

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»

ФАКУЛЬТЕТ ІСТОРІЇ, ПОЛІТОЛОГІЇ
І МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

КАФЕДРА ПОЛІТИЧНИХ ІНСТИТУТІВ ТА ПРОЦЕСІВ

Світлана МАТВІЄНКІВ

**ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ
В ПОЛІТИЧНОМУ ЖИТТІ СУСПІЛЬСТВА**

НАВЧАЛЬНО–МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК
ДЛЯ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ
6.030104 «ПОЛІТОЛОГІЯ»

ІВАНО - ФРАНКІВСЬК
«НАІР»
2018

ББК 66.011.1
УДК 303.725.37
М 33

Матвієнків С.М. Засоби масової інформації в політичному житті суспільства / Навчально-методичний посібник для студентів спеціальності 6.030104 «Політологія». – Івано-Франківськ: НАІР, 2018. – 64 с.

Науковий редактор:

Василь Марчук – доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри політичних інститутів та процесів (ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»)

Рецензенти:

Ганна Марчук – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри журналістики (Факультет філології, ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»)

Мар'ян Житарюк - доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри зарубіжної преси та інформації (факультет журналістики, Львівський національний університет імені Івана Франка)

Посібник ставить за мету розкрити концептуально – теоретичні засади функціонування засобів масової інформації у політичній системі суспільства, акцентує на журналістиці як предметові вивчення і сфері творчої діяльності.

Завдання курсу «ЗМІ в політичному житті суспільства», що вивчається поряд з іншими фаховими дисциплінами, полягає в тому, аби дати студентам - політологам потрібну суму знань з проблеми ролі сучасних мас - медіа в державі, виробити навички роботи з політичною інформацією. При цьому увага зосереджується на співвідношенні теорії і практики, формуванні методологічних основ вивчення даної дисципліни, ролі наукового знання про закономірності функціонування мас - медіа.

Матеріали посібника можуть використовуватись для підготовки до семінарських занять, написання рефератів, контрольних робіт, підготовці до екзамену та курсових робіт з даної проблематики.

*Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради
Факультету історії, політології і міжнародних відносин
ДВНЗ«Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
(протокол № 5 від 23 лютого 2018 року)*

ВСТУП

У сучасному світі немає жодної цивілізованої країни, яка б не мала своїх засобів масової інформації (ЗМІ), що водночас є особливим соціальним інститутом зі своїми, лише їй властивими специфічними функціями. Адже для нормального функціонування будь-якої соціально-політичної системи необхідний безперервний потік інформації. Він відповідно орієнтує кожную особу і тримає її у стані інформаційної насиченості. Бо лише за умови безперервного інформаційного спілкування із зовнішнім середовищем людина здатна продуктивно мислити, активно діяти і почувати себе впевнено. Забезпечують цей потік інформації засоби масової інформації. Їх роль в суспільстві полягає в тому, що вони регулюють відносини між громадянами і державою, впливають на хід подій, життя людей, задовольняють всю систему різноманітних інтересів суспільства. ЗМІ також гарантують політичну та соціальну стабільність, виражають настрій мас і активно беруть участь у формуванні громадської думки з усіх актуальних питань, за що їх метафорично називають «четвертою владою». Повноцінне функціонування ЗМІ відбувається у конкретних політичних умовах, що визначають обставини та специфіку взаємовпливів медіальної та політичної сфери. Для політологів ЗМІ - це джерело інформації, звідки вони черпають новини політичного життя, дізнаються про аналіз поточних подій журналістами та політиками. Також це трибуна, з якої можна висловити свої погляди, оцінити політичні події. Саме тому для студентів - політологів вивчення курсу «ЗМІ в політичному житті суспільства» є надзвичайно важливим і актуальним. З огляду на це і складено програму та визначено методику курсу.

Курс «ЗМІ в політичному житті суспільства» є обов'язковим навчальним курсом, який вивчається студентами II курсу спеціальності «Політологія». Курс розрахований на 90 годин (32 – аудиторні та 58 - самостійні) і вивчається у третьому семестрі навчального року. Метою курсу є розкрити концептуально-теоретичні засади функціонування ЗМІ у політичній системі суспільства.

Метою викладання навчальної дисципліни є виробити у студентів конкретні навички роботи з політичною інформацією, як її безпосереднього представлення у рамках друкованих та аудіовізуальних ЗМІ, так і опосередкованого використання чи стратегічного врахування для успішного функціонування медіальної системи.

Семінарські заняття мають закріпити теоретичні знання майбутніх політологів, привчити їх самостійно аналізувати ЗМІ і самим готувати публіцистичні виступи.

Усвідомлення та якнайширше й кваліфіковане застосування знань з політичної журналістики є гарантом фахового висвітлення проблем політичної сфери. У цьому контексті стратегічні завдання даного курсу полягають у тому, щоб:

- дати студентам потрібну суму знань з проблематики ролі сучасних ЗМІ в політичній системі суспільства;

- виробити конкретні навички роботи з політичною інформацією (як її безпосереднього представлення у рамках друкованих та аудіовізуальних ЗМІ, так і опосередкованого використання чи стратегічного врахування для успішного функціонування медіальної системи).

Отже, поєднання теоретичного та практичного аспектів представлення політичної проблематики є важливим і принциповим.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студенти повинні *знати:*

- історію виникнення журналістики, яка покликана задовольняти попит людей на відомості про навколишній світ, а особливо – на новини політичного характеру;
- особливості сучасних ЗМІ, що мають суттєві відмінності від колишніх мас-медіа;
- принципи, на яких будуються ЗМІ та їх функції, місце і роль у висвітленні політичних процесів і політичних кампаній;
- творчу лабораторію журналіста, починаючи із вміння спостерігати політичні процеси, робити в результаті висновки про найбільш значимі теми і добирати потім факти для майбутнього виступу в газеті, журналі, по телебаченню, радіо, Інтернет-виданні, використовуючи найбільш дохідливі та яскраві мовні засоби, жанри;
- вплив ЗМІ на політичну свідомість громадян.

вміти:

- розрізняти за ознаками аудіовізуальні та друковані ЗМІ;
- самостійно підготувати виступ чи реферат з певної проблеми;
- опрацювати рекомендовану та додаткову літературу по темі;
- виконувати домашні завдання;
- конспектувати лекції, виділяючи в них головні моменти;
- дискутувати під час занять при розв'язанні проблемних питань;
- написати розгорнутий політологічний реферат з однієї із актуальних

проблем політичної системи, що має прямий чи опосередкований зв'язок із журналістикою або має багатовимірне відображення у медіальній сфері.

Особливістю курсу також є його міждисциплінарність: поєднання теоретичних здобутків та практичних навичок з двох значущих суспільних ділянок – політології та медіазнавства. Комплексний підхід є актуальним за сучасних умов, які передбачають і спонукають до глибшого, фахового журналістського занурення у конкретну тему чи напрям.

Безпосереднім відображенням теоретико – практичного характеру і змісту цього курсу є планова звітність студентів:

- підготовка практичних журналістських матеріалів (щонайменше одного сюжету для кожного студента зокрема) з політичної тематики: як самостійно – для передачі на радіо чи транслявання по телебаченню, так і колективно – у рамках спеціалізованих аналітичних радіо – та телепрограм з політичної проблематики;
- написання розгорнутого політологічного реферату з однієї із актуальних проблем політичної системи, що має прямий чи опосередкований зв'язок із журналістикою або має багатовимірне відображення у медіальній сфері.

Курс «ЗМІ в політичному житті суспільства» органічно доповнює та розвиває інші теоретичні й фахові курси, що мають на меті сформуванню сучасного високопрофесійного політолога – авторитета й професіонала у конкретній ділянці знань чи суспільних проблем.

Пропонований методичний посібник містить: тематичний план, навчальну програму курсу, плани семінарських занять, контрольні роботи та програмові вимоги з курсу, глосарій та допоміжну літературу. Короткий термінологічний словник допоможе студентам зорієнтуватися у складних поняттях медіалогії. Рекомендована література, що стосується конкретної теми, згрупована після зазначення і викладу її проблематики. Література ж, яка стосується усього курсу – основна і додаткова, подана наприкінці програми.

Освоєння даного курсу розширить діапазон політичних знань, дасть змогу студентам кваліфіковано виконати курсову роботу, якщо вона присвячена проблемам мас-медіа або магістерську роботу з будь-якої політологічної проблеми, коли друковані ЗМІ будуть одними з їх джерел.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

№	Назва теми	Кількість годин	
		лекційні заняття	семінарські заняття
1.	Передумови виникнення журналістики		2
2.	Осмислення проблем журналістики в новітній філософії	2	2
3.	ЗМІ як галузь суспільно-політичної діяльності	2	2
4.	Сутність та історія зародження друкованих ЗМІ й інформаційних агентств	2	
5.	Аудіовізуальні ЗМІ: специфіка та структура	2	2
6.	Паблік рилейшнз в системі політичної комунікації	2	
7.	Мас-медіа та політична свідомість громадян	2	2
8.	Вплив ЗМІ на формування та функціонування політичної влади		2
9.	Основні жанри публіцистики з політичних проблем	2	2
10.	Правові основи діяльності засобів масової інформації		2
11.	Масово-інформаційна ситуація в сучасній Україні		2
<i>Всього:</i>		14	18

Згідно плану навчального навантаження курс розрахований на третій семестр. Його загальний обсяг - 32 години аудиторного навантаження та 58 годин – самостійної роботи. Підсумкова форма контролю - іспит. Курс передбачає аудиторне обговорення рефератів, повідомлень та індивідуальних завдань, підготовлених студентами на основі самостійного вивчення рекомендованої і довідкової літератури. Організувати роботу студентам допоможе даний методичний посібник.

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА КУРСУ

Тема 1. Передумови виникнення журналістики.

ЗМІ виникають тоді, коли виникає потреба в масовій інформації. Цьому передували об'єктивні передумови. Економічними передумовами був розвиток капіталістичного виробництва та руйнування феодальних відносин. Політичні передумови: виникнення парламентів та представницьких органів влади в багатьох державах. Винайдення друкарського верстата і розвиток книгодрукування – технічні передумови. Відкриття університетів і поширення освіти – культурні передумови.

Створення рукописних листків найсвіжіших інформаційних повідомлень, що продавалися за дрібну монету XVI ст. у Венеції (“газетта”). Перша періодична друкована газета “Ля газет” (1631 р.) француза Теофраста Ренодо та перший журнал світу – “Журналь де Саван” Дені де Салло.

Особливості виникнення журналістики в Україні: “Літопис Руський”, публіцистика Київської Русі, кобзарство та усна народна творчість, полемічна література, козацькі літописи, творчість мандрівних дяків. Перші періодичні видання у м. Львові та м. Харкові.

Тема 2. Осмислення проблем журналістики в новітній філософії

Західні теорії і концепції журналістики.

«Чотири теорії преси» Ф. Сіберта, Т. Петерсона, В. Шрамма: авторитарна, тоталітарна, ліберальна та соціально-відповідальна. Авторитарна і ліберальна моделі журналістики: порівняльна характеристика. Соціально-відповідальна і тоталітарна моделі журналістики: порівняльна характеристика.

Концепція Деніса Маккуейла: теорія для медіа періоду розвитку і теорія преси демократичної участі.

Теорія масових комунікацій Г. М. Маклюєна. Чотири історичні епохи суспільства. «Епоха увімкненої свідомості». Концепція «всесвітнього села».

Концепція інформаційного суспільства Д. Белла. Інформація: поняття та особливості в інформаційному суспільстві. Меритократія.

Концепція «поля журналістики» П'єра Бурдьє. «Рейтинговий менталітет» на телебаченні. Значення особи журналіста для суспільства.

Тема 3. ЗМІ як галузь суспільно-політичної діяльності

Основні підходи щодо визначення поняття «журналістика». Об'єкт і предмет журналістики, структура науки. ЗМІ як репрезентанти держави, законодавчої чи виконавчої влади, соціальних груп, партій. Інформація як інститут управління суспільством, забезпечення його дієздатності.

Інформаційна влада. Визначення та основні компоненти ЗМІ. Управління суспільством за допомогою формування громадської думки. ЗМІ як “четверта влада”. Підсистеми ЗМІ: друковані ОМІ, радіомовлення, тележурналістика, електронні ОМІ.

Основні ознаки ЗМІ. Принципи добору інформації в ЗМІ. Форми організації сучасних ЗМІ: комерційні, державні, суспільні. Способи розповсюдження інформації. Класифікація ЗМІ. Загальні та спеціальні функції ЗМІ. Загальні: інформаційна, формування громадської думки. Спеціальні: організаційна, соціальної критики, ідеологічна, культурна, розважальна, рекламна, артикуляція, соціалізація, кореляція.

Тема 4. Сутність та історія зародження друкованих ЗМІ й інформаційних агентств

Поняття системи. Підсистеми ЗМІ. Атрибутивні особливості друкованих мас-медіа. Їх переваги і недоліки перед аудіовізуальними.

З історії газетних видань. Поняття та види газети. Зовнішні особливості газети. Сучасні газетні видання України та їх класифікація.

З історії українських журнальних видань. Поняття, особливості та види журнальних видань. Класифікація журнальних видань України.

Поняття, значення та функції зображувальних засобів масової комунікації. Види та особливості впливу зображувальних СЗМК.

Поняття, місце, значення інформаційних агентств. Виникнення перших інформагентств світу. Типологія та специфіка інформагентств. Характеристика найбільших інформагентств світу. Інформагентства сучасної України. Новітні електронні ЗМІ. Інтернет як новий тип мас-медіа.

Тема 5. Аудіовізуальні ЗМІ: специфіка та структура

Ознаки аудіовізуальних ЗМІ та їх переваги і недоліки. Основні поняття про радіо та радіомовлення. З історії радіомовлення. Специфіка та види радіомовлення. Типи радіопередач. Специфіка радіовпливу. Виразальні мовленнєві засоби радіо.

З історії виникнення телебачення. Поняття та структура телебачення. Базові принципи телебачення. Типи телепередач. Специфіка телекомунікацій. Виразальні засоби телебачення. Технічні новинки: об’ємне телебачення, стереобачення, цифровий телевізор. Супутникове та кабельне телебачення. Радіомовлення та телебачення сучасної України.

Тема 6. Паблік рилейшнз в системі політичної комунікації

Історичні умови та причини виникнення паблік рилейшнз. Основні поняття ПР. Спільне і відмінне між ПР та пропагандою, рекламою, маркетингом, журналістикою. Журналісти – перші фахівці з ПР.

Засновники піару: Д. Майкеліс, Айві Лі, Д. Паркер, Д. Макгроу, Е. Бернейс. Проблема аудиторії в масовій комунікації. Виборчі технології як частина політичних ПР. Урядові ПР як засіб звітності уряду перед виборцями. Паблік рилейшнз у діяльності міжнародних організацій. Місце і значення телебачення у паблік рилейшнз. Діяльність прес-служби, прес-секретаря, речника, прес-аташе. Невербальні форми комунікації в урядовому ПР. Паблік рилейшнз у зовнішній політиці: проблеми формування позитивного іміджу країни. Паблік рилейшнз і новітні інформаційні технології.

Тема 7. Мас-медіа та політична свідомість громадян

Особливість політичної свідомості громадян сучасної України. Маніпуляція політичною свідомістю громадян за допомогою ЗМІ. Визначення поняття «політичне маніпулювання». Основні способи маніпуляції свідомістю людей. Способи обмеження політичного маніпулювання: знання, досвід, культура, системи комунікації за межами контролю влади. Методи суспільної маніпуляції мас-медіа в сучасній Україні. Використання маніпуляції як політичної технології під час виборчої кампанії. Три види інформаційної фальсифікації: відверта неправда, напівправда, замовчування. Технічні способи маніпуляції.

Три моделі Гайбера Джонсона відносин держави, як офіційного джерела інформації і журналіста, який з нею співпрацює.

Тема 8. Вплив ЗМІ на формування та функціонування політичної влади

Зміст категорії «політична влада». Влада політичних партій та громадсько-політичних організацій і форми їх вияву в демократичних режимах. Особливості висвітлення пресою діяльності уряду в Україні.

Судова влада і преса. Парламентська публіцистика в Україні: еволюція та основні риси. Спільні і відмінні риси парламентської публіцистики різних політичних режимів. Виборчі системи та виборчі технології. Преса як суб'єкт виборчого процесу. Політична реклама в Україні. Відверта і прихована політична реклама у ЗМІ. «Виборча преса» як феномен посттоталітарних держав. Імідж політичних діячів у засобах масової інформації.

Тема 9. Основні жанри публіцистики з політичних проблем

Політичні знання як основа журналістської творчості політолога. Джерела знань: література, преса, спілкування та ін. Об'єкт і предмет публіцистики. Головні елементи структури публіцистичного твору.

Поняття про жанровий різновид. Специфіка та види жанрів, що використовуються політичною публіцистикою. Три жанрові групи журналістики: інформаційні (замітка, звіт, репортаж, інтерв'ю), аналітичні

(кореспонденція, стаття, рецензія, огляд), публіцистичні (фейлетон, памфлет, есе, замальовка, нарис). Родові ознаки інформаційних, аналітичних та публіцистичних жанрів. Методи збирання інформації: вивчення документів, спостереження, листи читачів, інтерв'ю.

Основні етапи журналістської творчості: вміння спостерігати і бачити суттєві політичні процеси, вдале визначення теми виступу, добір цікавих фактів, мовні засоби, найменування матеріалу та ін.

Тема 10. Правові основи діяльності засобів масової інформації

Загальні уявлення про свободу. Поняття про свободу преси та свободу творчості. Цензура тоталітарних і демократичних ЗМІ. Свобода слова в законодавствах розвинутих країн та міжнародних правових документах. Нормативна база діяльності журналістів у міжнародних правових документах. Норми професійної етики журналіста.

Конституція України як гарантія свободи преси і журналістської діяльності. Правові основи функціонування українських мас-медіа.

Закони України: «Про друковані ЗМІ (пресу) в Україні», «Про телебачення і радіомовлення», «Про інформаційні агентства», «Про інформацію», «Про державну підтримку ЗМІ та соціальний захист журналістів», «Про рекламу» та ін.

Тема 11. Масово-інформаційна ситуація в сучасній Україні

Поняття «масової інформації». Перетворення наукових, професійних, художніх та індивідуальних повідомлень на масову інформацію. Специфіка інформації в журналістиці (актуальність, оперативність, документалізм, повторюваність тем і неповторність матеріалів). Рівні, форми і типи існування масової інформації. Нові технології масової комунікації за кордоном.

Світові процеси та ЗМІ в Україні. Структура вітчизняної системи ЗМІ. Особливості розвитку центральних і місцевих мас-медіа. Характеристика цензурної ситуації українських ЗМІ. Стилїстика сучасної журналістики: посилення інформативності, іронічності, аналітичності, оперативності та політизації. Вплив ЗМІ на політичні події. Поява нових, незалежних видань та зміни у функціонуванні редакційних колективів. Розмаїття ЗМІ за тематикою, підпорядкованістю, форматом, обсягом та ін.. Поширення політичних знань як важлива властивість сучасних мас-медіа. Використання ЗМІ в політиці. Перспективи і шляхи формування інформаційного суспільства в Україні. Зародження суспільного телерадіомовлення. Розвиток Інтернет-видань.

ПЛАНИ ТА МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

СЕМІНАР 1.

Тема: Передумови виникнення журналістики

ПЛАН:

1. Економічні, політичні, технічні та культурні передумови зародження журналістики.
2. Основні етапи розвитку світової журналістики.
3. Виникнення та особливості розвитку журналістики в Україні.
Перші періодичні видання.

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ:

Книгодрукування, преса, рукописні листки, газета, журнал, кобзарство, публіцистика Київської Русі, полемічна література, козацькі літописи, творчість мандрованих дяків. «Англійський вісник», «Журналь де Саван», «Татлер», «Спектейтор». «Кур'єр польський», «Львівська газета», «Харьковский еженедельник», «Харьковский Демокрит», «Украинский вестник», «Устав про цензуру 1804 року».

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

- Оглянути й охарактеризувати сучасні вітчизняні друковані ЗМІ і виявити їх спільні та відмінні риси з першими періодичними виданнями, які були засновані на території України у XVIII столітті.

- З друкованих засобів масової інформації студенти добирають цікаві публікації на політичні теми як ілюстрації до виступів на семінарському занятті.

РЕФЕРАТИ І ПОВІДОМЛЕННЯ:

1. Особливості політичної публіцистики Київської Русі.
2. Йоганн Гутенберг як засновник книгодрукування.
3. Перші періодичні видання в Європі.
4. Етапи розвитку української журналістики.
5. Перші періодичні видання у Львові: зміст, характеристика, видавці.
6. Харків - великий культурний центр XVIII ст.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ:

1. Якими є основні підходи щодо визначення поняття журналістика ?
2. Що є об'єктом і предметом вивчення журналістики ?

3. Які передумови виникнення журналістики ?
4. Які ви знаєте основні етапи зародження світової журналістики ?
5. Назвіть перші в світі друковані видання та їх засновників.
6. Назвіть особливості періоду становлення вітчизняної преси.
7. Поясніть, чому українська національна журналістика зароджується значно пізніше, ніж преса народів з глибокими традиціями державного будівництва?
8. Під впливом яких чинників формується українська преса?
9. Класифікуйте національні джерела зародження вітчизняної журналістики.
10. Обґрунтуйте вислів: «На перехід від журналістики в Україні до української журналістики пішло занадто багато часу...».
11. Назвіть перші періодичні видання на території України та охарактеризуйте їх.
12. Проаналізуйте перші періодичні видання у Львові: особливості, засновники та значення.
13. Чому саме в Харкові у XVIII ст. склалися сприятливі умови для розвитку журналістики ?
14. Обґрунтуйте значення перших періодичних видань для подальшого розвитку вітчизняних ЗМІ.

СЕМІНАР 2.

Тема: Осмислення проблем журналістики в новітній філософії

1. «Чотири теорії преси» Ф. Сіберта, Т. Петерсона і У. Шрамма.
2. Концепція Деніса Маккуейла.
3. Теорія масових комунікацій Г.М.Маклюена.
4. Концепція інформаційного суспільства Даніела Белла.
5. Концепція «поля журналістики» П'єра Бурдьє.

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ:

Авторитарна модель журналістики, тоталітарна модель журналістики, ліберальна журналістика, соціально відповідальна модель журналістики, масова комунікація, інформаційне суспільство, меритократія, поле журналістики, «рейтинговий менталітет», журналіст.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

- Опрацювати такі першоджерела: «Чотири теорії преси» Ф. Сіберта, Т. Петерсона і У. Шрамма; «Вступ до теорії масової комунікації» Деніса Маккуейла; «До розуміння ЗМК: продовження людини» Г.М. Маклюена,

«Прийдешнє постіндустріальнє суспільство» Д. Белла, «Про телебачення і журналістику» П'єра Бурд'є.

- Законспектувати основні положення праць, критично їх розглянути і вміти дискутувати на занятті.

РЕФЕРАТИ І ПОВІДОМЛЕННЯ:

1. Порівняльна характеристика демократичних і тоталітарних ЗМІ.
2. Виникнення і основні етапи розвитку інформаційного суспільства.
3. Масова комунікація: поняття, типи та функції.
4. Журналістика як галузь масово-інформаційної діяльності.
5. Проблеми та перспективи розвитку суспільного телерадіомовлення в сучасній Україні.
6. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ:

1. Назвіть західні теорії і концепції журналістики.
2. Які ознаки авторитарних мас-медіа?
3. Охарактеризуйте тоталітарну модель мас-медіа.
4. Що таке ліберальні ЗМІ?
5. Чому соціально відповідальні ЗМІ характерні для високорозвинутих демократичних суспільств?
6. Які дві моделі ЗМІ для сучасних країн виділив Деніс Маккуейл?
7. Чому Г.М. Маклюєн назвав сучасність «епохою увімкненої свідомості»?
8. У чому суть концепції «всесвітнього села»?
9. Які ознаки інформаційного суспільства виділив Д. Белл?
10. Що таке меритократія?
11. Проаналізуйте концепцію «поля журналістики» П'єра Бурд'є.
12. Що таке «рейтинговий менталітет» на телебаченні?
13. Яке значення особи журналіста для суспільства?

СЕМІНАР 3.

Тема: ЗМІ як галузь суспільно-політичної діяльності

1. Об'єкт і предмет журналістики, структура науки.
2. Поняття ЗМІ та їх підсистеми.
3. Риси та принципи ЗМІ.
4. Класифікація і функції ЗМІ.

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ:

Журналістика, інформація, предмет журналістики, об'єкт журналістики, громадська думка, четверта влада, масові комунікації, засоби масової інформації, інформаційна влада, комерційні, державні, суспільно-правові мас-медіа; принципи мас-медіа, загальні та спеціальні функції ЗМІ.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

- На семінарське заняття підготувати (одному із студентів) розгорнутий теоретико – аналітичний реферат з актуальної політичної проблеми сучасної України, що має пряму чи опосередковану дотичність до медіальної сфери або знаходить у ній різнобічне висвітлення.

- Студенти добирають з друкованих чи аудіовізуальних ЗМІ якісні журналістські публікації, в яких йдеться про сучасний стан української політики та обговорюють їх на семінарському занятті з погляду професійної довершеності.

РЕФЕРАТИ І ПОВІДОМЛЕННЯ:

1. Місце і роль ЗМІ в політичній системі демократичного суспільства.
2. Портрет політичного лідера в журналістиці.
3. Основні принципи взаємодії ЗМІ та громадської думки.
4. Політична журналістика як система спеціалізованих програм та засобів ЗМІ.
5. ЗМІ як структурний елемент політичної системи.
6. ЗМІ як інструмент політичного впливу.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАТЬ:

1. Якими є основні підходи щодо визначення поняття журналістика?
2. Що є об'єктом і предметом вивчення журналістики?
3. Дайте визначення терміну «засоби масової інформації».
4. Чому ЗМІ вважають особливим соціальним інститутом?
5. Що таке інформаційна влада?
6. Чому ЗМІ називають «сьомою великою державою», «четвертою владою»?
7. Яким чином мас-медіа формують громадську думку?
8. Які підсистеми ЗМІ ви знаєте?
9. Назвіть основні риси ЗМІ.
10. За якими ознаками класифікують ЗМІ?
11. За якими принципами добираються теми публікацій у ЗМІ?

12. Які форми організації сучасних мас-медіа ви знаєте? Охарактеризуйте їх. Наведіть приклади.
13. Виявіть сутність та основи формування принципів журналістики.
14. Які загальні функції виконують ЗМІ в суспільстві?
15. Обґрунтуйте спеціальні функції сучасних ЗМІ.

СЕМІНАР 4.

Тема: Сутність та історія зародження друкованих ЗМІ й інформаційних агентств

ПЛАН:

1. Газетні видання: їх види, ознаки та класифікація.
2. Журнальні видання: поняття, особливості, характеристика.
3. Виникнення, типи та діяльність інформаційних агентств.

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ:

Газетні видання, додатки до газет, газети - дайджести, тижневики-газети, журнальні видання, альманахи, тижневики - журнали, дайджести – журнали, інформаційні агентства, лазерна газета, масова інформація.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

- Зі спеціалізованого та масового періодичного видання студенти добирають по одному якісному матеріалові й на семінарському занятті порівнюють форми їх подання на газетних чи журнальних шпальтах, змістові відмінності, а також особливості стилю та манери викладу політичного фактологічного матеріалу.
- На основі сучасних друкованих ЗМІ в Україні зробити їх повну класифікацію.

РЕФЕРАТИ І ПОВІДОМЛЕННЯ:

1. Свобода слова як обов'язковий елемент демократичного суспільства.
2. Роль друкованих ЗМІ у формуванні політичної культури і свідомості.
3. Особливості подачі політичної проблематики в друкованих ЗМІ.
4. Специфіка прямої та опосередкованої участі ЗМІ у політичних процесах.
5. Регіональні ЗМІ: проблеми та перспективи
6. Світові інформагентства: політологічний аспект

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАТЬ:

1. Що таке газета і які види газетних видань ви знаєте ?
2. Назвіть комунікативні особливості газетних видань.
3. За якими ознаками характеризують газети ?
4. Опишіть функції газет та прийоми їх впливу на читачів.
5. Чим подібні і відмінні газетні та журнальні видання ?
6. За якими ознаками характеризують журнали ?
7. Обґрунтуйте специфіку журналу та його функції.
8. Назвіть різновиди журнальних видань.
9. Хто є засновником найпершого в світі інформантства ?
10. Назвіть види, типи і охарактеризуйте специфіку інформантств як засобу масової інформації.
11. Опишіть діяльність найвідоміших інформантств світу.
12. Охарактеризуйте відомі сучасні інформантства України .

СЕМІНАР 5.**Тема: Аудіовізуальні ЗМІ: специфіка та структура****ПЛАН:**

1. Поняття про радіо, його специфіка та види.
2. Суть, структура, основні риси і типи телебачення.
3. Атрибутивні особливості радіо - й тележурналістики.

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ:

Радіо, радіомовлення, радіоканал, радіопередавач, радіостанція, радіостудія, телебачення, супутникове і кабельне телебачення, стереобачення, цифровий телевізор, об'ємне телебачення, Інтернет, електронна пошта (e-mail), електронні банки даних, телеконференції, відеогазета.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

- Переглянути та зробити комплексний (тематичний, жанровий, якісний, особистісно - журналістський) письмовий порівняльний опис двох (за самостійним вибором студента) спеціалізованих програм із політичної проблематики: однієї - української радіо - чи телепрограми, а іншої - зарубіжної.
- На основі сучасних аудіовізуальних ЗМІ в Україні зробити їх повну класифікацію.
- Класифікувати вітчизняні радіо і - телеканали за формами організації.

РЕФЕРАТИ І ПОВІДОМЛЕННЯ:

1. Сучасна аудіовізуальна журналістика і формування нової української еліти.
2. Роль аудіовізуальних ЗМІ у формуванні громадянського суспільства.
3. Аудіовізуальні ЗМІ як об'єкт впливу владних структур.
4. Аудіовізуальні ЗМІ як носії та виконавці політичних функцій.
5. Традиційні і новітні способи впливу аудіовізуальних ЗМІ на аудиторію.
6. Телебачення в Україні: історія становлення.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ:

1. Що таке радіомовлення?
2. Специфіка радіомовлення і типи радіопередач.
3. Назвіть переваги і недоліки радіомовлення.
4. Коли і з якої причини виникло телебачення?
5. Види та характеристика телепередач.
6. Охарактеризуйте технічні новинки телебачення.
7. У чому специфіка телекомунікації?
8. Які ви знаєте виражальні засоби радіо і телебачення?
9. Якою є організаційна структура аудіовізуальних ЗМІ України?
10. Порівняйте аналітичні прийоми у політології та аудіовізуальній журналістиці.
11. Проаналізуйте діяльність аудіовізуальних ЗМІ напередодні і під час виборів.

СЕМІНАР 6.

Тема: Мас-медіа та політична свідомість громадян

ПЛАН:

1. Поняття та основні способи політичного маніпулювання свідомістю громадян.
2. Методи суспільної маніпуляції вітчизняними мас-медіа.
3. Моделі Гайбера Джонсона відносин держави і журналіста.

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ:

Маніпулювання, політична свідомість, політичне маніпулювання, політичні технології, відверта неправда, напівправда, навішування ярликів, замовчування, дозування інформації, «непряма атака» та ін.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

- Підібрати типові приклади політичного маніпулювання у різних ЗМІ, систематизувати матеріал, зробити детальний аналіз (опис) одного (кількох) із методів політичного маніпулювання, акцентуючи на методиці збору, інтерпретуванні та представленні політичного матеріалу.

РЕФЕРАТИ І ПОВІДОМЛЕННЯ:

1. Мас-медійні політичні технології.
2. ЗМІ як дзеркало суспільно – політичних відносин.
3. Теоретичні та практичні методи маніпулювання свідомістю через аудіовізуальні ЗМІ.
4. Поняття і феномен політичної інформації.
5. ЗМІ як інструмент і засіб реалізації політичних інтересів.
6. Основні принципи взаємодії ЗМІ та громадської думки.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАТЬ:

1. Що таке політичне маніпулювання ?
2. У чому, на вашу думку, особливість сучасної політичної свідомості громадян України?
3. Які універсальні способи маніпуляції свідомістю громадян через ЗМІ ви знаєте ?
4. У працях яких теоретиків досліджується проблема політичного маніпулювання?
5. Назвіть способи обмеження політичного маніпулювання.
6. Які методи маніпуляції найчастіше використовують сучасні вітчизняні мас-медіа ?
7. Чому маніпуляція за допомогою ЗМІ вважається основною політичною технологією ?
8. Опишіть технічні способи маніпулювання свідомістю читачів, глядачів, слухачів.
9. Проаналізуйте моделі Гайбера Джонсона відносин держави, як офіційного джерела інформації і журналіста, який з нею співпрацює.

СЕМІНАР 7.

Тема: Вплив ЗМІ на формування та функціонування політичної влади

ПЛАН:

1. Поняття, риси та етапи розвитку парламентської публіцистики.
2. Мас-медіа та виборчий процес.
3. Політична реклама та імідж кандидатів у депутати.

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ:

Парламентська публіцистика, політична влада, акредитація ЗМІ, імідж, прес- центр, прес – бюро, прес – конференція, прес – реліз, прес – служба, прес – секретар, політичні вибори, виборчі системи, політична реклама, агітація, пропаганда, політичні технології, ефективність і впливовість ЗМІ.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

- З друкованих ЗМІ студенти добирають яскраві приклади парламентської публіцистики, відвертої або прихованої політичної реклами, «іміджевих» публікацій та пропонують їх для обговорення на семінарському занятті, акцентуючи при цьому увагу на редакційних та авторських досягненнях чи, навпаки, на невдачах.

РЕФЕРАТИ І ПОВІДОМЛЕННЯ:

1. Портрет політичного лідера в журналістиці.
2. Аудіовізуальні ЗМІ як засіб боротьби за владу та інструмент суспільного тиску.
3. Роль ЗМІ у висвітленні діяльності трьох гілок влади.
4. Застосування аудіовізуальних ЗМІ у процесі іміджмейкерства.
5. Особливості парламентської публіцистики в Україні.
6. Засоби масової комунікації та імідж влади: регіональний аспект.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАТЬ:

1. Дайте визначення поняттю парламентська публіцистика.
2. Назвіть основні етапи розвитку української парламентської публіцистики.
3. Які ви знаєте ознаки парламентської публіцистики ?
4. Що таке акредитація журналіста ?
5. Прес-центри: де відкриваються і яку функцію виконують?
6. Що таке прес-бюро та його функції?

7. Які основні функції прес – секретаря ?
8. Які є форми організації прес – служби ?
9. Назвіть переваги і недоліки вітчизняної парламентської публіцистики.
10. Які визначальні риси зарубіжної парламентської публіцистики (на прикладі однієї з країн світу)?
11. Порівняйте діяльність вітчизняної і зарубіжної парламентської публіцистики.
12. Що таке політична реклама та яке її значення ?
13. Проаналізуйте роль ЗМІ у формуванні політичного іміджу кандидата в депутати.

СЕМІНАР 8.

Тема: Основні жанри публіцистики з політичних проблем

ПЛАН:

1. Поняття жанру та його види.
2. Публіцистичні, аналітичні та інформаційні жанри.
3. Використання жанрів у пресі, на радіо і телебаченні.
- 4.

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ:

Жанр, замітка, звіт, інтерв'ю, прес-конференція, репортаж, стаття, кореспонденція, рецензія, огляд, есе, фейлетон, памфлет, нарис, лист, огляд.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

- На семінарське заняття студенти приносять примірник газети чи журналу і на основі вивченої теоретичної інформації самостійно визначають жанри наявних у номері матеріалів; порівнюють форми їх подання на газетних чи журнальних шпальтах, змістові відмінності, а також особливості стилю та манери викладу.

РЕФЕРАТИ І ПОВІДОМЛЕННЯ:

1. Жанрологія як частина теорії журналістики.
2. Інформаційний замітка: проблема жанрової адекватності в районній пресі.
3. Інтерв'ю: мета та завдання, етапи підготовки.
4. Прес-конференція, брифінг та інші форми комунікації влади та суспільства.
5. Рекламна стаття як жанр друкованих засобів масової інформації.

6. Кореспонденція як жанр журналістської творчості.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ:

1. Що таке жанр?
2. Якою є специфіка та види жанрів, що використовуються політичною публіцистикою?
3. Проаналізуйте інформаційні жанри журналістики.
4. Що називають аналітичними жанрами журналістики?
5. Які жанри належать до публіцистичних?
6. Які методи збирання інформації ви знаєте?
7. Назвіть основні етапи журналістської творчості.
8. Які головні елементи структури публіцистичного твору?

СЕМІНАР 9.

Тема: Правові основи діяльності засобів масової інформації

ПЛАН:

1. Поняття про свободу слова та цензуру ЗМІ.
2. Діяльність журналістів у законодавствах розвинутих країн та міжнародних правових документах.
3. Конституційно – правовий статус ЗМІ в Україні.

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ:

Свобода слова, свобода преси, свобода діяльності, свобода творчості, економічна свобода, політична свобода, партійність мас-медіа, право, закон, незалежна преса, плюралістична преса, цензура, міжнародні документи, норми професійної етики журналіста, інформаційний простір.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

- На семінарському занятті обговорити основні статті Конституції та інших законів України щодо діяльності у сфері мас-медіа.
- З друкованих або аудіовізуальних ЗМІ студенти добирають журналістські матеріали (теле – або радіопередачі), які свідчать про свободу слова, творчості, незалежність думки журналістів або ж навпаки, про наявність цензури в засобах масової інформації.

РЕФЕРАТИ І ПОВІДОМЛЕННЯ:

1. Свобода слова як найважливіше завоювання і гарант демократичного суспільства.

2. Цензура – перша ознака тоталітарного політичного режиму.
3. Обмеження свободи слова як свідчення кризових тенденцій в суспільстві.
4. Світовий та національний інформаційний простір.
5. Міжнародні правові документи щодо діяльності мас-медіа.
6. Правове регулювання інформаційної сфери в Україні.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ:

1. Що таке свобода слова ?
2. Які основні типи свободи ви знаєте ?
3. Дайте визначення: свобода преси.
4. Поняття цензури та міра її використання у державах з різними політичними режимами.
5. У яких міжнародних правових документах сформовані основні засади свободи преси та творчості ?
6. Які статті Конституції гарантують журналістам право на свободу слова, преси та творчості ?
7. Проаналізуйте основні статті законів України щодо діяльності мас-медіа.
8. Яке співвідношення між законодавчо визначеними правами і обов'язками вітчизняних журналістів та реальною дійсністю ?
9. Порівняйте правові основи діяльності вітчизняних та зарубіжних засобів масової інформації.

СЕМІНАР 10.

Тема: Масово-інформаційна ситуація в сучасній Україні

ПЛАН:

1. Система ЗМІ в Україні: специфіка та структура.
2. Суспільне телерадіомовлення: становлення в сучасній Україні.
3. Державна інформаційна політика України.

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ:

Центральні мас-медіа, регіональні мас-медіа, громадське телерадіомовлення, державна інформаційна політика, національний інформаційний простір, Інтернет-видання, соціальні мережі.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

- Оглянути й охарактеризувати нові соціальні медіа та довести, що вони впливають на формування громадської думки і становлення громадянського суспільства в сучасній Україні.
- Опрацювати Закон «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» та порівняти модель громадського мовлення в Україні з моделями інших країн світу.

РЕФЕРАТИ І ПОВІДОМЛЕННЯ:

1. Особливості розвитку центральних і місцевих мас-медіа в Україні.
2. Моделі суспільного телерадіомовлення в добу глобалізації.
3. Регіональні ЗМІ в перехідний період.
4. Інтернет: проблеми правового регулювання.
5. Роздержавлення ЗМІ: проблеми і перспективи.
6. Державна інформаційна політика у контексті інтеграції України в Європейський Союз.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ:

1. Що таке «масова інформація»?
2. Якою є специфіка інформації в журналістиці?
3. Назвіть рівні, форми і типи існування масової інформації.
4. Проаналізуйте структуру вітчизняної системи ЗМІ.
5. Які особливості розвитку центральних і місцевих мас-медіа в Україні?
6. Як ЗМІ в Україні впливають на політичні процеси та події?
7. Як використовують ЗМІ в політиці?
8. Обґрунтуйте перспективи і шляхи формування інформаційного суспільства в Україні.
9. Як зароджується вітчизняне суспільне телерадіомовлення?
10. Якою є специфіка діяльності Інтернет-видань?
11. Що таке національний інформаційний простір держави?

ІНДИВІДУАЛЬНА НАВЧАЛЬНА РОБОТА ЗІ СТУДЕНТАМИ

Написання рефератів за темами

1. Особливості політичної публіцистики Київської Русі.
2. Йоганн Гутенберг - засновник книгодрукування.
3. Перші періодичні видання в Європі.
4. Етапи розвитку української журналістики.
5. Перші періодичні видання у Львові: зміст, характеристика, видавці.
6. Харків – великий культурний центр XVIII ст.
7. Місце і роль ЗМІ в політичній системі демократичного суспільства.
8. Портрет політичного лідера в журналістиці.
9. Основні принципи взаємодії ЗМІ та громадської думки.
10. Політична журналістика як система спеціалізованих програм та засобів ЗМІ.
11. Цілі, методи і засоби в політиці та журналістиці.
12. Порівняльна характеристика демократичних і тоталітарних ЗМІ.
13. Місце і роль ЗМІ в політичній системі демократичного суспільства.
14. Свобода слова як обов'язковий елемент демократичного суспільства.
15. Роль друкованих ЗМІ у формуванні політичної культури і свідомості.
16. Особливості подачі політичної проблематики в друкованих ЗМІ.
17. Специфіка прямої та опосередкованої участі ЗМІ у політичних процесах.
18. Сучасна аудіовізуальна журналістика і формування нової української еліти.
19. Роль аудіовізуальних ЗМІ у формуванні громадянського суспільства.
20. Аудіовізуальні ЗМІ як об'єкт впливу владних структур.
21. Аудіовізуальні ЗМІ як носії та виконавці політичних функцій.
22. Традиційні і новітні способи впливу аудіовізуальних ЗМІ на аудиторію.
23. Мас-медійні політичні технології.
24. ЗМІ як дзеркало суспільно-політичних відносин.
25. Теоретичні та практичні методи маніпулювання свідомістю через аудіовізуальні ЗМІ.
26. Поняття і феномен політичної інформації.
27. ЗМІ як інструмент і засіб реалізації політичних інтересів.
28. Свобода слова як найважливіше завоювання і гарант

демократичного суспільства.

29. Цензура – перша ознака тоталітарного політичного режиму.
30. Обмеження свободи слова як свідчення кризових тенденцій в суспільстві.
31. Світовий та національний інформаційний простір.
32. Міжнародні правові документи щодо діяльності мас-медіа.
33. Портрет політичного лідера в журналістиці.
34. Аудіовізуальні ЗМІ як засіб боротьби за владу та інструмент суспільного тиску.
35. Роль ЗМІ у висвітленні діяльності трьох гілок влади.
36. Застосування аудіовізуальних ЗМІ у процесі іміджмейкерства.
37. Особливості парламентської публіцистики в Україні.
38. Порівняльна характеристика демократичних і тоталітарних ЗМІ.
39. Виникнення і основні етапи розвитку інформаційного суспільства.
40. Масова комунікація: поняття та функції.
41. Журналістика як галузь масово-інформаційної діяльності.
42. Проблеми та перспективи розвитку суспільного телерадіомовлення в сучасній Україні.
43. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства.
44. ЗМІ як інструмент політичного впливу.
45. Особливості розвитку центральних і місцевих мас-медіа в Україні.
46. Моделі суспільного телерадіомовлення в добу глобалізації.
47. Регіональні ЗМІ в перехідний період.
48. Інтернет: проблеми правового регулювання.
49. Роздержавлення ЗМІ: проблеми і перспективи.
50. Державна інформаційна політика у контексті інтеграції України в Європейський Союз.

Методичні рекомендації щодо підготовки реферативної роботи включають в себе застосування відповідної методології.

Написання реферату є частиною вивчення даного курсу. Мета — систематизувати, закріпити, розширити знання, отримані з навчальної дисципліни. Важливо визначити основні напрями проведених досліджень, зробити критичний аналіз. Фактичний та статистичний матеріал повинен бути професійно опрацьований та максимально актуалізований. Студент може запропонувати будь-яку тему із запропонованого переліку, який є орієнтовним. Конкретну тему необхідно узгодити з викладачем. Обсяг реферату — до 12 сторінок друкованого тексту.

Структура написання студентом реферату складається із наступних семи обов'язкових елементів: вступна частина; аналіз використаної літератури по темі (на 2-3 абзаци); характеристика обраної теми та перспективність її дослідження; визначити основні параметри викладу матеріалу; навести ілюстративний матеріал, що підтверджує вашу аргументаційну базу; висновки; список використаної літератури.

Критерії оцінювання реферату

Критерії	Бали
Глибоке розкриття проблеми, з відображенням авторської позиції	9-10
Обґрунтоване розкриття проблеми	7-8
Тема розкрита неповно	5-6
Реферат суто компілятивного рівня	3-4
Розкритий лише окремих аспект	1-2
Реферат не зарахований	0

Методи навчання:

проблемні лекції, семінари-дискусії, презентації, дидактичні ігри, комплекти тестових завдань, індивідуальні завдання або колоквиум як контроль самостійної роботи студента.

У ході вивчення навчальної дисципліни «ЗМІ в політичному житті суспільства» використовуються три групи методів: методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності, методи активізації та мотивації навчально-пізнавальної діяльності, а також методи контролю. Перша група методів представлена словесними (розповідь, лекція), наочними (презентація) та практичними (реферати) методами. З метою активізації та мотивації навчально-пізнавальної діяльності використовуються методи стимулювання і мотивації обов'язку і відповідальності в навчанні (роз'яснення мети навчального предмета та подання вимог до вивчення предмету), метод активізації у формі обміну думками. В рамках використання третьої групи методів використовуються методи усного та письмового контролю.

Методи контролю

У рамках навчально-виховного процесу, з метою визначення рівня знань, умінь та навичок студентів реалізується шестиступеневий контроль:

1) поточний контроль; 2) першоджерела (колоквиум); 3) контрольна робота; 4) тести; 5) реферат; 6) самостійна робота (конспекти лекційних та семінарських занять).

Поточний контроль знань

Лекції передбачають системний і послідовний виклад навчального матеріалу. Відвідування лекцій студентами є обов'язковим.

Відвідування та активна участь студентів у роботі семінарських занять є обов'язковою умовою успішного складання курсу. Пропонуються наступні форми роботи на семінарських заняттях: виступ, опонування, рецензія, участь у дискусії. При цьому враховуватимуться лише логічно обґрунтовані виступи, альтернативна теза чи спростування поданої, а не фактична підтримка тези виступаючого, змістовне рецензування та коментар чи доповнення, що дійсно сприятиме розгляду проблеми.

Поточний контроль проводиться на всіх видах аудиторних занять. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки студентів до виконання конкретної роботи. Основна мета поточного контролю – забезпечення зворотного зв'язку між науково-педагогічним працівником та студентами у процесі навчання, забезпечення управління навчальною мотивацією студентів. Інформація, одержана при поточному контролі, використовується як науково-педагогічним працівником для коригування методів і засобів навчання, так і студентами для планування самостійної роботи. Особливим видом поточного контролю є колоквиум. Поточний контроль може проводитись у формі усного опитування або письмового експрес-контролю на практичних заняттях та лекціях, у формі виступів студентів при обговоренні питань на семінарських заняттях, у формі комп'ютерного тестування тощо. Результати поточного контролю враховуються при визначенні підсумкової оцінки з даної навчальної дисципліни.

Принципи оцінювання роботи студентів на семінарських заняттях

Семінарське заняття – вид навчального заняття, на якому викладач організує дискусію з попередньо визначених проблем. На підставі індивідуальних завдань (рефератів) студенти готують тези виступів з цих проблем. Індивідуальні завдання з дисципліни сприяють більш поглибленому вивченню студентом теоретичного матеріалу, формуванню вмінь використання знань для вирішення відповідних практичних завдань. Індивідуальні завдання виконуються студентом самостійно із забезпеченням необхідних консультацій з окремих питань з боку викладача.

Перелік тем семінарських занять визначається робочою навчальною програмою дисципліни. На кожному семінарському занятті викладач оцінює підготовлені студентами реферати, їх виступи, активність в дискусії, вміння формулювати та відстоювати свою позицію тощо.

Оцінювання знань студентів на семінарських заняттях проводиться за 5-ти бальною шкалою. На занятті пропонується якісне оцінювання знань

студентів шляхом виставляння балів від «1» до «5». Позначення «0» виставляється студентові за відмову від відповіді на занятті через непідготовленість, що впливатиме на його підсумкову рейтингову оцінку в кінці семестру. Кожен студент зобов'язаний взяти участь не менше як на одній третині семінарських занять, проведених у групі впродовж семестру.

Пропущене заняття або негативну оцінку студент зобов'язаний «відпрацювати» у формі, визначеній викладачем. При цьому може виставлятися оцінка, а попередня не впливатиме на середній бал студента.

Завдання контролю знань студентів під час проведення семінарських занять зводяться до того, щоб:

- виявити обсяг, глибину і якість сприйняття (засвоєння) матеріалу, що вивчається;

- визначити недоліки у знаннях і намітити шляхи їх усунення;

- виявити ступінь відповідальності студентів і ставлення їх до роботи;

- стимулювати інтерес студентів до предмета і їх активність у пізнанні.

Контроль знань студентів під час проведення семінарських занять може відбуватись в наступних *формах*:

- детальний усний аналіз поставлених питань;

- вибіркове усне опитування «з місця»;

- дискусійне обговорення питань;

- індивідуальне розв'язування практичних завдань, проблемних запитань чи завдань;

- фронтальне стандартизоване опитування за картками, тестами протягом 5-10 хв;

- письмова (до 30 хв.) самостійна робота по варіантах тощо.

Підсумкові оцінки за кожне семінарське заняття вносяться до журналу занять навчальної групи. Одержані студентом оцінки за окремі семінарські заняття враховуються при визначенні підсумкової оцінки (рейтингу) з даної навчальної дисципліни. За результатами контролю знань на семінарських заняттях в кінці семестру виводиться підсумкова оцінка за семінарські заняття як середнє арифметичне всіх отриманих оцінок за семінарські заняття і самостійну роботу. Після неї окремою графою виводиться підсумковий бал за семінарські заняття.

Індивідуальне навчальне заняття – проводиться з окремими студентами, які виявили особливі здібності в навчанні, схильність до науково-дослідної роботи і творчої діяльності, з метою підвищення їх рівня підготовки та розкриття індивідуального творчого обдарування. Індивідуальні навчальні заняття організовуються у позанавчальний час за окремим графіком,

складеним кафедрою з урахуванням індивідуальних навчальних планів зі студентами.

Консультація – вид навчального заняття, на якому студент отримує від викладача відповіді на конкретні запитання або пояснення окремих теоретичних положень чи їх практичного використання. Під час підготовки до екзаменів (семестрових, державних) проводяться групові консультації. Протягом семестру консультації з навчальних дисциплін проводяться за встановленим кафедрою розкладом із розрахунку відповідного часу, що планується на консультації з певної навчальної дисципліни.

Контрольна робота

Впродовж роботи над вивченням нормативних курсів передбачено проведення контрольних робіт. Написання контрольної роботи дозволяє студенту продемонструвати рівень самостійного опрацювання теоретичного матеріалу. Написання контрольної роботи є обов'язковим для виставлення підсумкової оцінки. У випадку, якщо студент з якихось причин не написав контрольної роботи, він вважається таким, що не виконав усіх видів робіт, що передбачаються навчальним планом за семестр з даної навчальної дисципліни.

Під час підготовки до написання контрольної роботи студенти повинні повторити той обсяг матеріалу, який виноситься на дану контрольну роботу. Адже контрольна робота – це підсумок вивчення студентами певного матеріалу, це форма перевірки знань. Контрольна робота містить питання у декількох варіантах, де подані два теоретичні і два практичні завдання (на знання методологічних проблем).

При оцінюванні контрольної роботи враховується якість роботи, її науковий рівень, ступінь самостійності та логічності у викладенні матеріалу.

Контрольна робота передбачає формулювання 4 завдань: 1-2 – теоретичні, 3 – практичне (на знання методологічних проблем), 4 – знання термінів.

Критерії оцінювання завдань на контрольній роботі

Завдання	Кількість балів
теоретичне	3
теоретичне	3
практичне	2
знання термінів	2
Разом	10

Самостійна робота студентів

Самостійна робота студента є основним видом засвоєння навчального матеріалу у вільний від аудиторних занять час.

Метою самостійної роботи є вироблення студентами навичок і вміння працювати з навчальною літературою, віднаходити головні, стержневі аспекти проблем, що потребують засвоєння, здатності визначити свою позицію щодо дискусійних ідей чи концепцій і аргументовано її обґрунтувати.

Перевірка рівня засвоєння матеріалу самостійно опрацьованих тем чи окремих розділів здійснюється у вигляді проведення колоквиуму та написання реферату.

Критерії оцінювання колоквиуму

Критерії	Бали
Глибока, розгорнута відповідь	9-10
Правильна стисла відповідь	7-8
Поверхова відповідь	5-6
Поверхова відповідь з наявністю окремих помилок	3-4
Розкриття окремого аспекту питання	1-2
Неправильна відповідь або її відсутність	0

Семестровий контроль у формі екзамену

Семестровий контроль проводиться у формі екзамену. Форма і терміни семестрового контролю визначаються навчальним планом.

Для того, щоб одержати екзамен, студентам необхідно виконати всі види роботи і набрати не менше 50 балів. Якщо студент своєчасно не здав встановлених змістових модулів, він автоматично втрачає право на допуск до екзаменаційної сесії, окрім випадків, визначених Факультетом історії, політології і міжнародних відносин. Семестровий контроль у формі екзамену передбачає, що підсумкова оцінка з навчальної дисципліни визначається як сума оцінок за поточний контроль знань на семінарських заняттях (50 балів) та результатів складання екзамену (50 балів).

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота														Екза- мен	Сума
Змістовий модуль №1							Змістовий модуль № 2								
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14		
Поточний контроль – 10 Контрольна робота – 10 Тести -10							Колоквиум – 10 Реферат – 5 Конспект лекцій -5							50	100

T1, T2 ... T14 – теми

Знання студентів оцінюється як з теоретичної, так і з практичної підготовки за такими критеріями:

- **«відмінно»** (90-100 балів) - студент міцно засвоїв теоретичний матеріал, глибоко і всебічно знає зміст навчальної дисципліни, основні положення наукових першоджерел та рекомендованої літератури, логічно мислить і будує відповідь, вільно використовує набуті теоретичні знання при аналізі практичного матеріалу, висловлює своє ставлення до тих чи інших проблем, демонструє високий рівень засвоєння практичних навичок;

- **«добре»** (70-89 балів) - студент добре засвоїв теоретичний матеріал, володіє основними аспектами з першоджерел та рекомендованої літератури, аргументовано викладає його; має практичні навички, висловлює свої міркування з приводу тих чи інших проблем, але припускається певних неточностей і похибок у логіці викладу теоретичного змісту або при аналізі практичного;

- **«задовільно»** (26-69 балів) - студент в основному опанував теоретичними знаннями навчальної дисципліни, орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, але непереконливо відповідає, плутає поняття, додаткові питання викликають невпевненість або відсутність стабільних знань; відповідаючи на запитання практичного характеру, виявляє неточності у знаннях, не вміє оцінювати факти та явища, пов'язувати їх із майбутньою діяльністю;

- **«незадовільно»** (0-25 балів) - студент не опанував навчальний матеріал дисципліни, не знає наукових фактів, визначень, майже не орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, відсутні наукове мислення, практичні навички не сформовані.

САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ

Однією із важливих складових вивчення дисципліни у сучасній вищій школі є самостійна робота студентів. Під час навчального процесу вона сприяє активізації засвоєння студентом знань та їх реалізації, а також формує вміння навчатися і потяг до наукової роботи. Самостійна робота є основним засобом набуття знань у вільний від занять час.

Мета самостійної роботи – сприяти якнайглибшому засвоєнню студентами знань з дисципліни «ЗМІ в політичному житті суспільства», ознайомити їх з основним понятійно-категоріальним апаратом.

Методичні рекомендації щодо забезпечення самостійної роботи дають можливість студентам глибше ознайомитися з темами або окремими питаннями, які не були винесені на лекційні або семінарські заняття. Вони передбачають опанування в повному обсязі навчальної програми та формуванню самостійності як особистісної риси та важливої професійної якості, сутність якої полягає в умінні систематизувати, планувати та контролювати власну діяльність.

Завданням самостійної роботи студентів є засвоєння певних знань, умінь, навичок, закріплення та систематизація здобутих знань, їх застосування при виконанні практичних завдань та наукових робіт, а також виявлення прогалин у системі знань із предмета.

Самостійна робота студентів з дисципліни «ЗМІ в політичному житті суспільства» становить приблизно 65% часу, необхідного для виконання основної освітньої програми з урахуванням рекомендацій Міністерства освіти та науки України щодо кількості годин аудиторних занять на тиждень. Зміст самостійної роботи визначається навчальною програмою дисципліни, методичними матеріалами, завданнями викладача.

Самостійна робота студентів є важливою складовою процесу здобуття знань з дисципліни «ЗМІ в політичному житті суспільства». Необхідно самостійно опрацювати категоріальний апарат, засвоїти функціональні ознаки видів засобів масової комунікації, мати глибокі теоретичні знання про суспільну природу засобів масової комунікації, соціологічний і лінгвістичний аспекти їх діяльності. Студент повинен самостійно прочитати і зробити конспективні записи теоретичних праць, зазначених у Списку літератури, що дозволить результативно брати участь у практичних заняттях під час навчання, а також у двосторонній комунікації у позанавчальний час.

У ході вивчення дисципліни студенти знайомляться з теоретико-методологічними засадами, предметом, об'єктом, метою, завданням та функціями навчального курсу. Спираючись на основні методологічні

принципи ЗМІ, студенти вивчають специфіку масової інформації, знайомляться із сучасним станом мас-медіа і напрямками їх подальшого розвитку. В процесі викладання дисципліни в студентів повинно формуватися творче мислення та вміння самостійно аналізувати, комплексно вивчати та об'єктивно висвітлювати події та явища, давати їм оцінку.

Методичні рекомендації щодо забезпечення самостійної роботи з дисципліни «ЗМІ в політичному житті суспільства» спрямовані на те, щоб дати студентам знання теоретичних основ, а також застосування ними здобутих знань, вмінь і навичок на практиці.

Так, студенти в результаті освоєння матеріалів самостійної роботи повинні:

- Опрацювати теоретичні основи лекційного матеріалу.
- Писати реферати до семінарських занять.
- Готувати виступи по питаннях семінарського заняття (зі ЗМІ на кожне семінарське заняття добирати відповідні публіцистичні матеріали).
- Готуватися до проведення контрольних заходів.
- Опрацювати відповідну наукову та додаткову літературу.
- Відпрацювати пропущені лекційні та семінарські заняття.
- Писати курсові роботи з проблематики даного курсу.
- Готувати результати власних досліджень до виступу на щорічній звітній студентській науковій конференції.
- Брати участь у студентських олімпіадах.
- Проаналізувати правові основи функціонування вітчизняних мас-медіа
- Виконати індивідуальне навчально-дослідне завдання: а) класифікувати регіональні ЗМІ за ознаками; б) виявити приклади політичного маніпулювання сучасними вітчизняними ЗМІ.
- Прочитати і опрацювати книгу Рея Бредбері «451 градус за Фаренгейтом».
- Виконати обсяг навчальної практики в ЗМІ (4-й семестр).
- Публіцистичний виступ у ЗМІ (під час проходження навчальної практики).

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА АНОТАЦІЯ

Мета вивчення дисципліни «ЗМІ в політичному житті суспільства» полягає в тому, щоб, спираючись на основні методологічні принципи журналістики, розкрити студентам важливість вивчення значення мас-медіа для політичної системи. В процесі вивчення дисципліни студенти повинні опанувати теорію і практику журналістської діяльності, виробити навички роботи з політичною інформацією, як її безпосереднього представлення у рамках аудіовізуальних ЗМІ, так і опосередкованого використання чи стратегічного врахування для успішного функціонування медіальної системи.

Комплексна кваліфікаційна робота проводиться у письмовому вигляді, має 17 варіантів формалізованих завдань рівнозначної складності, на виконання яких відводиться 80-90 хвилин. Кожен варіант містить 4 завдання (2 – теоретичні, 2 – практичні завдання). Розв'язуючи завдання ККР, студент повинен продемонструвати не репродуктивну, а творчу розумову, креативну діяльність. Оцінка за виконання ККР виставляється: за національною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»); за університетською шкалою (100-бальною) – під час внутрішнього контролю якості знань студентів.

Розробляючи *критерії оцінки виконання робіт*, за основу потрібно брати повноту і правильність виконання завдань. Окрім цього необхідно враховувати здатність студента:

- диференціювати, інтегрувати та уніфікувати знання,
- застосовувати правила, методи, принципи, у конкретних ситуаціях,
- встановлювати різницю між причинами і наслідками,
- аналізувати, оцінювати факти, події та прогнозувати очікувані результати від прийнятих рішень.

Критерії оцінювання завдань на контрольній роботі (наведено максимальну кількість балів, яку можна здобути за відповідь на кожне завдання):

Завдання	Кількість балів
1 теоретичне	30 балів
2 теоретичне	30 балів
3 практичне	20 балів
4 практичне	20 балів
Разом	100 балів

Університетська шкала	Національна шкала
90 – 100 балів	Відмінно (5)
70 – 89 балів	Добре (4)
50 – 69 балів	Задовільно (3)
1 – 49 балів	Незадовільно (2)

1 варіант

1. Поняття, історія виникнення і типи інформагентств.
2. Моделі Гайбера Джонсона відносин держави і журналіста.
3. Сатиричні жанри журналістики.
4. Основні підходи щодо визначення поняття «журналістика».

2 варіант

1. Поняття, історія виникнення і специфіка радіо.
2. Перші періодичні видання на території України.
3. Поняття та основні риси ЗМІ.
4. Охарактеризуйте технічні новинки телебачення.

3 варіант

1. Суть, структура, основні риси і типи телебачення.
2. Визначення, об'єкт і предмет журналістики.
3. Поняття і основні способи політичного маніпулювання.
4. Охарактеризуйте перші в світі друковані видання та назвіть їх засновників.

4 варіант

1. Основні передумови виникнення журналістики.
2. Поняття, основні риси та види газетних видань.
3. Загальні та спеціальні функції ЗМІ.
4. Охарактеризуйте бачення проблеми періодизації вітчизняної журналістики сучасним дослідником М. Романюком.

5 варіант

1. Періодизація історії української журналістики.
2. «Чотири теорії преси» Ф. Сіберта, Т. Петерсона та В. Шрамма.
3. Журнальні видання: поняття, особливості, характеристика.
4. Які форми організації сучасних мас-медіа ви знаєте?
Охарактеризуйте їх. Наведіть приклади.

6 варіант

1. Особливості періоду становлення української преси.
2. Принципи добору матеріалів у ЗМІ.
3. Порівняльна характеристика друкованих та аудіовізуальних мас-медіа.
4. Які універсальні способи маніпуляції свідомістю громадян через ЗМІ ви знаєте?

7 варіант

1. Назвіть види, типи і охарактеризуйте специфіку інформагентств як засобу масової інформації.
2. Порівняльна характеристика авторитарних та ліберальних мас-медіа.
3. Специфіка радіомовлення і типи радіопередач.
4. Обґрунтуйте вислів: «На перехід від журналістики в Україні до

української журналістики пішло занадто багато часу...».

8 варіант

1. Конституційно – правовий статус ЗМІ в Україні.
2. Що таке газета і які види газетних видань ви знаєте?
3. Характеристика аналітичних жанрів журналістики.
4. Класифікуйте національні джерела зародження вітчизняної журналістики.

9 варіант

1. Назвіть перші періодичні видання на території України та охарактеризуйте їх.
2. Методи суспільної маніпуляції вітчизняними ЗМІ.
3. Характеристика публіцистичних жанрів журналістики.
4. Яким чином мас-медіа формують громадську думку?

10 варіант

1. Поняття про свободу слова та цензуру ЗМІ.
2. Проаналізуйте перші періодичні видання у Львові: особливості, засновники та значення.
3. Характеристика інформаційних жанрів журналістики.
4. Дайте визначення терміну «засоби масової інформації».

11 варіант

1. Діяльність журналістів у законодавствах розвинутих країн та міжнародних правових документах.
2. ЗМІ як соціальний інститут суспільства.
3. Порівняйте періодизації історії української журналістики О. Маковея та А. Животка з періодизацією М. Нечиталюка. Що є між ними спільного і відмінного?
4. Атрибутивні особливості (позитив і негатив) друкованих ЗМІ.

12 варіант

1. Назвіть основні проблеми методології журналістики.
2. Чим подібні і відмінні газетні та журнальні видання?
3. Теорія масових комунікацій Г. М. Маклюєна.
4. Чому ЗМІ називають сьомою великою державою або четвертою владою?

13 варіант

1. Чому саме в Харкові у XVIII ст. склалися сприятливі умови для розвитку журналістики?
2. Охарактеризуйте поняття «інформаційна влада».
3. Порівняльна характеристика соціально-відповідальних та тоталітарних ЗМІ.

4. Обґрунтуйте специфіку журналу та його функції.

14 варіант

1. Опишіть діяльність найвідоміших інформантств світу.
2. Атрибутивні особливості (позитив і негатив) аудіовізуальних ЗМІ.
3. У працях яких теоретиків досліджується проблема політичного маніпулювання?
4. Що таке «жанр» і які жанри ви знаєте? Охарактеризуйте їх.

15 варіант

1. Охарактеризуйте відомі сучасні інформантства України.
2. Основні етапи розвитку світової журналістики.
3. Чому маніпуляція за допомогою ЗМІ вважається основною політичною технологією ?
4. У яких міжнародних правових документах сформовані основні засади свободи преси та творчості ?

16 варіант

1. Охарактеризуйте технічні новинки телебачення.
2. Опишіть технічні способи маніпулювання свідомістю читачів, глядачів, слухачів.
3. Що таке «інтерв'ю» і які види інтерв'ю ви знаєте?
4. Проаналізуйте основні статті законів України щодо діяльності мас-медіа.

17 варіант

1. Які ви знаєте виражальні засоби радіо і телебачення ?
2. Охарактеризуйте основні рівні політико-маніпулятивного впливу.
3. Поняття, історія зародження і класифікація газет.
4. Поняття цензури та міра її використання у державах з різними політичними режимами.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНА ДОКУМЕНТАЦІЯ

Семестровий підсумковий контроль з навчальної дисципліни «ЗМІ в політичному житті суспільства» є обов'язковою формою контролю навчальних досягнень студента. Він проводиться відповідно до навчального плану у вигляді семестрового екзамену у терміни, встановлені графіком навчального процесу та в обсязі навчального матеріалу, визначеному робочою програмою дисципліни.

Екзамен – форма підсумкового контролю, яка передбачає перевірку розуміння студентом теоретичного та практичного програмного матеріалу з усієї дисципліни, здатності творчо використовувати здобуті знання та вміння, формувати власне ставлення до певної проблеми тощо. Зміст екзаменаційних завдань та критерії оцінювання встановлюються кафедрою.

Семестровий екзамен *оцінюється від 1 до 50 балів*. Зміст питань, що виносяться на екзамен, форма та структура завдань та їх оцінювання визначається керівником курсу, затверджується на засіданні кафедри.

Отриманий в результаті здачі екзамену бал додається до виставлених балів за семінарські заняття та індивідуальні завдання, виконані в результаті самостійної роботи, і складає *підсумковий семестровий бал*.

Екзаменаційна робота з навчальної дисципліни «ЗМІ в політичному житті суспільства» передбачає формулювання 4 завдань: 2 – теоретичних і 2 – практичних (на знання методологічних проблем).

Критерії оцінювання завдань на екзамені (наведено максимальну кількість балів, яку можна здобути за відповідь на кожне завдання):

Завдання	Кількість балів
1 теоретичне	15 балів
2 теоретичне	15 балів
3 практичне	10 балів
4 практичне	10 балів
Разом	50 балів

Університетська шкала	Національна шкала
40 – 50 балів	Відмінно (5)
30 – 39 балів	Добре (4)
25 – 29 балів	Задовільно (3)
1 – 24 балів	Незадовільно (2)

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
 Спеціальність Політологія
 Навчальний предмет ЗМІ в політичному житті суспільства

Екзаменаційний білет № 1

1. Економічні, політичні, технічні та культурні передумови зародження журналістики.
2. Концепція «поля журналістики» П'єра Бурдьє.
3. Визначення і типи інформагентств.
4. Атрибутивні особливості радіо - й тележурналістики.

Затверджено на засіданні кафедри політичних інститутів і процесів
 (протокол № від “ “_____20 р.)
 Завідувач кафедри проф. В.В. Марчук _____
 Екзаменатор доц. С.М. Матвієнків _____

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
 Спеціальність Політологія
 Навчальний предмет ЗМІ в політичному житті суспільства

Екзаменаційний білет № 2

1. Основні етапи розвитку світової журналістики (перші періодичні видання в Європі).
2. «Рейтинговий менталітет» на телебаченні.
3. Характеристика сучасних найбільших інформагентств світу.
4. Друковані та аудіовізуальні ЗМІ: порівняльна характеристика.

Затверджено на засіданні кафедри політичних інститутів і процесів
 (протокол № від “ “_____20 р.)
 Завідувач кафедри проф. В.В. Марчук _____
 Екзаменатор доц. С.М. Матвієнків _____

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
 Спеціальність Політологія
 Навчальний предмет ЗМІ в політичному житті суспільства

Екзаменаційний білет № 3

1. Особливості зародження вітчизняної журналістики.
2. Значення особи журналіста для суспільства.
3. Провідні приватні та державні інформагентства сучасної України.
4. Мас-медіа і політична свідомість громадян сучасної України.

Затверджено на засіданні кафедри політичних інститутів і процесів
 (протокол № від “ “_____20 р.)
 Завідувач кафедри проф. В.В. Марчук _____
 Екзаменатор доц. С.М. Матвієнків _____

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
 Спеціальність Політологія
 Навчальний предмет ЗМІ в політичному житті суспільства

Екзаменаційний білет № 4

- 1.Періодизація історії української журналістики.
- 2.Об'єкт і предмет журналістики, структура науки.
- 3.Атрибутивні особливості друкованих мас-медіа.
- 4.Поняття, об'єкт, суб'єкт та рівні політичного маніпулювання.

Затверджено на засіданні кафедри політичних інститутів і процесів
 (протокол № від “ “ _____ 20 р.)
 Завідувач кафедри проф. В.В. Марчук _____
 Екзаменатор доц. С.М. Матвієнків _____

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
 Спеціальність Політологія
 Навчальний предмет ЗМІ в політичному житті суспільства

Екзаменаційний білет № 5

- 1.Перші періодичні видання на території України.
- 2.ЗМІ: поняття та підсистеми.
- 3.Історія виникнення радіо та його види.
- 4.Види політичної маніпуляції свідомістю громадян за допомогою ЗМІ.

Затверджено на засіданні кафедри політичних інститутів і процесів
 (протокол № від “ “ _____ 20 р.)
 Завідувач кафедри проф. В.В. Марчук _____
 Екзаменатор доц. С.М. Матвієнків _____

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
 Спеціальність Політологія
 Навчальний предмет ЗМІ в політичному житті суспільства

Екзаменаційний білет № 6

- 1.Західні теорії і концепції журналістики.
- 2.ЗМІ як «четверта влада».
- 3.Основні поняття про радіо і типи радіопередач.
- 4.Технічні способи маніпуляції через ЗМІ.

Затверджено на засіданні кафедри політичних інститутів і процесів
 (протокол № від “ “ _____ 20 р.)
 Завідувач кафедри проф. В.В. Марчук _____
 Екзаменатор доц. С.М. Матвієнків _____

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
 Спеціальність Політологія
 Навчальний предмет ЗМІ в політичному житті суспільства

Екзаменаційний білет № 7

- 1.«Чотири теорії преси» Ф. Сіберта, Т. Петерсона, В. Шрамма.
- 2.Характерні риси ЗМІ та принципи добору матеріалів.
- 3.Специфіка радіовпливу.
- 4.Методи суспільної маніпуляції вітчизняними мас-медіа.

Затверджено на засіданні кафедри політичних інститутів і процесів
 (протокол № від “ “ _____ 20 р.)
 Завідувач кафедри проф. В.В. Марчук _____
 Екзаменатор доц. С.М. Матвієнків _____

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
 Спеціальність Політологія
 Навчальний предмет ЗМІ в політичному житті суспільства

Екзаменаційний білет № 8

- 1.Авторитарна і ліберальна моделі журналістики: порівняльна характеристика.
- 2.Головні форми організації ЗМІ та способи розповсюдження інформації.
- 3.Виразальні мовленнєві засоби радіо.
- 4.Моделі Гайбера Джонсона відносин держави і журналіста.

Затверджено на засіданні кафедри політичних інститутів і процесів
 (протокол № від “ “ _____ 20 р.)
 Завідувач кафедри проф. В.В. Марчук _____
 Екзаменатор доц. С.М. Матвієнків _____

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
 Спеціальність Політологія
 Навчальний предмет ЗМІ в політичному житті суспільства

Екзаменаційний білет № 9

- 1.Соціально-відповідальна і тоталітарна моделі журналістики: порівняльна характеристика.
- 2.Класифікація ЗМІ.
- 3.Історія виникнення телебачення.
- 4.Темники як вид політичної цензури в ЗМІ.

Затверджено на засіданні кафедри політичних інститутів і процесів
 (протокол № від “ “ _____ 20 р.)
 Завідувач кафедри проф. В.В. Марчук _____
 Екзаменатор доц. С.М. Матвієнків _____

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
Спеціальність Політологія
Навчальний предмет ЗМІ в політичному житті суспільства

Екзаменаційний білет № 10

1. Концепція Деніса Маккуейла.
2. Загальні та спеціальні функції ЗМІ.
3. Поняття і структура телебачення.
4. Основні жанри журналістики з політичних проблем.

Затверджено на засіданні кафедри політичних інститутів і процесів
(протокол № від “ “ _____ 20 р.)
Завідувач кафедри проф. В.В. Марчук _____
Екзаменатор доц. С.М. Матвієнків _____

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
Спеціальність Політологія
Навчальний предмет ЗМІ в політичному житті суспільства

Екзаменаційний білет № 11

1. Теорія масових комунікацій Г. М. Маклюєна.
2. Газетні видання: поняття та види.
3. Типи телепередач.
4. Інформаційні жанри журналістики.

Затверджено на засіданні кафедри політичних інститутів і процесів
(протокол № від “ “ _____ 20 р.)
Завідувач кафедри проф. В.В. Марчук _____
Екзаменатор доц. С.М. Матвієнків _____

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
Спеціальність Політологія
Навчальний предмет ЗМІ в політичному житті суспільства

Екзаменаційний білет № 12

1. «Всесвітнє село» Г. М. Маклюєна.
2. Зовнішні особливості газет та їх класифікація.
3. Принципи та специфіка телекомунікацій.
4. Аналітичні жанри журналістики.

Затверджено на засіданні кафедри політичних інститутів і процесів
(протокол № від “ “ _____ 20 р.)
Завідувач кафедри проф. В.В. Марчук _____
Екзаменатор доц. С.М. Матвієнків _____

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
Спеціальність Політологія
Навчальний предмет ЗМІ в політичному житті суспільства

Екзаменаційний білет № 13

1. Концепція інформаційного суспільства Д. Белла.
2. Поняття та види журнальних видань.
3. Виразальні засоби телебачення.
4. Публіцистичні жанри журналістики.

Затверджено на засіданні кафедри політичних інститутів і процесів
(протокол № від “ “ _____ 20 р.)
Завідувач кафедри проф. В.В. Марчук _____
Екзаменатор доц. С.М. Матвієнків _____

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
Спеціальність Політологія
Навчальний предмет ЗМІ в політичному житті суспільства

Екзаменаційний білет № 14

1. Інформація: поняття та особливості в інформаційному суспільстві.
2. Зовнішні ознаки та класифікація журналів.
3. Технічні новинки телебачення.
4. Вплив засобів масової інформації на політичні події та процеси в державі.

Затверджено на засіданні кафедри політичних інститутів і процесів
(протокол № від “ “ _____ 20 р.)
Завідувач кафедри проф. В.В. Марчук _____
Екзаменатор доц. С.М. Матвієнків _____

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
Спеціальність Політологія
Навчальний предмет ЗМІ в політичному житті суспільства

Екзаменаційний білет № 15

1. Меритократія.
2. Історія виникнення перших інформагентств.
3. Новітні електронні ЗМІ та Інтернет.
4. Сучасна масово - інформаційна ситуація в Україні.

Затверджено на засіданні кафедри політичних інститутів і процесів
(протокол № від “ “ _____ 20 р.)
Завідувач кафедри проф. В.В. Марчук _____
Екзаменатор доц. С.М. Матвієнків _____

ПРОГРАМОВІ ВИМОГИ ДО КУРСУ

1. Загальні поняття та визначення журналістики, її об'єкт і предмет.
2. Економічні, політичні, технічні та культурні передумови зародження журналістики.
3. Основні етапи розвитку світової журналістики.
4. Виникнення та особливості розвитку журналістики в Україні. Перші періодичні видання на території України.
5. Західні теорії і концепції журналістики.
6. «Чотири теорії преси» Ф. Сіберта, Т. Петерсона, В. Шрамма.
7. Авторитарна і ліберальна моделі журналістики: порівняльна характеристика.
8. Соціально-відповідальна і тоталітарна моделі журналістики: порівняльна характеристика.
9. Концепція Деніса Маккуейла.
10. Теорія масових комунікацій Г. М. Маклюена.
11. «Всесвітнє село» Г. М. Маклюена.
12. Концепція інформаційного суспільства Д. Белла.
13. Інформація: поняття та особливості в інформаційному суспільстві. Меритократія.
14. Концепція «поля журналістики» П'єра Бурдьє.
15. «Рейтинговий менталітет» на телебаченні.
16. Значення особи журналіста для суспільства.
17. Об'єкт і предмет журналістики, структура науки.
18. ЗМІ: поняття та підсистеми.
19. ЗМІ як «четверта влада». Основні принципи взаємодії ЗМІ та громадської думки.
20. Характерні риси ЗМІ та принципи добору матеріалів.
21. Головні форми організації ЗМІ та способи розповсюдження інформації.
22. Класифікація ЗМІ.
23. Загальні та спеціальні функції ЗМІ.
24. Сутність та історія зародження друкованих ЗМІ.
25. Газетні видання: види, зовнішні особливості та класифікація.
26. Журнальні видання: поняття, зовнішні ознаки, класифікація.
27. Сучасні газетні та журнальні видання в Україні і їх класифікація.
28. Історія виникнення перших інформангентств світу.
29. Визначення, типи та діяльність інформангентств.
30. Характеристика сучасних найбільших інформангентств світу.
31. Провідні приватні та державні інформангентства сучасної України.
32. Атрибутивні особливості друкованих мас-медіа.
33. Аудіовізуальні ЗМІ: специфіка та структура.
34. Поняття про радіо і типи радіопередач.
35. Специфіка радіовпливу та виражальні мовленнєві засоби радіо.

36. Поняття та структура телебачення. Типи телепередач.
37. Принципи, специфіка та виражальні засоби телебачення.
38. Технічні новинки телебачення.
39. Радіомовлення і телебачення сучасної України.
40. Атрибутивні особливості радіо - й тележурналістики.
41. Друковані та аудіовізуальні ЗМІ: порівняльна характеристика.
42. Новітні електронні ЗМІ та Інтернет-видання.
43. Паблік рилейшнз в системі політичної комунікації.
44. Історичні умови та причини виникнення паблік рилейшнз.
45. Урядові ПР як засіб звітності уряду перед виборцями.
46. Політичні ПР: суть та основні функції
47. ПР у діяльності міжнародних організацій та зовнішній політиці.
48. Поняття, об'єкт, суб'єкт та рівні політичного маніпулювання.
49. Види політичної маніпуляції свідомістю громадян за допомогою ЗМІ.
50. Технічні способи маніпуляції через ЗМІ.
51. Методи суспільної маніпуляції вітчизняними мас-медіа.
52. Способи обмеження політичного маніпулювання.
53. Темники як вид політичної цензури в ЗМІ.
54. Моделі Гайбера Джонсона відносин держави і журналіста.
55. Вплив ЗМІ на формування та функціонування політичної влади.
56. Поняття, риси та етапи розвитку вітчизняної парламентської публіцистики.
57. Порівняльний аналіз зарубіжної та вітчизняної парламентської публіцистики.
58. Мас-медіа та виборчий процес в Україні.
59. Політична реклама та імідж кандидатів у депутати.
60. Вплив засобів масової інформації на політичні події та процеси в державі.
61. Основні жанри публіцистики з політичних проблем.
62. Інформаційні жанри журналістики (замітка, звіт, репортаж, інтерв'ю).
63. Аналітичні жанри журналістики (кореспонденція, стаття, рецензія, огляд).
64. Публіцистичні жанри журналістики (фейлетон, памфлет, есе, замальовка, нарис).
65. Правові засади діяльності засобів масової інформації.
66. Поняття про свободу слова та цензуру ЗМІ.
67. Діяльність журналістів у законодавствах розвинутих країн та міжнародних правових документах.
68. Конституційно – правовий статус ЗМІ в Україні. Конституція України як гарантія свободи преси і журналістської діяльності.
69. Норми професійної етики журналіста.
70. Сучасна масово – інформаційна ситуація в Україні. Громадське мовлення. Інтернет-видання.

КОРОТКИЙ ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК

Агітація (від лат. – приведення в рух, спонукання) – це створення і підтримка у свідомості людей певної політичної, релігійної, моральної орієнтації через привернення їхньої уваги до лозунгів та символів і мобілізація громадськості на участь у конкретних соціально-політичних акціях. Це також діяльність журналістики в справі поширення оперативної інформації, що активно формує позицію читача.

Акредитація – це дозвіл, який надають органи державної влади журналістам для висвітлення певної події чи засідань законодавчого органу влади.

Альтернативні засоби масової інформації – преса, телебачення, радіо, Інтернет тощо, діяльність яких спрямована на формування громадської думки, яка відрізняється від пануючої ідеології. **А.з.м.і.** активно впливають на формування політичної опозиції в країнах із розвинутою демократією, є дійовим засобом формування альтернативної політики. За часів СРСР як альтернативна існувала лише підпільна преса дисидентів.

Брифінг (англ. *briefing* – інструктаж) – зустріч офіційних осіб із представниками ЗМІ, на якій пояснюється позиція уряду, президента з певного питання, або позиція, узгоджена сторонами, які беруть участь в міжнародних перемовинах, засіданнях, конференціях. В основі **Б.** лежить гармонізація, узгодженість дій у межах сучасної демократії.

Відділ преси – підрозділ у міністерствах і відомствах, який здійснює цілеспрямовану роботу серед акредитованих кореспондентів, забезпечуючи їх інформацією і сприяючи контактам журналістів з різними організаціями та громадськими діячами.

Війни інформаційні – у широкому розумінні – спосіб захисту власних інтересів країни через збереження «своїх» ресурсів чи здобуття «чужих» шляхом примусового спотворення інформаційного простору з метою перерозподілу ролей, місця та функцій його суб'єктів для досягнення переваг у політичній, соціальній, економічній, культурній, релігійній та ін. сферах; у вузькому – застосування інформаційних заходів у корпоративній конкуренції.

Витік інформації – формально не санкціоноване передавання в ЗМІ певної, часто таємної або неправдивої інформації.

Газета (від італ. – дрібна монета) – періодичне друковане видання на розгорнутих аркушах паперу, без обкладинки, з розміщенням тексту колонками, систематичними інформативно – аналітичними матеріалами про події і явища суспільно-політичного, економічного, культурного життя.

Газетна качка – псевдоінформація, фальшива, вигадана сенсація, іноді явна, безглузда брехня; ознака жовтої преси; засіб збільшення тиражу.

«Глобальне село» – термін, яким користуються, щоб вказати на те, що сучасне людство за умов надвисоких швидкостей та інформаційних технологій живе на планеті нібито без кордонів: увесь світ стає для

індивідуума настільки близьким і доступним, наче село. Термін уперше вжито 1962 р. канад. теоретиком *М.Маклуеном* у творі «Галактика Гутенберга», в якому він описує, як мас-медія долають бар'єри просторові та часові, уможливаючи людям спілкуватись у небачених досі масштабах – і в цьому сенсі Земля перетворюється у віртуальне «Г.с.» завдяки ЗМІ.

Громадська думка – це публічно висловлене ставлення великих груп людей до суспільно – політичних справ: важливих проблем розвитку політичної системи, економіки, освіти і т. д.

Громадський Консорціум свободи слова – об'єднує представників влади (зокрема АП, КМУ, Комітет ВРУ з питань свободи слова та інформації, Нацради з питань телебачення та радіо), партій влади та опозиції, власників та співзасновників ЗМІ, провідних журналістів, представників професійних галузей асоціацій, незалежних міжнародних організацій, для яких **Г.к.** є майданчиком надпартійної, професійної комунікації щодо розвитку медіапростору України. Подібні моніторинги в Україні проводяться з 1990-х рр., але особливість **Г.к.** в тому, що результати моніторингів мають визнаватися всіма його учасниками, передаються органам державної влади та публікуються у ЗМІ.

Гуманізм – це позиція журналіста, яка сприяє розвитку людини, забезпеченню її матеріальних і духовних потреб, миру й злагоди, рівноваги в суспільстві; виходить з пріоритету прав людини, які мусять бути гарантовані державою.

Дайджест (від англ. – стислий вигляд, резюме) – у сучасній журналістиці - скорочений або повний передрук матеріалів інших видань.

Державні ЗМІ належать державі, фінансуються і контролюються нею.

Електронна пошта (e-mail) – спосіб передачі кореспонденції між двома віддаленими точками негайно за допомогою міжнародної системи комп'ютерного зв'язку.

Електронні медіа – сукупність медіа, що для своєї трансляції послуговуються електронними засобами зв'язку, – телебачення, радіо, мережеві ресурси. Інколи під **Е.м.** розуміють лише Інтернет-ЗМІ, які створюють додаткові можливості для розвитку свободи слова як невід'ємної ознаки демократії. З метою недопущення неконтрольованого потоку неперевіреної інформації в Україні створена спільнота професійних електронних медіа, покликана здійснювати запровадження професійних стандартів журналістики в **Е.м.** в українському сегменті Інтернету.

Жанр (від франц. – рід) – це усталений тип твору, який склався історично і відзначається особливим способом засвоєння життєвого матеріалу, характеризується чіткими ознаками структури.

Жовта преса – бульварно - сенсаційні друковані ЗМІ, які під предметом журналістики розуміють події скандального характеру й розраховані на невибагливі смаки чисельного кола читачів. Жовта преса – низькопробна преса, що у пошуку за сенсаціями публікує недостовірну й

перекручену інформацію, скандальну хроніку, компроментуючі факти (реальні або вигадані) з особистого життя відомих людей. Інформація у таких виданнях є не як духовно-практичне знання, а як розважальний товар. Термін виник 1895 р. у США щодо газет «Нью-Йорк Уорлд» і «Нью-Йорк Джорнел», де в 1894–1898 рр. друкувався комікс «Жовта дитина», який був одним із перших коміксів, надрукованих в кольорі. Ці газети, окрім коміксу, були відомі ще й тим, що повідомляли про вбивства, нещасні випадки на пожежах та ін. надзвичайні події, щоб розважити своїх читачів і – головне – збільшити свій тираж. Газети були учасниками т.зв. «війн бульдогів» за читача, використовуючи при цьому експресивні заголовки статей, які б, за словами видавця цих газет *В.Р.Херста*, «кусали читачів неначе бульдоги».

Журнал (від франц. – щоденник) – періодичне друковане видання у вигляді брошури або книжки у м'якій обкладинці, що містить висвітлення актуальних подій у публіцистичних творах, а також літературні твори.

Журналістика – це соціальний інститут, створений з метою забезпечення всебічного й об'єктивного інформування всіх суб'єктів суспільного життя про соціальну дійсність, що необхідно для оптимального функціонування всіх інших соціальних інститутів і суспільства в цілому як саморегулятивної системи.

Замальовка – публіцистичний жанр, у якому показано враження автора від події, поєднані інформаційність і образність, ескіз з натури.

Замітка – це найпростіший інформаційний жанр оперативного газетного повідомлення, властивістю якого є стислість у подачі новини.

Звіт – це інформаційне повідомлення про роботу та перебіг заходу, у якому брала участь певна група людей, що вирішували суспільно-важливі питання.

Засоби масової інформації (ЗМІ) – це спеціалізована, розгалужена мережа установ, що займаються збором, обробкою і публічним передаванням інформації будь-яким особам за допомогою спеціального технічного інструментарію. **ЗМІ** (мас-медіа) – форми комунікації, такі як газети, журнали, радіо і телебачення, звукозапис, відеозапис, Інтернет тощо, що призначені інформувати масову аудиторію. На жаль, і після 20-ти років незалежності України **ЗМІ** не стали рупором громадянського сусп-ва, зосередженні в руках приватних осіб – сучасних олігархів, державних органів центральної і місцевої влади. Не відбулося також посилення комунікації влади і **ЗМІ**, посилюється перешкодження законній професійній діяльності журналістів, знизився рівень реакції державних органів на критичні публікації газет, звернення журналістів тощо. **ЗМІ**, які відійшли у приватний сектор, опинились у руках олігархів, сприяли засвоєнню й поширенню фальшивих цінностей.

Іміджем називають цілеспрямовано створений (переважно завдяки ЗМІ) образ-уявлення про певний об'єкт (явище, особу, партію), який за

допомогою асоціацій наділяють додатковими якостями (соціальними, політичними, соціально-психологічними), завдяки чому формується його позитивне сприйняття народом.

Інтерв'ю – інформаційний жанр, що подає суспільно вагому новину у вигляді відповідей особи на запитання журналіста.

Інтернет – найбільша в світі комп'ютерна мережа, утворена з метою нагромадження, обміну і швидкісного поширення інформації.

Інтернет в політиці – використання можливостей інформаційно-комунікаційних технологій глобальної інформаційної мережі у сфері політики: для покращення умов доступу громадян до інформації про діяльність політичних інститутів (розміщення цієї інформації на веб-сайтах); для розширення можливостей прямої політичної участі громадян (електронні вибори, електронний референдум, електронне голосування, електронні петиції, електронні кампанії, електронні опитування тощо); для оптимізації діалогу між громадськістю і владою (кожен, хто має доступ до мережі, може виступати як одержувачем, так і відправником інформації).

Інформація – це документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються в суспільстві.

Інформаційні агентства – посередницькі засоби масової комунікації, що збирають, обробляють інформацію і передають на договірних засадах в інші ЗМІ з метою розповсюдження через них.

Інформаційна влада – здатність власників інформації шляхом отримання, тлумачення, компонування та розповсюдження інформації впливати на формування суспільної свідомості, спонукати суб'єктів політики та економіки до дій у певному напрямку.

Інформаційна діяльність – сукупність дій, спрямованих на задоволення інформаційних потреб громадян.

Інформаційна політика – це регулююча діяльність державних органів, направлена на розвиток інформаційної сфери суспільства, яка охоплює не тільки ЗМІ, але й телекомунікації, інформаційні системи і ресурси, всю сукупність виробництв і відносин, пов'язаних зі створенням, зберіганням, обробкою, передачею інформації у всіх її видах – ділової, розважальної, науково – освітньої і т. п.

Інформаційний простір – сукупність територій, охоплених ЗМІ певної категорії (регіональними, національними, світовими).

Інформаційне суспільство – це якісно новий суспільний організм, в основу якого покладено раціональне використання інформації та інформаційних технологій на всіх напрямках індивідуально – суспільного розвитку.

Інфократія – влада володарів інформації, їх помітна роль у житті сучасного суспільства. Це поняття знайшло значне поширення в західній політологічній літературі 70-90-х рр. ХХ ст. (*О.Тоффлер, Б.Ланв'є, Е.Сміт,*

У.Дж.Мартін та ін.), присвяченій проблемам становлення «інформаційного суспільства», «геополітичної інформації» тощо.

Інформаційна блокада – перешкоджання, звуження з боку владних структур інформаційних можливостей виходу політичних опонентів на громадськість через ЗМІ. Проте в епоху Інтернету можливості **І.б.** звужуються, замовчувати щось стає складніше.

Інформаційна безпека – стан захищеності інформаційного простору країни від інформаційного втручання ін. країн з метою дестабілізувати суспільне життя, дезінформувати громадську думку, посягти паніку тощо.

Інформаційна війна (англ. *Information War*) – використання і управління інформацією з метою набуття конкурентоздатної переваги над супротивником.

Інформаційна діяльність – діяльність пов'язана з одержанням, використанням, поширенням та зберіганням інформації.

Інформаційна зброя – вид зброї широкого спектру заходів і засобів інфорційного впливу на противника – від дезінформації та пропаганди до засобів радіоелектронної боротьби. Головними елементами **І.з.** є інформація, інформаційні технології (технології інформаційного впливу), інформаційні процеси й технічні засоби, що застосовуються в інформаційному протиборстві.

Інформаційна політика – сукупність основних напрямів і способів діяльності держави щодо одержання, використання, поширення та зберігання інформації. Головними напрямками і способами державної **І.п.** є: забезпечення доступу громадян до інформації; створення національних систем і мереж інформації; зміцнення матеріально-технічних, фінансових, організаційних, правових і наукових основ інформаційної діяльності; забезпечення ефективного використання інформації; сприяння постійному оновленню, збагаченню та зберіганню національних інформаційних ресурсів; створення загальної системи охорони інформації; сприяння міжнародному співробітництву в галузі інформації та гарантування інформаційного суверенітету країни.

Інформаційне протиборство – форма боротьби, що є сукупністю спеціальних (у т.ч. політичних, дипломатичних, військових тощо) методів, способів і засобів вигідного впливу на інформаційну сферу об'єкта зацікавлення та захисту власної інформаційної сфери в інтересах досягнення визначених цілей.

Інформаційне суспільство (лат. *informatio* – виклад, роз'яснення) – термін, який застосовується для позначення сучасного стану індустріально розвинутих країн у зв'язку з новою роллю інформації у всіх галузях їх життєдіяльності, якісно новим рівнем продукування, переробки та розповсюдження інформації. Амер. дослідник *О.Тоффлер*, аналізуючи основні джерела політичної влади (силу, багатство і знання), прийшов до висновку, що в сучасній цивілізації знання підпорядковували силу і

багатства, стали визначальним чиником функціонування влади, у т.ч. й політичної влади.

Інформаційний простір – інтегральний електронний інформаційний простір, що створюється при використанні електронних медіа (телебачення, радіо, мережевих ресурсів); сукупність банків і баз даних, технологій їх супроводу та використання, інформаційних телекомунікаційних систем, що функціонують на основі загальних принципів і забезпечують інформаційну взаємодію організацій і громадян, а також спрямовані на задоволення їхніх інформаційних потреб. Основними компонентами **І.п.** є: інформаційні ресурси, засоби інформаційної взаємодії та інформаційна інфраструктура.

Інформаційний суверенітет – виключне право країни на володіння та розпорядження національним інформаційними ресурсами, здійснення національної інформаційної політики.

Інформаційний тероризм – поширення всіма ЗМІ, за допомогою Інтернету та ін. каналів зв'язку інформації її споживачам з метою дестабілізації, нагнітання обстановки в певній країні.

Інформація політична (лат. *informatio* – роз'яснення, виклад) – відомості, які передаються одними людьми ін. в процесі міжособистісної комунікації або поширюються каналами соціальної, масової комунікації з метою створення, поновлення, зміни уявлень людей, їх орієнтації в подіях і явищах *політичного життя*.

Канали комунікації – засоби або шляхи, за допомогою яких і якими передається інформація. Комунікаційний канал сприяє створенню (кодуванню) передачі та прийому (сприйняттю) інформації. Для цього потрібні мови, коди, знаки, матеріальні носії інформації та технічне обладнання (шифратори, прилади прийому та передачі сигналів, дешифратори та ін.). Передача інформації здійснюється вербально та невербально, за допомогою усного мовлення та письмово, через телебачення, відео, електронну пошту, журнали, газети, рекламні щити і т.д. Основний критерій вибору **К.к.** – доступність і відповідність цільовій аудиторії.

Коментар (від лат. – нотатки, тлумачення) – критичні міркування чи витлумачення певних подій і фактів громадського, наукового, культурного, політичного життя, пояснення політичного документа.

Комерційні ЗМІ перебувають у приватній власності й фінансуються за рахунок доходів від реклами і пожертв.

Комунікація політична (лат. *communicatio* – повідомлення, передача бесіда розмова) – процес передачі, обміну політичною інформацією, який структурує політичну діяльність і надає їй нового значення, формує громадську думку і політичну соціалізацію громадян з урахуванням їх потреб та інтересів. Безперервний процес обміну інформацією здійснюється як між індивідами, так і між тими, хто управляє і тими, ким управляють з метою досягнення згоди. Способи **К.п.**: через ЗМІ, суспільно-політичні організації, неофіційні контакти, особливі комунікативні ситуації або дії.

Кореспонденція – аналітичний жанр, у якому на обмеженому конкретному життєвому матеріалі розглядається певна тема, ставиться проблема та пропонується її розв’язання.

Критика (від грецьк. – мистецтво розбирати, судити) – розгляд, аналіз, обговорення яких-небудь явищ життя чи мистецьких творів з метою дати оцінку, з’ясувати сутність і природу явища.

Лід (від англ. – бути попереду, очолювати) – короткий виклад журналістського матеріалу, що розміщується після заголовку й перед основним текстом.

Маніпулювання політичне (фр. *manipulation*, лат. *manipulus* – пригоршня; *manus* – рука) – система засобів ідеологічного та духовно-психологічного впливу на *масову свідомість* з метою нав’язування певних ідей, цінностей, цілеспрямований вплив на *громадську думку* та *політичну поведінку* задля спрямування їх у заданому напрямку. Здійснюється **М.п.** за допомогою ЗМІ та політичних міфів.

Медіа-істеблішмент - привілейована група журналістів, які акредитовані у владних структурах і мають пільговий доступ як до високо посадових осіб, так і до урядової інформації.

Медіакратія (англ. *mass media* – засоби масової інформації (далі – ЗМІ) та гр. *κράτος* – влада) – активний вплив ЗМІ на політичну та суспільну дійсність, що проявляється як конструювання віртуальної реальності, формування штучного політичного дискурсу. Авторство терміна, за висновками фахівців, належить англ. мислителю *Т.Карлейлу*. За **М.** політики і ЗМІ перестають діяти в інтересах громадян. Створюється нова політична система – «псевдодемократія». За визначенням *С.Бодрунова*, **М.** є «особливий спосіб організації влади, за яким інформаційні відносини перетворюються на ключовий механізм форматування політичного простору та забезпечення взаємодії між владою й сусп-вом». За суттю політологічний термін **М.** має теж саме походження та зміст, що і «четверта влада», але з негативною конотацією. Термін «четверта влада» щодо ЗМІ виник на зорі появи ЗМІ як впливого суспільно-політичного інституту, незалежної влади поряд із трьома ін. (законодавчою, виконавчою та судовою), що опікувався захистом демократії. Вважається, що визнання ЗМІ як «четвертої влади», характеризує їх як контролерів, відповідальних посередників між владою та народом.

Мережеве суспільство – сусп-во, яке ґрунтується на горизонтальних соціальних зв’язках і гловну роль в якому відіграють не ієрархічні моделі, а соціальні мережі. Значну роль в формуванні такого сусп-ва відіграють сучасні комунікації, особливо мережевого типу на зразок Інтернету. Автор поняття – ісп. соціолог *М.Кастельс*.

Нарис – центральний жанр публіцистики, що передбачає оперативний відгук на подію, розкриття образу цікавої особи, розповідь про побут, звичаї людей своєї та чужої країни.

Огляд – аналітичний жанр, метою якого є ознайомлення читачів з перебігом подій за тривалий проміжок часу або рядом однорідних подій чи фактів за стислий хронологічний період.

Огляд преси – це форма рецензування друкованих видань (газет, журналів), узагальнення і популяризації їх досвіду, аналіз творчості певних журналістів.

Оперативність – своєчасність, швидка робота журналіста, його здібність готувати й передавати інформацію в стислі терміни.

Паблік рилейшнз (від англ. – зв'язки з громадськістю) – діяльність, що спрямовується на досягнення взаєморозуміння між організаціями (урядовими структурами, політичними партіями, громадськими організаціями та ін.) та громадськістю.

Пабліситі – діяльність, спрямована на підвищення репутації організації чи особи через активну публікацію в пресі позитивних матеріалів.

Парламентська публіцистика – це різновид оперативних та актуальних інформаційно – аналітичних та оглядових журналістських матеріалів про діяльність вищого законодавчого органу держави.

Партійна преса – друковані та рукописні видання політичних партій: періодичні – газети, журнали, бюлетені; неперіодичні – брошури, листівки, збірники.

Політика і ЗМІ – у політичній системі демократичного сусп-ва ЗМІ відіграють важливу роль. Сьогодні в укр. політичному процесі активно починає використовуватися Інтернет, який дозволяє політикам встановити зворотній зв'язок зі своїми виборцями. Політика як сфера суспільної діяльності найбільше потребує ЗМІ для встановлення і підтримки постійних зв'язків між її суб'єктами. Політика є неможлива без опосередкованих форм спілкування і спеціальних засобів зв'язку між різними носіями влади, а також між державою та громадянами. У сучасному сусп-ві ЗМІ все більше виступають не лише необхідною передавальною ланкою у складі механізмів політики, але й її творцем. Найбільш масовий і сильний політичний вплив на сусп-во мають аудіовізуальні засоби масової інформації, насамперед телебачення. Без преси, телебачення, радіомовлення жоден громадянин не може правильно зорієнтуватися у політичних процесах, визначити свою політичну орієнтацію, приймати відповідальні рішення. Наявність демократично організованих ЗМІ, здатних об'єктивно висвітлювати політичні події – одна із найважливіших гарантій стабільності демократичної країни. Проте історичний досвід свідчить, що ЗМІ можуть служити різним, не тільки демократичним, політичним цілям: як розвивати у людей прагнення до свободи, соціальної справедливості, допомогати їм у компетентній участі в політиці, так і духовно закріпачувати, дезінформувати, залякувати населення, сіяти недовіру і страх.

Політична «джинса» – публікація матеріалів про політику або політичну силу на замовлення, які не містять дотримання журналістських стандартів.

Як правило, в ЗМІ кількість замовних матеріалів на політичну тематику збільшується на передодні виборів і під час виборчої кампанії.

Політична комунікація – процес передавання політичної інформації, яка циркулює від однієї частини політичної системи до іншої, між політичною та суспільною системами, а також між політичними структурами, суспільними групами та індивідами.

Політичне маніпулювання – (від франц. – пригоршня) – це приховане управління політичною свідомістю та поведінкою людей в певних політичних інтересах з метою залучити людей до дії чи бездіяльності.

Політичний маркетинг – це сукупність методів і способів цілеспрямованого впливу певного суб'єкта політики на різні соціальні групи заради донесення до них вигідної про себе інформації у найдоступнішій формі і через найефективніші канали її поширення.

Правдивість – це засада діяльності журналіста, що передбачає об'єктивність його у висвітленні подій, неупереджений підхід до явищ життя; це якісна здатність ЗМІ подавати неспотворену картину дійсності.

Прес-аташе – співробітник в апараті посольства, уповноважений здійснювати безпосередні контакти з пресою країни перебування.

Прес – конференція – масове інтерв'ю, де одна людина або група людей інформують журналістів про ту чи іншу подію і відповідають на їх запитання.

Прес-реліз (від «*преса*» та англ. *relese* – випустити з друку) – документ, в якому організація чи публічна особа подає інформацію про певну подію або захід до ЗМІ.

Прес-служба – підрозділ держустанови, органу влади, політичного лідера, політичної партії, суду, корпорації, великої або середньої фірми, що здійснює взаємодію даної структури з пресою та ін. ЗМІ. До ін. видів діяльності **П.-с.** відносять: створення інформаційного банку даних фонотеки, відеотеки, що віддзеркалюють суспільно-значущу діяльність організації; постійний моніторинг інформаційного простору; розробка PR-проектів і PR-програм; організація прес-конференцій, інформаційно-аналітичне забезпечення співробітників організації з питань, що торкаються їх інтересів, тощо.

Прес-секретар – особа, яка планує, організовує, координує процес реалізації та оцінює комунікаційну діяльність усієї організації чи особи.

Прес-центр – спеціальний підрозділ, що створюється на час проведення великих і важливих заходів (виставка, міжнародна конференція чи переговори) з метою їх інформаційного забезпечення.

Пропаганда – це систематична діяльність, що передбачає формування потрібного сприйняття аудиторією наданого їй повідомлення.

Публіцистика (від лат. – суспільний, народний) – це своєрідний тип творчості, предметом якого є актуальні явища й важливі питання поточного життя суспільства, а метод їх освоєння характеризується

поєднанням логічно – абстрактного й конкретно – образного мислення, внаслідок чого створюється публіцистичний твір, спрямований на дослідження, узагальнення й пояснення явищ життя, з метою впливу на громадську думку й суспільну свідомість.

Радіо (від лат. – випромінюю проміння) – це спосіб передачі інформації на відстань за допомогою радіохвиль.

Реклама (від лат. – вигукую) – це популяризація товарів, видовищ, послуг за допомогою друкованих чи електронних органів масової інформації або поширення відомостей про кого-небудь чи що-небудь з метою підвищення їхнього авторитету, привернення суспільної уваги.

Репортаж (від фран. – повідомляю) – інформаційний жанр журналістики, предметом якого є цікаві для громадськості події дня, це оперативна розповідь очевидця або учасника події.

Рецензія (від лат. – розгляд) – аналітичний жанр, у якому передбачається інтерпретація та оцінка художнього чи наукового твору.

Речник – особа, уповноважена виступати від імені організації чи особи, пропагувати серед аудиторії її політику та роз'яснювати конкретні акції.

Світові мас-медіа (mass media) – ЗМІ, які мають глобальний характер впливу. **С.м.-м.** складаються з таких організацій – телебачення, радіо, газет, журналів, які утворюють великий та впливовий сегмент творення глобальної суспільної думки. Термін мас-медіа також застосовується до організацій, які контролюють ці технології, наприклад, телевізійних каналів або видавництв. До **С.м.-м.** відносять, наприклад, BBC, «Al-Jazeera», CNN, «Sky News», Frans Press.

Свобода інформації – вільний, гарантований законодавством, доступ загалом до інформації в урядових документах і органів місцевої влади.

Свобода преси – це право громадян та їх організацій вільно викладати свої погляди і переконання через ЗМІ, це необхідна умова для найповнішого виявлення політичного змісту і суспільних функцій мас-медіа.

Свобода слова – одна із базових норм демократичного сусп-ва та важлива складова системи демокр. свобод громадянина, яка передбачає можливість не лише для професійних політиків, але і пересічних громадян, вільно висловлювати власні погляди на політичній устрій сусп-ва, політичний процес, можливі перспективи їх подальшого розвитку. При тому, це стосується висловлення суджень у всіх можливих формах, в т.ч. і у ЗМІ.

Свобода творчості – це визнання за автором права вільно, відповідно лише до своїх поглядів і уподобань, відтворювати й витлумачувати об'єктивну дійсність.

Стаття – найважливіший аналітичний жанр журналістики, що на підставі розгляду та співставлення значної групи фактів чи ситуацій ґрунтовно і глибоко, з науковою точністю трактує, осмислює й теоретично узагальнює проблеми соціальної дійсності.

Суспільно – правові ЗМІ фінансуються переважно за рахунок спеціального податку, мають юридичні права та органи самоврядування і контролюються суспільними радами.

Телебачення (від грецьк. – далеко бачити) – це бачення на віддалі рухомих зображень; це спеціальна техніка, що передає зображення на великі віддалі; це передачі, які ми бачимо на екранах телевізорів.

Теледипломатія – це застосування телебачення як посередника у переговорах ворогуючих сторін, коли відсутні будь-які інші традиційні засоби спілкування.

Телеконференції (телемости) – зв'язок за допомогою супутникової техніки між двома точками землі незалежно від відстані та регіону з метою спілкування між групами людей, участі в обговоренні важливих суспільно – політичних проблем.

Ток-шоу (англ. *talk show*) – жанр телепередачі, телевізійної дискусії, обговорення питань загального інтересу, точок зору. Як правило в **Т.-ш.** беруть участь запрошені експерти з конкретних питань, запрошені гості, але можуть також і присутні глядачі. Спілкування гостей телепрограми організує звичайно один або кілька телеведучих – ЗМІ-модераторів. Найчастіше, основною темою дискусії є інтерв'ю із запрошеними гостями до студії – політиками, знаменитостями, фахівцями.

Фейлетон – сатиричний жанр публіцистики, що виявляє комічну сутність негативних фактів і явищ дійсності.

Цензура ЗМІ – це систематичний контроль за діяльністю мас–медіа з боку влади шляхом конституційних, судових, адміністративних, фінансових або фізичних засобів. **Ц.** – вимога, спрямована, зокрема, до журналіста, ЗМІ, його засновника (співзасновника), видавця, керівника, розповсюджувача, узгоджувати інформацію до її поширення або накладення заборони чи перешкоджання в будь-якій ін. формі тиражуванню або поширенню інформації. **Ц.** в СРСР офіційно була скасована влітку 1990 р.

«Четверта влада» – це метафорична назва ЗМІ, яка означає, що ЗМІ є своєрідною владою: вони на відміну від владних структур не керують суспільством, не видають закони, не вирішують судових справ – ЗМІ володіють потужними можливостями впливу на свідомість і поведінку людей за допомогою переконання, аргументації, сили авторитету і слова.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ ПОГЛИБЛЕНОГО ВИВЧЕННЯ

- Бондар Ю.В.* Національний інформаційний простір новітньої України: становлення та функціонування у процесі політичної трансформації суспільства: Монографія. – К.: МАУП, 2007. -184 с.
- Борзенко О. І.* «Харьковский Демокрит» як феномен українського Просвітництва //Українська періодика: історія і сучасність.– Х., 1998.-С. 57
- Бочковський О. І., Сірополко С.* Українська журналістика на тлі доби (історія, демократичний досвід, нові завдання) // За ред. К. Костева й Г. Комаринського. – Мюнхен: УТГІ, 1993. – 204 с.
- Бень Орися.* Мас-медіа як засіб маніпуляції свідомістю // Політекс. – Львів: Центр політичних досліджень, 2004. – С. 59 – 62.
- Вартанов Г. І., Шкляр В. І.* Основи теорії журналістики. - К., 1997.
- Ворошилов В. В.* Журналістика. Базовый курс. Учебник. 5-е издание. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006.- 640 с.
- Владимиров В. М.* Основы журналистики в понятиях и комментариях: Учебное пособие. — Луганск: Изд-во ВУГУ, 1998. - 144 с.
- Гутиря І.* Тиражна і цінова політика редакції періодичного видання // Українська журналістика – 99 /За ред. А. Москаленка.– К., 1999- С.65-70.
- Гір Г.* Кабельне телебачення України. Стихія чи система // Віче. - 2000.- № 8.
- Гриценко О. М.* Інформаційне суспільство і цілі державної політики // Вісник. - Журналістика. - Випуск 9. - К.: ВПЦ "Київ. ун-т", 2001.
- Гриценко О.* Політика і преса: два вектори взаємодії // Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2001, Випуск 21. - С. 137-138
- Гриценко О., Кривошея Г., Шкляр В.* Основи теорії журналістської діяльності. - К., 2000.
- Гриценко О. М.* Суспільство, держава, інформація. - К.: Інститут журналістики КНУ, 2001.
- Гриценко О. М., Шкляр В. І.* Основи теорії міжнародної журналістики. –К.: Видав. – поліграфічний центр „Київський університет”, 2002. - 304с.
- Гриценко О. М., Шкляр В. І.* Преса і політика: проблеми, концепції, досвід. - К.: Інститут журналістики КНУ, 2000.
- Гриценко О., Шкляр В.* Конституційно – правовий статус ЗМІ в суспільстві // Основи теорії міжнародної журналістики. – К.: «Київський університет», 2002. – С. 73 – 84.
- Даніель Корню.* Етика ЗМІ / Пер. з франц. – К.: «К.І.С», 2004. – 130с.
- Дуцик, Діана.* Політична журналістика. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2005. – 138 с.

Дмитрук В. Г. Нарис з історії української журналістики ХІХ ст. – Львів: Вища школа, 1969. – 145 с.

Друковані та електронні ЗМІ України: Довідник: У 3 ч. – К., 1999

Животко А. Історія української преси / З передмовою К. Костева. – Мюнхен: Український технічно – господ. інститут, 1989 – 1990. – 334 с.

Журналістика та основи редакторської майстерності: Навч. посіб. Рекомендовано МОН/ Жадько В.О. – К., 2012. – 217 с.

Засурский Я. Н. Концепция Ф. Сиберта, Т. Петерсона, У. Шрамма // Буржуазные теории журналистики (Критический анализ). – М.: Мысль, 1980. – С. 9 - 25.

Заярна О. Як переконати масову аудиторію: психологічні чинники ефективності пропаганди // *Нова політика*, 1999. - № 1.

Закон України «Про друковані ЗМІ (пресу) в Україні». – К., 1992.

Закон України «Про інформацію». – К., 1992.

Закон України «Про телебачення і радіомовлення». – К., 1993.

Закон України «Про інформаційні агентства». – К., 1995.

Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. - 2-е вид., перер. і доп. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с.

Зеров М. К. Українське письменство ХІХ ст. // *Зеров М. К. Твори: У 2 т.* – К., 1990. – Т. 2. – С. 4–245.

Інформаційна сфера як духовне явище / За ред. проф. А. Москаленка. – К.: Центр вільної преси, 1999. – 122 с.

Історія української дожовтневої журналістики. – Львів: Вища школа, 1983. – 511 с.

Іванов В. Ф. Правові засади діяльності українських мас-медіа // *Вісник Львів. ун-ту. Серія журналістики*, 2001. – Вип. 21. – С. 58 – 65.

Каппон, Рене Дж. Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс: Професійний порадник / Пер. з англ. А. Іщенко. - К.: Вид. дім «Києво – Могилянська академія», 2005. - 158 с.

Квіт Сергій. Масові комунікації: Підручник. – К.: Вид. дім «Києво-могилянська академія», 2008. – 206 с.

Королько В. Г. ПР: наукові основи, методична практика. - К., 2001.

Кревецький І. Перша газета в Україні. – К.: Український науковий інститут книгознавства, 1927. - 15с.

Крейг, Ричард. Інтернет-журналістика: робота журналіста і редактора у нових ЗМІ/ Перек. з англ. А. Іщенко. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. – 324 с.

- Кузнецова О. Д.* Спроба класифікації сучасних журнальних видань України // Збірник праць науково – дослідного центру періодики. Вип. 2.- Львів, 1995. – С. 174 – 180.
- Кузнецова О. Д.* Аналітичні методи в журналістиці: Навч. посібник. – Львів: Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2002. - 120 с.
- Кузнецова О. Д.* Засоби масової комунікації: Навч. посіб. – Львів: ПАІС, 2005.- 200с.
- Кузнецова О.* Журналістська етика та етикет: основи теорії, методики, дослідження трансформації незалежних видань України, регулювання моральних порушень: Монографія. - Львів: Світ, 1998. - 412 с.
- Кузнецова О.* Генераційно-політичні показники політичного лідерства в державній пресі // Нова політика. - 2000. - № 2
- Лобокін М.* Маніпуляційні впливи в системі політичних технологій. // Школа політичної аналітики. // www.spa.org.ua.
- Лизанчук В. В.* Радіомовлення в системі ЗМІ // Телевізійна й радіожурналістика. – Львів, 1999. – 314 с.
- Лещенко П. Я.* Перші спроби літературної критики (Огляд харківських журналів першої чверті ХІХ ст.: «Харьковский Демокрит», «Украинский вестник», «Украинский журнал») //Радянське літературознавство. – 1961. - № 6. – С. 108 – 115.
- Любосветов Д. И.* Радиовещание и аудитория: некоторые особенности взаимодействия // Вестник Московського ун-та. Серія: журналістика. – 1999. - № 3. – С. 3 – 16.
- Марченков В.* Первый радиотехник А. Попов // Радио. - 1995.- № 1-3. – С. 4 – 5.
- Мадисон А.* Маршал Маклюен и информационные войны // www.smi.ru
- Мак-Квейл Д.* Теорія масової комунікації/ перек. з англ. Оля Возьна, Галина Сташків. – Львів: Літопис, 2010. – 538.
- Масова інформація: Підручник / А. Москаленко, Л. Губерський, Ф. Іванов.* – К.: Либідь, 1997.
- Матвієнків С.М.* Засоби масової інформації в політичному житті суспільства. Методичні рекомендації для студентів історичного факультету (спеціальність 6. 040300 – політологія). – Івано-Франківськ: Плай, 2005.- 46 с.
- Манаєв О. Т.* Теоретичні витoki тоталітарної моделі масової комунікації // Філософська і соціологічна думка. – 1997. - № 5. – С. 15- 20
- Макаренко Є. А.* Європейське інформаційне право. - К., 2001.
- Марущак А.І.* Інформаційне право: Доступ до інформації: Навчальний посібник. – К.: КНТ, 2007. – 532 с.
- Маценко Г.* Оссуді // Українська журналістика в іменах / За ред.

- М.Романюка. – Львів, 1998. – Вип. 5. – С. 239 – 240.
- Мащенко І.* Глобальне телебачення. – К., 1992. – 232 с.
- Мащенко І.* Горизонти всесвітнього телебачення. – К., 1994.
- Масова інформація: Підручник / А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Іванов, В. А. Вергун.* - К.: Либідь, 1997. - 216 с.
- Мей Кристофер.* Інформаційне суспільство. Скептичний погляд / Пер. з англійської. - К.: «К.І.С.», 2004. - 220 с.
- Михайлин І. Л.* Теоретико – літературна концепція Розумника Донорського як естетична програма журналу «Український вестник» // Київська старовина. – 1998. - № 4. – С. 114 – 126.
- Місьо М.* Правничі засади діяльності журналістів в Україні. – Львів, 2000.
- Михайлин І. Л.* Історія української журналістики ХІХ століття: Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 720 с.
- Михайлин І. Л.* Основи журналістики: Підручник. Вид. 3-е доп. – К.: ЦУЛ, 2002. – 284 с.
- Москаленко А. З.* Вступ до журналістики: Підручник. - К., 1997.
- Москаленко А. З.* Теорія журналістики: Підручник. - К.: ЕксОб, 2002.- 334 с.
- Нерух О. О.* Першооснови журналістської творчості: Навчальний посібник. - Х.: Світ дитинства, 2000. - 108 с.
- Нечиталюк М. Ф.* Методологічні проблеми історико – журналістських досліджень // Українська періодика: історія і сучасність: Тези доповідей і повідомлень Всеукраїнської науково – теоретич. конф-ї (9 – 10 грудня 1993р.). – Львів, 1993. - С. 17 - 22
- Основи масово-інформаційної діяльності: Підручник / А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Іванов.*- К., 1999. - 634 с.
- Осноvy творческой деятельности журналиста: Учебник для студ. вузов по спец. "Журналистика" / Ред.-сост. С. Г. Корконосенко.* - СПб.: Знание, СПБИНВЭСЭП, 2000. - 272 с.
- Партико З.В.* Теорія масової інформації та комунікації: Навчальний посібник. – Львів: Афіша, 2008. – 292 с.
- Паславський І. І.* Політична реклама в телепросторі України // Телевізійна і радіожурналістика / Зб. наук. – метод. праць. – Вип. 2. - Львів, 1999.
- Паславський І. І.* Парламентська публіцистика: особливості, здобутки і прорахунки // Збір. праць каф. укр. преси. – Львів, 2000. – С. 233 – 239.
- Петрів Т. І., Слісаренко І. Ю.* Світові мас-медіа //Короткий довідник для студентів Інституту журналістики. - К.: Видав. центр "КНУ", 1999.
- Петренко В.* Комплекс підпорядкованості, або становлення засобів масової інформації в незалежній Україні // Віче. -2001. - № 10. - С. 19-32

Політологія: сучасні терміни і поняття. Короткий навчальний словник-довідник для студентів ВНЗ I-IV рівнів акредитації. – 4-те видання, виправлене і доповнене / укладач В. М. Піча, наук. редакція Л.Д. Климанської, Я.Б. Турчин, Н.М. Хоми.–Львів: Новий Світ-2000, 2015.– 516 с.

Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння. Серія: Медіакритика.– Львів: ПАІС, 2004.–312 с.

Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз для професіоналов. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер. – 2000. – 624 с.

Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. - 2-е вид., доп. - К.: Вид. центр "Київський університет", 1999. - 308 с.

Почепцов Г. Г., Чукут С.А. Інформаційна політика: Навч. посіб.- К.: Знання, 2006. – 663 с.

Пристапенко Т. Право і журналістика: Посібник для студентів Інституту журналістики. – К., 2002. – 36 с.

Різун В. В. Загальна характеристика масово - інформаційної діяльності. – К., 2000.

Роль комунікацій у політиці // Пугачов В., Соловьев В. Введение в политологию. – М., 2001.

Романюк М. М. Історія української преси: проблеми періодизації // Збір. праць наук. –дослід. центру періодики. – Львів, 1994.– Вип.1.–С. 6-14.

Рябкало В. А., Валецький О. Л. Пріоритети державної політики у формуванні інформаційної сфери та забезпечення свободи слова. // Шляхи формування громадянського суспільства в Україні. Забезпечення права людини на свободу слова та інформацію. - Харків - 2001.- С. 9 - 14

Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління.- К.: МАУП.- 2001.- 103 с.

Сучасне і майбутнє журналістики в плюралістичному суспільстві. – К., 1999.

Сучасні інформаційні технології: Навч. посібник. – 2-е вид., випр., Рекомендоване МОН/ Косинський В.І., Швець О.Ф. – К., 2012.- 318с.

Сучасна інформаційна політика / За ред. проф. А. Москаленка.– К.: Центр вільної преси, 1999.

Срібняк І.В., Палієнко М.Г. Зарубіжні мас-медіа: виникнення, особливості функціонування, основні тенденції розвитку (XVII-XX ст.). - К.: Науково-дослідний центр орієнталістики імені Омеляна Пріцака На УКМА.-2011. - 152 с.

Срібняк І. В. Історія журналістики країн світу (XVII-XX ст.): Підручник для студентів вищих навчальних закладів / МОН України; Держ. установа «Ін-т

всесвітньої історії НАН України»; Київ. ун-т ім. Б.Грінченка. – К.: Київ. ун-т ім. Б.Грінченка, 2013. – 264 с.

Стецишин О. Як нас дурять. // Експрес. – 2004. – 16 – 23 вересня.

Столярова Н. І. Свобода слова і контроль над засобами масової інформації.

// Шляхи формування громадянського суспільства в Україні. Забезпечення права людини на свободу слова та інформацію. – Харків, 2001. - С. 124 - 129

Українське законодавство: Засоби масової інформації. — К.: IREX ПроМедіа Україна, 2000. - 256 с.

Українська журналістика в іменах: Матеріали до енциклопедичного словника / За ред. М. М. Романюка. – Львів, 1994. – 2002. – Вип. 1- 9.

Теорія журналістики: Етичні та правові засади діяльності ЗМІ: Навч. посіб. Рекомендовано МОН/Пристаупенко Т.О.–К.,2011.–351с.

Штрмайер, Герд. Політика і мас-медіа/ Пер. з нім. А. Орган. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 303с.

Цісак Войцех. Трансформація преси в Україні та Польщі в контексті суспільних змін (1989 – 1999).– К.: Центр вільної преси, 2000.-218с.

Чиж І., Іванов В. Законодавче регулювання діяльності комп'ютерних мас-медіа. – К.: Парламентське видавництво, 1999. – 16 с.

Федченко П. М. Матеріали з історії української журналістики. – К.: Вид-во Київ. ун-ту, 1959. – Вип.1.: Перша половина ХІХ ст. – 338с.

Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія і практика : підручник / Анатолій Володимирович Яковець . – Київ : ВД "Києво-Могилянська академія", 2007 . – 239 с.

Яцимірська О. Культура фахової мови журналіста. - Львів: ПАІС, 2004.

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Тематичний план навчального курсу.....	6
Навчальна програма курсу.....	7
Плани та методичні рекомендації до семінарських занять.....	11
Індивідуальна навчальна робота зі студентами.....	24
Самостійна робота студентів.....	32
Комплексна контрольна робота.....	34
Екзаменаційна документація.....	38
Програмові вимоги до курсу.....	44
Короткий термінологічний словник.....	46
Рекомендована література для поглибленого вивчення.....	57

Світлана МАТВІЄНКІВ

**ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ
В ПОЛІТИЧНОМУ ЖИТТІ СУСПІЛЬСТВА**

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК
ДЛЯ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ
6.030104 «ПОЛІТОЛОГІЯ»

В авторській редакції
Формат 60x84 1/16. Папір офсетний.
Друк цифровий.
Гарнітура Times New Roman.
Умовн. друк. арк. 3,72
Наклад 100 прим.

**ВИДАВНИЦТВО
“НАІР”**

Івано-Франківськ, вул. Височана, 18,
тел. (034) 250-57-82, (050) 433-67-93
email: fedorynrr@ukr.net

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного
реєстру видавців, виробників і розповсюджувачів
видавничої продукції №4191 від 12.11.2011р.