чинників. Насамперед – від освітньо-кваліфікаційних здібностей головного редактора, рівня його політичної

заангажованості від правлячої в області партії, інтелектуальної та фахової підготовки, знань з основ інформаційного телевізійництва. Пріоритетність тем з офіційних потоків інформації та другосортність інших – об'єктивна реальність регіональної тележурналістики.

Під час комунікації інформація створює реальність у підсвідомості. Цілеспрямоване інформування, скажімо, про соціокультурні цінності створює бажану морально-духовну реальність. Тобто розум сприймає і бачить реальність такою, яку йому нав'язали (правдиву чи спотворену), особливо за допомогою телебачення.

Обґрунтування отриманих результатів. Саме в регіональних медіа найцікавіше вивчати процес поширення (чи як його ще називають – дифузії новин) та впливу на аудиторію (аудиторія не є настільки розмита для вивчення взаємовпливу, як в центральних каналів), але, по-друге, в регіонах кількість телевізійних працівників на порядок менша. І регіональне телебачення вимушене працювати в умовах, коли великий вибір медіапродуктів (і центральних, і місцевих телеканалів), жорстка конкуренція на телевізійному ринку, а глядач вимагає “інформуйте мене” та ще й “здивуйте мене”. Телевізійний журналіст, інформуючи та дивуючи аудиторію, водночас повинен дбати ще й про власне реноме; щоб його матеріали не загубилися в інформаційному потоці, не спровокували судових позовів, не травмували аудиторії. Отже, “місія журналіста передусім в тому, щоб інформувати суспільство, давати стільки інформації, щоб глядачі розуміли, в якому світі вони живуть, особливо у час, коли глядач є об'єктом для грубих маніпуляцій. Класичне трактування новини як короткого повідомлення, яке дає відповіді на запитання – що? де? коли? з ким? чому? і як це відбулося? хоча й є універсальним, проте для виконання вище згаданої місії журналістові необхідно ще й бути винятково відповідальним” [5, с. 40].

Під час опитування репортерів про сенс їхньої журналістської роботи 39 із 50 відповіли, що головним для них є розуміння, сприйняття аудиторією їхніх новинних повідомлень. Професор В. М. Владимиров акцентує, що комунікаційно-інформаційний процес повинен бути таким, аби “кожен з маси міг вільно: а) зрозуміти смисл інформації, б) зрозуміти витoki інформації, в) зрозуміти можливі наслідки інформації, г) на підставі досягнутого (з власного досвіду та за допомогою журналістів) розуміння свідомо прийняти рішення та діяти під власну відповідальність” [9, с. 77].

Тоді новина, вперше увійшовши у духовний світ людини, не залишиться “при порозі”, а вступить у зв'язки із світоглядом, переконаннями, знаннями, уподобаннями, упередженнями тощо, вступить до етапу інтерпретації.

Висновки. Отже, новина буде ціннісною для соціокультурного простору (макрорівень) за умови глибокої загальної (інтелектуальної), конкретної (знання об'єкта висвітлення), психологічної (національно-громадянська позиція) підготовки журналіста, що на мікрорівні пов'язується з потребою медіа щоразу вивчати “порядок денний” (agenda setting), тобто добирати такі інформаційні повідомлення, які не лише відповідають критеріям новинності, а й сподіванням аудиторії ЗМІ щодо структурування її інтересів.

З огляду на те, що журналістика, зокрема й регіональне телебачення, є специфічним видом суспільної діяльності, має духовно-прикладний характер, журналістський професіоналізм складається з багатьох важливих компонентів: “від морально-громадянських (мужність, сміливість), освіченість (знання, компетенція) до суто літературних (уміння цікаво, стисло, образно викладати думку)” [8, с. 32].

1. Василик Л. Є. *Світоглядна публіцистика сучасних літературно-художніх видань: концептосфера національної ідентичності* : [монографія] / Л. Є. Василик. – Чернівці : Чернівецький національний університет, 2010. – 416 с. 2. Герасим'юк О. *На першому плані інформаційна безпека* / Ольга Герасим'юк // День. – 2014. – 11–12 лип. 3. Гоян В. В. *Телебачення як вид журналістської творчості: візуально-вербальні компоненти екранної комунікації* : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра наук із соці. комунікацій : спец. 27.00.01 “Теорія та історія соціальних комунікацій” / В. В. Гоян. – К., 2012. – 36 с. 4. Гресько О. В. *Міжнародна журналістика в контексті глобальних суспільних трансформацій* : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.08 “Журналістика” / О. В. Гресько. – К., 2004. – 18 с. 5. Дворянин П. Я. *Новини регіонального телебачення: пошуки креативних рішень, дотримання журналістських стандартів та морально-*

духовних цінностей / Парасковія Дворянин // *Медіа-простір* : зб. наук. ст. із соц. комунікацій / [ред. кол. : Н. Поплавська та ін.]. – Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2014. – С. 49–53. 6. Зайцев А. А. Мониторинг сцен насилья в программах ведущих телеканалов Украины [Электронный ресурс] / А. А. Зайцев, Ю. В. Онышко, Р. И. Исаков // *Архив психиатрии*. – 2002. – № 2 (29). – С. 31–36. – Режим доступа : www.politik.org.ua. 7. Закон України “Про телебачення і радіомовлення” // *Інформаційне законодавство України (станом на 1 вересня 2008 року)* / [за ред. Т. Шевченка, Т. Олексіюк ; упоряд. Т. Бондаренко]. – К., 2008. – 356 с. 8. Здоровага В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : [підручник]. – [2-ге вид., перероб і допов.] / В. Й. Здоровага. – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с. 9. Іванов В. Ф. Журналістська етика : [підручник] / [передм. В. П. Мостового]. – [2-ге вид., випр.] / В. Ф. Іванов, В. Є. Сердюк. – К. : Вища шк., 2007. – 231 с. 10. Комова М. В. Принципи співвідношення фактів та інтерпретацій в засобах масової інформації : [монографія] / М. В. Комова. – Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2012. – 250 с. 11. Копиленко О. Л. Влада інформації / О. Л. Копиленко. – К. : Вид-во “Україна”, 1991. – 108 с. 12. Кузнецова О.Д. Професійна етика журналістів: посібник: 2-е вид., перероб. і доп.. – Львів: ПАІС, 2007. – 246 с. 13. Рогозина И. В. Зарубежная и российская журналистика: трансформация картины мира и её содержания [Электронный ресурс] / И. В. Рогозина, А. Я. Красильникова, С. А. Воронина и др. ; под науч. ред. А. А. Стриженко. – Режим доступа : [http:// eartist.narod.ru](http://eartist.narod.ru). 14. Самокиш І. Сьогодні роль журналістики – у тому, щоб надавати новинам сенсу / Ігор Самокиш // *День*. – 2011. – 9–10 груд. 15. Темех Н. Д. Українське телебачення і формування духовності молоді: теорія, практика : посібник] / Н. Д. Темех. – Львів : Видавн. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2008. – 150 с. 16. Tesler K. *Media, Culture and Morality* / K. Tesler. – L. : Routledge, 1994. – 138 p.

REFERENCES

1. Vasylyk L. Ye. *Svitohlyadna publitsystyka suchasnykh literaturno-khudozhnikh vydan': kontseptosfera natsional'noyi identychnosti* : [monohrafiya] / L. Ye. Vasylyk. – Chernivtsi : Chernivets. nats. un-t, 2010. – 416 s. 2. Herasym'yuk O. *Na pershomu plani informatsiyna bezpeka* / Ol'ha Herasym'yuk // *Den'*. – 2014. – 11–12 lyp. 3. Hoyan V. V. *Telebachennya yak vyd zhurnalist-s'koyi tvorchoosti: vizual'no-verbal'ni komponenty ekrannoyi komunikatsiyi* : avtoref. dys. na здобуття наук. ступеня д-ра наук із сots. komunikatsiy : spets. 27.00.01 “Teoriya ta istoriya sotsial'nykh komunikatsiy” / V. V. Hoyan. – K., 2012. – 36 s. 4. Hres'ko O. V. *Mizhnarodna zhurnalistyka v konteksti hlobal'nykh suspil'nykh transformatsiy* : avtoref. dys. na здобуття наук. ступеня канд. filol. nauk : spets. 10.01.08 “Zhurnalistyka” / O. V. Hres'ko. – K., 2004. – 18 s. 5. Dvoryanyn P. *Novyny rehional'noho telebachennya: poshuky kreatyvnykh rishen', dotrymannya zhurnalist-s'kykh standartiv ta moral'no-dukhovnykh tsinnostey / Paraskoviya Dvoryanyn // Mediaprostir : zb. nauk. st. iz sots. komunikatsiy / [red. kol. : N. Poplav'ska ta in.]. – Ternopil' : TNPU im. V. Hnatyuka, 2014. – S. 49–53. 6. Zaytsev A. A. *Monytorynh stsen nasylyyya v prohrammakh vedushchykh telekanalov Ukrainy [Elektronnyy resurs]* / A. A. Zaytsev, Yu. V. Onyshko, R. Y. Ysakov // *Arkhiv psykhiiatriyi*. – 2002. – # 2 (29). – S. 31–36. – Rezhym dostupa : www.politik.org.ua. 7. *Zakon Ukrayiny “Pro telebachennya i radiomovlennya” // Informatsiyne zakonodavstvo Ukrayiny (stanom na 1 veresnya 2008 roku)* / [za red. T. Shevchenka, T. Oleksiyuk ; uporyad. T. Bondarenko]. – K., 2008. – 356 s. 8. Zdoroveha V. Y. *Teoriya i metodyka zhurnalist-s'koyi tvorchoosti* : [pidruchnyk]. – [2-he vyd., pererob i dopov.] / V. Y. Zdoroveha. – L'viv : PAIS, 2004. – 268 s. 9. Ivanov V. F. *Zhurnalist-s'ka etyka* : [pidruchnyk] / [peredm. V. P. Mostovoho]. – [2-he vyd., vypr.] / V. F. Ivanov, V. Ye. Serdyuk. – K. : Vyshcha shk., 2007. – 231 s. 10. Komova M. V. *Pryntsypy spivvidnoshennya faktiv ta interpretatsiy v zasobakh masovoyi informatsiyi* : [monohrafiya] / M. V. Komova. – L'viv : Vyd-vo L'viv. politekhniki, 2012. – 250 s. 11. Kopylenko O. L. *Vlada informatsiyi* / O. L. Kopylenko. – K. : Vyd-vo “Ukrayina”, 1991. – 108 s. 12. Kuznetsova O.D. *Profesiyina etyka zhurnalista: posibnyk: 2-e vyd., pererob.i dop..* – L'viv : PAIS, 2007. – 246 s. 13. Rohozyna Y. V. *Zarubezhnaya y rossiyskaya zhurnalistyka: transformatsyya kartyny myra y eë soderzhannya* [Elektronnyy resurs] / Y. V. Rohozyna, A. Ya. Krasyl'nykova, S. A. Voronyna y dr. ; pod nauch. red. A. A. Stryzhenko. – Rezhym dostupa : [http:// eartist.narod.ru](http://eartist.narod.ru). 14. *Samokysh I. S'ohodni rol' zhurnalistyky – u tomu, shchob nadavaty novynam sensu / Ihor Samokysh // Den'*. – 2011. – 9–10 hrud. 15. *Temekh N. D. Ukrayins'ke telebachennya i formuvannya dukhovnosti molodi: teoriya, praktyka* : [navch. posib.] / N. D. Temekh. – L'viv : Vydavn. tsentr LNU im. I. Franka, 2008. – 150 s. 16. *Tesler K. Media, Culture and Morality* / K. Tesler. – L. : Routledge, 1994. – 138 p.*