

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА

**Матвієнків Світлана Миколаївна**

**ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ  
В ПОЛІТИЧНОМУ ЖИТТІ СУСПІЛЬСТВА**

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ**

для студентів історичного факультету  
(спеціальність 6.040300 – політологія)

ІВАНО-ФРАНКІВСЬК

2005

**ББК 66.011. 1**  
**УДК 303.725.37**  
**М 33**

**Матвієнків С.М. Засоби масової інформації в політичному житті суспільства. Методичні рекомендації для студентів історичного факультету (спеціальність б. 040300 – політологія). – Івано-Франківськ: Плай, 2005. – 46 с.**

***Рецензенти:***

**Штерн Валерій Юхимович**, кандидат історичних наук, доцент кафедри політології Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника;

**Макаровський Іван Петрович**, доцент кафедри історії і політології Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

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 семінарів, заліку, написання рефератів, контрольних, курсових, бакалаврських та дипломних робіт з даної проблематики.

*Схвалено на засіданні кафедри політології історичного факультету  
Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника  
(протокол № 8 від 5 квітня 2005 року)*

*Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради історичного факультету  
Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника  
(протокол № 3 від 26 квітня 2005 року)*

## ЗМІСТ

<b>Вступ.....</b>	<b>4</b>
<b>Тематичний план.....</b>	<b>6</b>
<b>Навчальна програма курсу.....</b>	<b>7</b>
<b>Плани семінарських занять.....</b>	<b>11</b>
<b>Контрольні роботи з курсу “ЗМІ в політичному житті суспільства”.....</b>	<b>26</b>
<b>Програмові вимоги з курсу “ЗМІ в політичному житті суспільства”.....</b>	<b>28</b>
<b>Короткий термінологічний словник.....</b>	<b>30</b>
<b>Рекомендована навчальна і довідкова література.....</b>	<b>35</b>
<b>Програма і методичні рекомендації з організації навчально-ознайомлювальної практики в засобах масової інформації.....</b>	<b>43</b>

## 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 кожну 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 настрої 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 методикау курсу. Програма розрахована на 22 лекційних і 16 семінарських годин та передбачає ознайомлення студентів з:

- історією виникнення журналістики, яка покликана задовольняти попит людей на відомості про навколишній світ, в тому числі – на новини політичного характеру;

- особливостями сучасних ЗМІ, що мають суттєві відмінності від мас-медіа попередніх часів;

- принципами, на яких будуються ЗМІ та їх функціями, місцем і роллю у висвітленні політичних процесів і політичних кампаній;

- розглядом основ творчої лабораторії 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, використовуючи найбільш дохідливі та яскраві мовні засоби, жанри.

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 стратегічне завдання даного курсу полягає в тому, щоб:

- дати або доповнити 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 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. 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 транслювання 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 сформувати сучасного високопрофесійного політолога – авторитета й професіонала у конкретній ділянці знань чи суспільних проблем.

Пропоновані методичні рекомендації містять: тематичний план, навчальну програму курсу, плани семінарських занять, контрольні роботи та програмові вимоги з курсу. 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 присвячується проблемам ЗМІ або бакалаврську чи дипломну роботу з будь-якої політологічної проблеми, коли друковані ЗМІ будуть одними з їх джерел.

## ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН (38 годин)

№	Назва теми	Кількість годин	
		лекційні	семінарські, самостійні роботи
1.	Передумови виникнення журналістики	2	2
2.	Методологічні проблеми журналістики	4	4
3.	Сутність та історія зародження друкованих ЗМІ й інформаційних агентств	2	2
4.	Аудіовізуальні ЗМІ: специфіка та структура	2	2
5.	Мас-медіа та політична свідомість громадян	2	2
6.	Основні жанри публіцистики з політичних проблем	2	ср
7.	Правові основи діяльності засобів масової інформації	2	2
8.	Вплив ЗМІ на функціонування політичної влади	2	2
9.	Паблік рилейшнз в системі політичної комунікації	2	ср
10.	Сучасна масово-інформаційна ситуація в Україні	2	ср
<b>Всього: 38</b>		<b>22</b>	<b>16</b>

Згідно плану навчального навантаження курс розрахований на четвертий семестр. Його загальний обсяг – 38 годин аудиторного навантаження. Підсумкова форма контролю – диференційований залік. Щоб опанувати знаннями даного курсу, студентам необхідно обов'язково конспектувати лекції (на лекціях рекомендовано брати участь у розв'язанні проблемних питань) і сумлінно виконувати всі домашні завдання, вчити теорію і виступати у ЗМІ зі своїми матеріалами. Курс також передбачає аудиторне обговорення рефератів, повідомлень і практичних завдань, підготовлених студентами на основі самостійного вивчення рекомендованої і довідкової літератури. Організувати роботу студентам допоможуть дані методичні рекомендації.

## НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА КУРСУ

### ТЕМА 1.

#### **Передумови виникнення журналістики (2 год.)**

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 друкowana 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.

Проблеми періодизації історії української журналістики. Наявні концепції: Осипа Маковея, Аркадія Животка, М. Нечиталюка та М. Романюка. Сучасні періоди розвитку української журналістики. Методологічна складність проблеми історії журналістики й необхідність поліфонічного підходу. Обсяг предмета історії журналістики.

### ТЕМА 2.

#### **Методологічні проблеми журналістики (4 год.)**

“Чотири теорії преси” Ф. Сіберта, Т. Петерсона, В. Шрамма: авторитарна, тоталітарна, ліберальна та соціально відповідальна. Теорія масових комунікацій Герберта Маршала Маклюена.

Загальні поняття та визначення журналістики, її об'єкт і предмет. 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”. Класифікація та основні ознаки ЗМІ. Принципи добору інформації в ЗМІ. Форми організації сучасних ЗМІ: комерційні, державні, суспільно-правові.

Загальні та спеціальні функції ЗМІ. Загальні: інформаційна, формування громадської думки. Спеціальні: організаційна, соціальної критики, ідеологічна, культурна, розважальна, рекламна, артикуляція, соціалізація, кореляція.

## ТЕМА 3.

**Сутність та історія зародження друкованих ЗМІ  
й інформаційних агентств (2 год.)**

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 4.

**Аудіовізуальні ЗМІ: специфіка та структура (2 год.)**

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 5.

**Мас-медіа та політична свідомість громадян (2 год.)**

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 6.

**Основні жанри публіцистики з політичних проблем (2 год.)**

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 (змітка, 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 7.

**Правові основи діяльності засобів масової інформації (2 год.)**

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 8.

**Вплив ЗМІ на функціонування політичної влади (2 год.)**

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.

**Паблік рилейшнз в системі політичної комунікації (2 год.)**

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 10.

**Сучасна масово-інформаційна ситуація в Україні (2 год.)**

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.

# ПЛАНІ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

## СЕМІНАР 1.

**Тема: Передумови виникнення журналістики (2 год.)**

### 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, “Англійський вісник”, “Журналь де Саван”, “Татлер”, “Спектейтор”, кобзарство, публіцистика Київської Русі, полемічна література, козацькі літописи, творчість мандрівних дяків, “Кур’єр польський”, “Львівська газета”, “Харьковский еженедельник”, “Харьковский Демокрит”, “Украинский вестник”, “Устав про цензуру 1804 року», періодизація історії журналістики, факти біографії, факти критики, факти історії.

### ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

1. 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.
2. 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. Які передумови виникнення журналістики?
2. Які ви знаєте основні етапи зародження світової журналістики?
3. Назвіть перші в світі друковані видання та їх засновників.

4. Назвіть особливості періоду становлення вітчизняної преси.
5. Поясніть, чому українська національна журналістика зароджується значно пізніше, ніж преса народів з глибокими традиціями державного будівництва?
6. Під впливом яких чинників формується українська преса?
7. Класифікуйте національні джерела зародження вітчизняної журналістики.
8. Обґрунтуйте вислів: “На перехід від журналістики в Україні до української журналістики пішло занадто багато часу...”.
9. Назвіть перші періодичні видання на території України та охарактеризуйте їх.
10. Проаналізуйте перші періодичні видання у м. Львові: особливості, засновники та значення.
11. Чому саме в м. Харкові у XVIII ст. склалися сприятливі умови для розвитку журналістики?
12. Обґрунтуйте значення перших періодичних видань для подальшого розвитку вітчизняних ЗМІ.
13. Порівняйте періодизації історії української журналістики О. Маковея та А. Животка з періодизацією М. Нечиталюка. Що є між ними спільного і відмінного?
14. Охарактеризуйте бачення проблеми періодизації вітчизняної журналістики сучасним дослідником М. Романюком.

#### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

1. **Багалея Д. И., Миллер Д. П.** История города Харькова за 250 лет его существования (1655 – 1905). Историч. монография. – В 2т. – Х., 1993.
2. **Бернштейн М. Д.** Журналістика // Історія української літератури: У 8 т. – К., 1968. – Т. 3. – С. 52 – 81.
3. **Білецький Л. Т.** Основи української літературно-наукової критики. – К.: Либідь, 1998. – 408 с.
4. **Борзенко О. І.** “Харьковский Демокрит” як феномен українського Просвітництва // Українська періодика: історія і сучасність. – Х., 1998. – С. 57.
5. **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.
6. **Ворошилов В. В.** Журналістика: Учебник. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 1999. – 304 с.
7. **Дмитрук В. Г.** Нарис з історії української журналістики XIX ст. – Львів: Вища школа, 1969. – 145 с.
8. **Животко А.** Історія української преси / З передмовою К. Костева. – Мюнхен: Український технічно – господ. інститут, 1989 – 1990. – 334 с.
9. **Зеров М. К.** Українське письменство XIX ст. // Зеров М. К. Твори: У 2 т. – К., 1990. – Т. 2. – С. 4–245.
10. Історія української дожовтневої журналістики. – Львів: Вища школа, 1983. – 511 с.

11. **Кревецький І.** Перша газета в Україні. – К.: Український науковий інститут книгознавства, 1927. – 15 с.
12. **Лещенко П. Я.** Перші спроби літературної критики (Огляд харківських журналів першої чверті XIX ст.: “Харьковский Демокрит”, “Украинский вестник”, “Украинский журнал”) // Радянське літературознавство. – 1961. – № 6. – С. 108 – 115.
13. **Маковей Осип.** П'ятдесятилітній ювілей руської публіцистики // Літературно – науковий вісник. – 1898. – Т. 2. – № 4. – С. 117.
14. **Маценко Г.** Оссуді // Українська журналістика в іменах / За ред. М. Романюка. – Львів, 1998. – Вип. 5. – С. 239 – 240.
15. **Михайлин І. Л.** Історія української журналістики XIX століття: Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 720 с.
16. **Михайлин І. Л.** Теоретико – літературна концепція Розумника Донорського як естетична програма журналу “Украинский вестник” // Київська старовина. – 1998. – № 4. – С. 114 – 126.
17. **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.
18. **Романюк М. М.** Історія української преси: проблеми періодизації // Збір. праць наук. – дослід. центру періодики. – Львів, 1994. – Вип. 1. – С. 6 -14.
19. Українська журналістика в іменах: Матеріали до енциклопедичного словника / За ред. М. М. Романюка. – Львів, 1994. – 2002. – Вип. 1- 9.
20. **Федченко П. М.** Преса та її попередники. – К.: Наукова думка, 1969. – С. 252 – 253.
21. **Федченко П. М.** Матеріали з історії української журналістики. – К.: Вид-во Київ. ун-ту, 1959. – Вип. 1: Перша половина XIX ст. – 338 с.

## СЕМІНАР 2.

**Тема: Методологічні проблеми журналістики (4 год.)**

### ПЛАН:

#### Перше заняття (2 год.)

1. Теоретичні засади ЗМІ.
2. Теорія масових комунікацій Г. М. Маклюєна.

#### Друге заняття (2 год.)

1. Об'єкт і предмет журналістики.
2. Риси та класифікація ЗМІ.
3. Принципи та функції ЗМІ.

## ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ:

Авторитарна модель журналістики, тоталітарна модель журналістики, ліберальна модель журналістики, соціально відповідальна модель журналістики, масові комунікації, журналістика, інформація, предмет журналістики, об'єкт журналістики, громадська думка, “четверта влада”, засоби масової інформації, інформаційна влада, комерційні, державні, суспільно-правові мас-медіа, принципи мас-медіа, функції ЗМІ.

## ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

1. 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.

2. На друге заняття 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. Цілі, методи і засоби в політиці та журналістиці.
6. Порівняльна характеристика демократичних і тоталітарних ЗМІ.

## ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ:

1. Назвіть основні проблеми методології 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 високо розвинутих демократичних суспільств?
6. Які дві моделі ЗМІ для сучасних країн виділив Деніс Ман-Кваль?
7. Якими є основні підходи щодо визначення поняття журналістика?
8. Що є об'єктом і предметом вивчення журналістики?
9. Дайте визначення терміну “засоби масової інформації”.
10. Чому ЗМІ вважають особливим соціальним інститутом?
11. Що таке інформаційна влада?
12. Чому ЗМІ називають сьомою великою державою або “четвертою владою”?
13. Яким чином мас-медіа формують громадську думку?
14. Які підсистеми ЗМІ ви знаєте?

15. Назвіть основні риси ЗМІ.
16. За якими ознаками класифікують ЗМІ?
17. За якими принципами добираються теми публікацій у ЗМІ?
18. Які форми організації сучасних мас-медіа ви знаєте? Охарактеризуйте їх. Наведіть приклади.
19. Виявіть сутність та основи формування принципів журналістики.
20. Які загальні функції виконують ЗМІ в суспільстві?
21. Обґрунтуйте спеціальні функції сучасних ЗМІ.

### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

1. **Владимиров В. М.** Основы журналистики в понятиях и комментариях: – Луганск: Изд-во ВУТУ, 1998.
2. Вступ до журналістики / Текст лекцій В. Здоровеги / – Львів, 1998. – С. 5–28.
3. **Горохов В.** Основы журналистского мастерства. – М.: Высш. шк., 1974 – 295 с.
4. **Гриценко О.** Політика і преса: два вектори взаємодії // Вісник Львів. університету. Сер. жур-ки, 2001. – Вип. 21.
5. **Гриценко О. М., Шкляр В. І.** Основы теории международной журналистики. – К.: Вид. – полігр. центр “Київський університет”, 2002. – 304 с.
6. **Засурский Я. Н.** Концепция Ф. Сиберта, Т. Петерсона, У. Шрамма // Буржуазные теории журналистики (Критический анализ). – М.: Мысль, 1980. – С. 9 – 25.
7. **Засурский Я. Н.** Роль СМИ в обществе // Вест. Моск. ун-та. Серия 10: Журналистика, 1995. – № 2.
8. **Здоровега В. Й.** Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. – 2-е вид., перер. і доп. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с.
9. ЗМІ в політичній системі // Політологія / За ред. О. Семківа – Львів. – 1994. – С. 429 -445.
10. **Игнатов Н. Г., Мотков С. И.** Роль СМИ в процессе формирования общественного мнения. // Вестник Москов. ун-та. Серия 10: Журналистика. – 1997. – № 1. – С. 19 – 27.
11. **Копиленко О. Л.** Влада інформації. – К.: Україна, 1991.
12. **Мадисон А.** Маршал Маклюен и информационные войны // [www.smi.ru](http://www.smi.ru) (14.01.2000).
13. **Манаєв О. Т.** Теоретичні витоки тоталітарної моделі масової комунікації // Філософська і соціологічна думка. – 1997. – № 5. – С. 15-20.
14. Масова інформація: Підручник / А. Москаленко, Л. Губерський, Ф. Іванов. – К.: Либідь, 1997.
15. **Мей Кристофер.** Інформаційне суспільство. Скептичний погляд. / Пер. з англійської. – К.: “К.І.С.”, 2004. – XIV с., 220 с.
16. **Михайлин І. Л.** Основы журналистики: Підручник. Вид. 3-е доп. – К.: ЦУЛ, 2002. – 284 с.
17. **Москаленко А. З.** Теорія журналістики. – К.: ЕксОб, 2002. – 334 с.
18. **Паславський І. І.** ЗМІ в політичній системі демократичного суспільства // Зб. праць каф. укр. преси. – Вип. 2. – Львів. – 1996. – С. 49 –56.

19. **Потятиник Б.** Медіа: ключі до розуміння. Серія: Медіакритика. – Львів: ПАІС, 2004. – 312 с.
20. Роль комунікацій у політиці // Пугачов В., Соловьев В. Введение в политологию. – М., 2001.
21. Сучасне і майбутнє журналістики в плюралістичному суспільстві. – К., 1999. – С. 256 – 262.
22. **Шкляр В. І.** Політика и СМІ. – Одесса, 1990.

### СЕМІНАР 3.

#### Тема: Сутність та історія зародження друкованих ЗМІ й інформаційних агентств (2 год.)

##### 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:

1. 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.
2. 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.

##### 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.

### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

1. Аналитические жанры газеты: Хрестоматия. – М.: Изд-во МГУ, 1989.
2. **Вартанова Е. Л.** Европейские информационные агентства и Россия во второй половине XIX века // Вестник Моск. ун-та. Сер. журналистика. – 1991. – № 2. – С. 88.
3. **Гарсайд Ч.** Издательство газеты как предпринимательство на Западе // Международная жизнь. – 1993. – № 10.
4. **Григораш Д. С.** Журналистика у термінах і виразах. – Львів: Вища школа, 1974. – 295 с.
5. **Гриценко О.** Політика і преса: два вектори взаємодії // Вісник Львів. ун-ту. Серія журналістики, 2001. – Вип. 21 – С. 137 – 139.
6. **Гутиря І.** Тиражна і цінова політика редакції періодичного видання // Українська журналістика – 99 / За ред. А. Москаленка. – К., 1999 - С. 65-70.
7. Друковані та електронні ЗМІ України: Довідник: У 3 ч. – К., 1999
8. **Каппон, Рене Дж.** Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс: Професійний порадник / Пер. з англ. А. Іщенка. – К.: Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2005. – 158 с.
9. **Кузнецова О.** Генераційно – політичні показники політичного лідерства в державній пресі // Нова політика. – 2000. – № 2.
10. **Кузнецова О. Д.** Засоби масової комунікації: Навч. посіб. – Львів, 2003.
11. **Кузнецова О. Д.** Класифікація газет України // Українська періодика: історія і сучасність, Львів, 1993. – С. 133 – 136.
12. **Кузнецова О. Д.** Спроба класифікації сучасних журнальних видань України // Збірник праць науково – дослідного центру періодики. Вип. 2. – Львів, 1995. – С. 174 – 180.
13. **Паславський І. І.** Преса як особливий вид підприємництва // Генеза – експерт, 1998 – № 5 – С. 44 – 48.
14. **Цісак Войцех.** Трансформація преси в Україні та Польщі в контексті суспільних змін (1989 – 1999).– К.: Центр вільної преси, 2000. - 218 с.
15. **Шкляр В. І.** Преса і політичний процес в Україні // ЗМІ й утвердження державного суверенітету України. – Львів, 1993. – С. 69 – 73.
16. **Шкляр В. І.** Преса як засіб міжнародного спілкування // Конспект лекцій для студ. “Міжнародна журналістика”. – К., 1997.

## СЕМІНАР 4.

### Тема: Аудіовізуальні ЗМІ: специфіка та структура (2 год.)

#### 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, телеконференція, відеогазета.

#### ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

1. 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.
2. На основі сучасних аудіовізуальних ЗМІ в Україні зробити їх повну класифікацію.
3. Назвати 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.

#### 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.

#### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

1. **Багиров Э. Г.** Место телевидения в системе средств массовой информации и пропаганды. Учеб. пособие. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1976. – 119 с.
2. **Вачнадзе Г. Н.** Всемирное телевидение. Новые СМИ – их аудитория, техника, бизнес, политика. – Тбилиси: Ганатлеба, 1989. – 672 с.
3. Від кременя до кремнію / Під ред. Дж. Джованіні. – М., 1990.
4. **Кузнецова О. Д.** Засоби масової комунікації: Навч. посіб. – Львів, 2003. – 182 с.
5. **Кузнецова О. Д.** Аналітичні методи в журналістиці: Навч. посіб. – Львів, 2000. – 120 с.
6. **Левченко О.** Сучасна міфотворчість в аудіовізуальному просторі України (документальне кіно) // Історична міфологія в сучасній українській культурі. – К., 1998. – С. 83 – 119.
7. **Лизанчук В. В.** Радіомовлення в системі ЗМІ // Телевізійна й радіожурналістика. – Львів, 1999. – 314 с.
8. **Любосветов Д. И.** Радиовещание и аудитория: некоторые особенности взаимодействия // Вестник Московського ун-та. Серія: журналістика. – 1999. – № 3. – С. 3 – 16.
9. **Марченков В.** Первый радиотехник А. Попов // Радио. – 1995. – № 1 – 3.
10. **Мащенко І.** Глобальне телебачення. – К., 1992. – 232 с.
11. **Мащенко І.** Горизонти всесвітнього телебачення. – К., 1994.
12. **Миронченко В. Я.** Інформаційне радіомовлення України. – К., 1996.
13. **Міцкевич Е., Файєрстоун Ч.** Телебачення і вибори. – К., 1994.
14. **Нагорняк Майя.** Імідж сучасного радіожурналіста // Слобожанщина. – 1998. – № 8. – С. 210 – 227.
15. **Нечай О. Ф.** Ракурсы: о телевизионной коммуникации и эстетике. – М., 1990. – 117 с.
16. **Паславський І. І.** Політична реклама в телепросторі України // Телевізійна і радіожурналістика / Зб. наук. – метод. праць. – Вип. 2. – Львів, 1999. – С. 229 – 235.
17. **Сарторі Карло.** Око світу – телебачення. Від кременя до кремнію. – К., 1991.

## СЕМІНАР 5.

### Тема: Мас-медіа та політична свідомість громадян (2 год.)

#### 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.

#### ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ:

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.

### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

1. **Бауман Ю.** Міфологія в суспільній свідомості України (аналіз української преси) // Історична міфологія в сучасній українській культурі. – К., 1998. – С. 5 – 67.
2. **Бень Орися.** Мас-медіа як засіб маніпуляції свідомістю // Політекс. – Львів: Центр політичних досліджень, 2004. – С. 59 – 62.
3. **Богомолова Н. Н.** Социальная психология печати, радио и телевидения. – М.: Изд-во МГУ, 1991. – 125с.
4. **Грачев М. Н.** Средства массовой информации в социально-политическом поле. // [http:// www. humanities. edu. ru](http://www.humanities.edu.ru)
5. **Доценко Е.** Психология манипуляции. – М., 1996.
6. **Заярна О.** Як переконати масову аудиторію: психологічні чинники ефективності пропаганди // Нова політика, 1999. – № 1.
7. **Ермаков Ю.** Власть слова и массовое сознание // Архетип. – 1996. – ч. 2.
8. **Лебон Г.** Психология народов и масс. – СПб., 1995.
9. **Лобокін М.** Маніпуляційні впливи в системі політичних технологій. // Школа політичної аналітики. // [www. spa. org. ua](http://www.spa.org.ua).
10. Політологічний енциклопедичний словник: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / За ред. Ю.С. Шемшученка, В.Д. Бабкіна. – К., 1997.
11. **Стецишин О.** Як нас дурять. // Експрес. – 2004. – 16 – 23 вересня.
12. Сучасна інформаційна політика / За ред. проф. А. Москаленка. – К.: Центр вільної преси, 1999.

### СЕМІНАР 6.

**Тема: Правові основи діяльності засобів масової інформації (2 год.)**

#### 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:

1. На семінарському занятті обговорити основні статті Конституції та інших законів України щодо діяльності у сфері мас-медіа.
2. 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.

## 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 «цензура» 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.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

1. Білоус А. О. Політико-правові системи: світ і Україна – К., 1997.
2. Гвоздєв В. Свобода преси в сучасному суспільстві: генезис, зміст, структура. – К., 2000.
3. Гриценко О., Шкляр В. Конституційно-правовий статус ЗМІ в суспільстві // Основи теорії міжнародної журналістики. – К.: “Київський університет”, 2002. – С. 73 – 84.
4. Закон України “Про друковані ЗМІ (пресу) в Україні”. – К., 1992.
5. Закон України “Про інформацію”. – К., 1992.
6. Закон України “Про телебачення і радіомовлення”. – К., 1993.
7. Закон України “Про інформаційні агентства”. – К., 1995.
8. Законодавча влада і преса. – К., 1997.
9. Іванов В. Ф. Законодавство і журналістика. Становлення правової бази в Україні та світовий досвід. – К., 1997.
10. Іванов В. Ф. Правові засади діяльності українських мас-медіа // Вісник Львів. ун-ту. Серія журналістики, 2001. – Вип. 21. – С. 58 – 65.
11. Костенко Н. Українські мас-медіа та свобода інформації // Політична думка. – 1994. – № 4. – С. 48 – 56.
12. Місьо М. Правничі засади діяльності журналістів в Україні. – Львів, 2000.
13. Москаленко А. З. Нормативна база діяльності преси // Теорія журналістики. Навчальний посібник. – К.: “Експрес-об’ява”, 1998. – С. 81 – 169.
14. Потятиник Б. Проблема свободи слова в масовій комунікації сучасної України // Українська періодика: історія і сучасність. – Львів, 1999.
15. Права человека: Основные международные документы. – М.: Изд-во МГУ, 1989. – 202 с.
16. Приступенко Т. Право і журналістика: Посібник для студентів Інституту журналістики. – К., 2002. – 36 с.
17. Приступенко Т. Свобода преси: її розуміння та реалізація в країнах далекого та близького зарубіжжя // Вісник Київ. ун-ту. Серія: Журналістика. – К., 1995. – Вип. 2. – С. 51 – 60.
18. Рябало В. А., Валевський 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.
19. Україна: інформація і свобода слова. – К., 1997.
20. Українське законодавство: Засоби масової інформації – К.: IREX ПроМедіа Україна, 2000. – 256 с.
21. Чиж І., Іванов В. Законодавче регулювання діяльності комп’ютерних мас-медіа. – К.: Парламентське видавництво, 1999. – 16 с.

## СЕМІНАР 7.

### Тема: Вплив ЗМІ на формування та функціонування політичної влади (2 год.)

#### 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.

#### ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ:

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.

### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

1. **Базів В.** Парламент може бути таким же тираном, як і король // Молодь України. – 1995. – 11 кв.
2. **Бєбик В.** Як стати популярним, перемогти на виборах і утриматись на політичному олімпі. – К., 1993.
3. **Гой В. М.** Особливості парламентської публіцистики // Українська журналістика: Генезис і сучасні проблеми // Вісн. Львів. ун-ту, Сер. журналістики. – Вип. 17 – Львів, 1992 – С. 21 – 24.
4. **Гриценко О. М.** Інформаційне суспільство і цілі державної політики // Вісник. – Журналістика. – Випуск 9. – К.: ВПЦ “Київський університет”, 2000.
5. **Костенко Н.** Мас-медіа у виборах: ціннісні орієнтири політичної сфери // Політична думка. – 1999. – № 17.
6. Медиа в выборах: между политикой и культурой (контент-анализ политической прессы) / Под ред. Н. Костенко: – К.: Ин-т социологии НАН Украины, 1999.
7. **Миронов А. С.** Создание политического имиджа кандидата как главное средство освещения предвыборной кампании // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. журналістики. – 1996. – № 3. – С. 36 – 44.
8. **Паславський І. І.** Вплив преси на формування та функціонування політичної влади // Зб. праць наук.-досл. Центру періодики – Львів, 1996/1997. – Вип. 3 / 4. – С. 347 – 378.
9. **Паславський І. І.** Парламентська публіцистика: особливості, здобутки і прорахунки // Збір. праць каф. укр. преси. – Львів, 2000. – С. 233–239.
10. **Паславський І. І.** Парламентські вибори: кампанії та роль ЗМІ // Політичний процес в Україні: Стан і перспективи розвитку: Зб. наук. праць. – Львів, 1998. – С. 102 – 108.
11. **Паславський І. І.** Політична реклама в телепросторі України // Телевізійна й радіожурналістика (Історія, теорія, практика: погляд у майбутнє) Зб. наук.-метод. праць. – Вип. 2. – Львів, 1999. – С. 229 – 235.
12. **Чічановський А., Шкляр В.** Політика, преса, влада. – К., 1993.
13. **Шкляр В. І.** Преса, парламент, президент // Українська журналістика в контексті світової: Зб. наук. праць. – Вип. 3. – К.: Центр вільної преси, 1999.

## КОНТРОЛЬНІ РОБОТИ З КУРСУ “ЗМІ В ПОЛІТИЧНОМУ ЖИТТІ СУСПІЛЬСТВА”

### КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 1.

#### **1 варіант.**

1. Поняття, історія виникнення і типи інформгентств.
2. Моделі Гайбера Джонсона відносин держави і журналіста.
3. Поняття, історія зародження і класифікація газет.
4. Огляд преси.

#### **2 варіант.**

1. Поняття, історія виникнення і специфіка радіо.
2. Перші періодичні видання в Україні.
3. Поняття, основні риси і класифікація ЗМІ.
4. Огляд преси.

#### **3 варіант.**

1. Підходи щодо визначення телебачення, його основні риси.
2. Визначення, об'єкт і предмет журналістики.
3. Поняття і основні способи політичного маніпулювання.  
Технічні способи маніпуляції.
4. Огляд преси.

#### **4 варіант.**

1. Основні передумови виникнення журналістики.
2. Поняття, основні риси та види газетних видань.
3. Загальні та спеціальні функції ЗМІ.
4. Огляд преси.

#### **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. Огляд преси.

#### **6 варіант.**

1. Особливості виникнення журналістики в Україні.
2. Принципи добору матеріалів та форми організації ЗМІ.
3. Порівняльна характеристика друкованих та аудіовізуальних мас-медіа.
4. Огляд преси.

## КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2.

**1 варіант.**

1. Поняття, риси та історичні етапи розвитку української парламентської публіцистики.
2. Порівняльна характеристика демократичних і тоталітарних мас-медіа.
3. Паблік рилейшнз як менеджмент комунікації.
4. Огляд преси.

**2 варіант.**

1. Конституційно-правовий статус ЗМІ в Україні.
2. Політична реклама та імідж кандидатів у депутати.
3. Характеристика аналітичних жанрів журналістики.
4. Огляд преси.

**3 варіант.**

1. Вплив ЗМІ на функціонування політичної влади.
2. Методи суспільної маніпуляції вітчизняними ЗМІ.
3. Характеристика публіцистичних жанрів журналістики.
4. Огляд преси.

**4 варіант.**

1. Поняття про свободу слова та цензуру ЗМІ.
2. Порівняльна характеристика вітчизняної та зарубіжної парламентської публіцистики.
3. Характеристика інформаційних жанрів журналістики.
4. Огляд преси.

**5 варіант.**

1. Діяльність журналістів у законодавствах розвинутих країн та міжнародних правових документах.
2. ЗМІ як соціальний інститут суспільства.
3. Поняття і риси політичних та урядових паблік рилейшнз.
4. Огляд преси.

**6 варіант.**

1. Мас-медіа та виборчий процес.
2. Сучасна масово-інформаційна ситуація в Україні.
3. Теорія масових комунікацій Г. М. Маклюена.
4. Огляд преси.

## ПРОГРАМОВІ ВИМОГИ З КУРСУ “ЗМІ В ПОЛІТИЧНОМУ ЖИТТІ СУСПІЛЬСТВА”

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.
5. Методологічні проблеми журналістики.
6. Проблеми періодизації історії української журналістики.
7. Перші періодичні видання на території України.
8. Сутність та історія зародження друкованих ЗМІ.
9. Газетні видання: види, ознаки та класифікація.
10. Журнальні видання: поняття, особливості, характеристика.
11. Атрибутивні особливості друкованих мас-медіа та їх переваги і недоліки перед аудіовізуальними.
12. Сучасні газетні та журнальні видання в Україні і їх класифікація.
13. Виникнення, типи та діяльність інформаційних агентств.
14. Характеристика сучасних найбільших інформантств світу.
15. Провідні приватні та державні інформантства сучасної України.
16. Новітні електронні ЗМІ та Інтернет.
17. Аудіовізуальні ЗМІ: специфіка та структура, переваги та недоліки.
18. Поняття про радіо, його специфіка та види.
19. Суть, структура, основні риси і типи телебачення.
20. Атрибутивні особливості радіо- й тележурналістики.
21. Радіомовлення та телебачення сучасної України.
22. Засоби масової інформації в системі соціальних інститутів.
23. Поняття, риси та класифікація ЗМІ.
24. ЗМІ як “четверта влада”. Основні принципи взаємодії ЗМІ та громадської думки.
25. “Чотири теорії преси” Ф. Сіберта, Т. Петерсона, В. Шрамма.
26. Теорія масових комунікацій Г. М. Маклюєна.
27. Порівняльна характеристика демократичних і тоталітарних ЗМІ.
28. Принципи добору матеріалів та форми організації ЗМІ.
29. Принципи та функції ЗМІ.
30. Мас-медіа і політична свідомість громадян сучасної України.
31. Поняття та основні способи політичного маніпулювання свідомістю громадян. Технічні способи маніпуляції.
32. Методи суспільної маніпуляції вітчизняними мас-медіа.
33. Способи обмеження політичного маніпулювання.
34. Моделі Гайбера Джонсона відносин держави і журналіста.
35. Основні жанри публіцистики з політичних проблем.

36. Характеристика інформаційних жанрів журналістики.
37. Характеристика аналітичних жанрів журналістики.
38. Характеристика публіцистичних жанрів журналістики.
39. Правові засади діяльності засобів масової інформації.
40. Поняття про свободу слова та цензуру ЗМІ.
41. Діяльність журналістів у законодавствах розвинутих країн та міжнародних правових документах.
42. Конституційно-правовий статус ЗМІ в Україні.
43. Конституція України як гарантія свободи преси і журналістської діяльності.
44. Закон України “Про інформацію”.
45. Закон України “Про друковані ЗМІ (пресу) в Україні”.
46. Закон України “Про телебачення і радіомовлення”.
47. Закон України “Про інформаційні агентства”.
48. Норми професійної етики журналіста.
49. Вплив ЗМІ на формування та функціонування політичної влади.
50. Поняття, риси та етапи розвитку вітчизняної парламентської публіцистики.
51. Порівняльний аналіз зарубіжної та вітчизняної парламентської публіцистики.
52. Мас-медіа та виборчий процес в Україні.
53. Політична реклама та імідж кандидатів у депутати.
54. Паблік рилейшнз в системі політичної комунікації.
55. Історичні умови та причини виникнення паблік рилейшнз.
56. Урядові ПР як засіб звітності уряду перед виборцями.
57. Політичні ПР: суть та основні функції.
58. Паблік рилейшнз у діяльності міжнародних організацій та зовнішній політиці.
59. Сучасна масово-інформаційна ситуація в Україні.
60. Вплив засобів масової інформації на політичні події та процеси в державі.

## 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.

**Брифінг** (від *англ.* – інструктаж) – коротка нарада для представників ЗМІ, на якій спеціально уповноважені особи викладають позицію уряду з певного питання, повідомляють про міжнародні переговори, конференції, засідання.

**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.

**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.

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

**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.

**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.

**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.

**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.

**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.

**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.

**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.

**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.

**Лекція** - це форма передачі, популяризації знання, що містить системний, аргументований виклад матеріалу з певною освітньо – виховною метою.

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

**Масова комунікація** – це організований, регульований масово – комунікаційний процес інформування, що через засоби масової комунікації впливає на маси.

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

**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.

**Паблісіті** – 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.

**Періодичне видання** – це друковане текстове видання, що виходить систематично у відповідні, точно встановлені строки під одним заголовком і в одному оформленні.

**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 *англ.* – випуск для преси) – документ, спеціально розповсюджений для співробітників ЗМІ, що містить матеріали для термінової публікації.

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

**Прес-служба** – це структурний підрозділ, який забезпечує інформаційні та комунікаційні потреби урядових відомств, політичних, громадських, бізнесових, а також постійно діючих міжнародних організацій.

**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.

**Професійний журналізм** – це основний вид занять людини, яка має журналістський фах, відповідає за якість і вплив журналістського твору.

**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 (коротких, середніх, довгих).

**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.

**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 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.

**Телеконференція** (телеміст) – 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.

**Цензура ЗМІ** – це систематичний контроль за діяльністю мас-медіа з боку влади шляхом конституційних, судових, адміністративних, фінансових або фізичних засобів.

**«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 НАВЧАЛЬНА І ДОВІДКОВА ЛІТЕРАТУРА

**Авраамов Д. С.** Профессиональная этика журналиста. – М., 1991.

**Акопов А. И.** Методика типологического исследования периодических изданий. – Иркутск, 1985.

Актуальні проблеми інформаційної безпеки України // Національна безпека і оборона. – 2001. – №1. – С. 3 – 38.

Аналитические жанры газеты: Хрестоматия. – М.: Изд-во МГУ, 1989. – 236 с.

**Багерстам Э.** Свобода прессы в демократическом обществе. – Тарту, 1992.

**Багиров Б. Б., Ковалева М. М.** Журналистика и политика // Социологические исследования. – 2001. – №8. – С. 68-69.

**Багиров Э. Г.** Место телевидения в системе средств массовой информации и пропаганды. Учеб. пособие. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1976. – 139 с.

**Багиров Э. Г.** Основы телевизионной журналистики. – М., 1987.

**Багмут А. Й., Бровченко Т. О., Борисюк І. В., Олійник Г. П.** Національна виразність звукового мовлення засобів масової інформації. – К., 1994.

**Бауман Ю.** Міфологія в суспільній свідомості України (аналіз української преси) // Історична міфологія в сучасній українській культурі. – К., 1998. – С.5-67.

**Бebик В. М.** Менеджмент виборчої кампанії: ресурси, технології, маркетинг. – К., 2001.

**Бebик В. М.** Незалежна преса в умовах переходу суспільства до демократії // Філософська і соціологічна думка. – 1991. – №6. – С. 7 – 8.

**Белл Д.** Соціальні рамки інформаційного суспільства // У кн.: Нова технократична хвиля на Заході. – М.: Прогрес, 1986. – 335 с.

**Березин В.М.** Теория массовой коммуникации. – М.: Изд-во РУДН, 1997.

**Богомолова Н. Н.** Социальная психология печати, радио и телевидения. – М.: Изд-во МГУ, 1991. – 125 с.

**Бочковський О. І., Сірополко С.** Українська журналістика на тлі доби (історія, демократичний досвід, нові завдання) / За ред. К. Костева й Г. Кошаринського. – Мюнхен: УТГІ, 1993. – 204 с.

**Боярська З. І.** Преса і формування правової культури. – К., 1991.

**Бухарцев Р. Г.** Психологические особенности журналистского творчества: Материалы спецкурса. – Свердловск: Уральск. ун-т, 1976. – 67 с.

**Вартанов Г.** Короткий довідник газетного працівника. – К., 1989.

**Вартанов Г. І., Шкляр В. І.** Основы теории журналистики. – К., 1997.

**Вачнадзе Г. Н.** Всемирное телевидение: Новые средства массовой информации – их аудитория, техника, бизнес, политика. – Тбилиси: Ганатлеба, 1989. – 672 с.

Введение в теорию журналистики. Учеб. пособие. / Прохоров Е., Гуревич С., Ибрагимов А. и др. – М.: Высш. шк., 1980. – 287 с.

**Вербилло С.** Чи потрібна Україні “четверта влада”? // Віче. – 1994. – №8.

Взаимодействие средств массовой информации, народа и институтов власти в процессе демократизации. – Минск, 1991.

**Владимиров В.** Комерційна журналістика як галузь інформаційного бізнесу. – Луганськ, 1995.

**Владимиров В. М.** Основы журналистики в понятиях и комментариях: Учебное пособие. – Луганск: Изд-во ВУГУ, 1998. – 144 с.

**Власенко А.** СМК в современном мире. – М., 1990.

**Ворошилов В. В.** Журналистика: Учебник. – СПб.: Изд-во Михайлова В., 1999.- 304 с.

Воспитательные функции средств массовой информации. – М., 1990.

Все про медіа регіонів України. – К., Осінь, 2000. – 151 с.

**Гаджиев К. С.** Средства массовой информации и политика (глава в учебнике “Введение в политическую науку”). – М., 1997.

**Гейтс Б.** Дорога в будущее / Пер. с англ. – М.: Диалог-Наука, 1997. – 315 с.

Гід журналіста: Збірка навчальних матеріалів, складена за французькою методикою вдосконалення працівників ЗМІ / Адаптація та упорядкування – Алла Лазарева. – К., 1999. – 96 с.

**Гір Г.** Кабельне телебачення України. Стихія чи система. // Віче. – 2000. – №8.

**Гордієнко Г.** Вхідження України у всесвітню систему Інформації // Нова політика, 1999. – № 5.

**Горохов В. М.** Основы журналистского мастерства. – М.: Высш. шк., 1989.

**Грачев М. Н.** Средства массовой информации в социально – политическом поле. // <http://www.humanities.edu.ru>

**Григораш Д. С.** Журналістка у термінах і виразах. – Львів: Вища школа, 1974. – 295 с.

**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.** Основы теории журналистской деятельности. – К., 2000.

**Гриценко О. М.** Суспільство, держава, інформація. – К.: Інститут журналістики КНУ, 2001.

**Гриценко О. М.** Українська преса США і Канади (1991-1995 рр.). – К.: “Есе”, 1997.

**Гриценко О. М., Шкляр В. І.** Основы теории международной журналистики. – К.: Видав.-поліграфічний центр “Київський університет”, 2002. – 304 с.

**Гриценко О. М., Шкляр В. І.** Преса і політика: проблеми, концепції, досвід. – К.: Інститут журналістики КНУ, 2000.

**Давидович В. Е.** Грани свободы. – Л., 1990.

**Даниленко Сергій.** Європейська журналістика: система підготовки журналістів у Німеччині // Вісник Київ, ун-ту. Серія: Журналістика. – К., 1996. – Вип. 3. – С. 91- 99.

**Даниленко С. І.** Журналістські методи інформаційного забезпечення зовнішньої політики держави. – К., 1997.

**Даніель Корню.** Етика ЗМІ / Пер. з франц. – К.: “К.І.С.”, 2004. – 130 с.

**Доломан Євмен.** “Випадкові свавілля”, або “ЦеКа играет человеком” // Літературна Україна. – 1996. – 8 лютого.

Журналістика в умовах гласності. / А. З. Москаленко, В. А. Качкан, І. Г. Мащенко та інші. – К.: Либідь, 1991. – 192 с.

Журналістика й проблеми формування нової політичної еліти в посткомуністичних державах. – К., 1996.

ЗМІ: поняттєвий апарат / За ред. А.З. Москаленка. – К., 1997.

Засоби масової інформації: Українське законодавство. – К., 1995.

**Засурский Я. Н.** Роль средств массовой информации в обществе // Вестник Москов. ун-та. Серия 10: Журналистика. – 1995. – № 2. – С. 3 – 6.

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

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

**Землянова Л. М.** Современная американская коммуникативистика. – М.: Изд-во МГУ, 1995. – 271 с.

**Зерницька О.** Інформація: вільний обмін чи взаємна залежність? // Політика і час. – 1995. – № 6.

Информационные жанры газетной публицистики: Хрестоматия. – М.: Изд-во МГУ, 1986. – 295 с.

**Игнатов Н. Г., Мотков С. И.** Роль СМИ в процессе формирования общественного мнения // Вестник Москов. ун-та. Серия 10: Журналистика. – 1997. – № 1. – С. 19 – 27.

**Ирхин Ю. В.** Политическая коммуникация / В учебнике “Политология”. – М.: Юрист, 1999. – С. 306 – 326.

**Іваненко В.** Українська журналістика як елемент етнічної культури і фактор формування національної свідомості // Етнічна самосвідомість і національна культура. – К., 1991.

**Іванов В. Ф.** Законодавство і журналістика. Становлення правової бази в Україні та світовий досвід. – К., 1997.

**Іванов В. Ф.** Законодавче забезпечення механізму доступу до інформації. – К., 1997.

**Іванов В. Ф.** Теоретико-методологічні основи вивчення змісту масової комунікації. – К., 1996.

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

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

**Клямкин И.** Почему трудно говорить правду // Новый мир. – 1990. – № 2.

**Копиленко О. Л.** Влада інформації. – К.: Україна, 1991. – 108 с.

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

**Костенко Н.** Мас-медіа у виборах: ціннісні орієнтації політичної сфери // Політична думка. – 1999. – №4. – С. 110 – 120.

**Коханець Л.** Комітет захисту прав журналістів знову зводить “наклеп” // *Голос України*. – 2000. – 25 березня.

**Кузнецова О. Д.** Аналітичні методи в журналістиці: Навч. посібник. – Львів: Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2002. – 120 с.

**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.

**Латынов В. В.** Политическая коммуникация (в курсе лекций “Политология”). – М.: Зеркало, 1999. – С. 361 – 377.

**Лизанчук В. В.** Протиукраїнська агресія в телерадіоефірі // *Дзвін*. – 1998. – № 1. – С. 99 – 106.

**Литвиненко О.** Інформаційний простір та його захист // *Віче*. – 2000. – № 10.

**Литвин В.** Громадська думка у політичному контексті // *Філософська і соціологічна думка*. – 1994. – № 3 – 4.

**Лігачова Н.** Агітації без інформації // *День*. – 2000. – 14 січня.

**Левченко Оксана.** Сучасна міфотворчість в аудіовізуальному просторі України (документальне кіно) // *Історична міфологія в сучасній українській культурі*. – К., 1998. – С. 83 – 119.

**Лось Й.** Бачити великі істини // *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*, 2001. – Випуск 21. – С. 26 – 41.

**Лук'яненко Є.** Світовий інформаційний простір і Україна // *Віче*. – 1997. – № 11.

**Любосветов Д. И.** Радиовещание и аудитория: некоторые особенности взаимодействия // *Вестник МГУ. Серия: Журналистика*, 1999. – №3. – С. 3 – 16.

**Макаренко Є. А.** Європейське інформаційне право. – К., 2001.

Медиа в выборах: между политикой и культурой (контент-анализ политической прессы) / Под ред. Н. Костенко: – К.: Ин-т социол. НАНУ, 1999.

**Манаев О.** Теоретичні витoki тоталітарної моделі масової комунікації // *Філософська і соціологічна думка*. – 1991. – № 5. – С. 15 – 20.

**Мальцев В. А.** Роль СМИ в политической системе общества (в учебнике “Основы политологии”). – М.: НТРК РСРП, 1997. – С. 291 – 296.

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.

**Мелешенко О. К., Різун В. В.** Сучасні інформаційні мережі. – К., 1992.

**Мельник М., Постільга В.** ЗМІ і влада в Україні: як подолати корупцію? // *Національна безпека і оборона*. – 2001. – № 1. – С. 58.

**Милосердов П.** Декілька слів про силу друкованого слова // *Факти і коментарі*. – 1999. – 11 вересня.

**Миронченко В. Я.** Інформаційне радіомовлення України. – К., 1996.

**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.

**Міцкевич Е., Файєрстоун Ч.** Телебачення і вибори. – К., 1994. – 95 с.

**Моисеев В. А.** Различия между публик рилейшнз и журналистикой (в монографии “Публик рилейшнз. Теория и практика”. – К., 1999. – С. 67- 80.

**Москаленко А.** Відкритий інформаційний простір і безпека України // Становлення інформаційно-рекламного простору України. – К., 1995.

**Москаленко А. З.** Вступ до журналістики: Підручник. – К., 1997.

**Москаленко А. З.** Два кити публіцистики. – К., 1997.

**Москаленко А. З.** Комунікативна політологія. Нові тенденції розвитку мас-медіа. – К., 1997.

**Москаленко А. З.** Основи журналістики: Тексти лекцій. – К.: ВГІЦ “Київський університет”, 1994. – 135 с.

**Москаленко А. З.** Вільна преса в демократичній державі. – К., 1995.

**Москаленко А. з.** Теорія журналістики: Підручник. – К.: ЕксОб, 1998. – 334 с.

**Москаленко А. З., Губерський Л. В., Іванов В. Ф.** Основи масово-інформаційної діяльності // Підручник. – К., 1999.

**Мукомела Л. А.** Уряд і ЗМІ Німеччини: друзі чи вороги? – К.: ЦВП, 2000.

**Нагорняк Майя.** Імідж сучасного радіожурналіста // Слобожанщина. – 1998. – №8. – С. 210 – 227.

**Наджос А.** Сила інформаційного лобіювання // Політика і час. – 2000. – № 9-10.

**Нерух О. О.** Першооснови журналістської творчості: Навчальний посібник. – Х.: Світ дитинства, 2000. – 108 с.

Основи масово-інформаційної діяльності: Підручник / А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Іванов. – К., 1999. – 634 с.

**Олексієнко Н.** Проблема впливу ЗМІ на суспільства країн колишнього СРСР // Нова політика. – 1999. – № 6.

Операція “Свободное слово”. Попытка государственного переворота в Украине. – К., 2001.

Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для студ. вузов по спец. “Журналистика” / Ред.-сост. С. Г. Корконосенко. – СПб.: Знание, СПБИНВЭСЭП, 2000. – 272 с.

**Павлюк І. З.** Митець як апологет політичної системи // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики / За ред. М. М. Романюка. – Львів, 1997. – Вип 3/4. – С. 282 – 296.

**Паславський І. І.** ЗМІ в політичній системі демократичного суспільства // Зб. праць каф. укр. преси. – Вип. 2. – Львів. – 1996. – С. 49 – 56.

**Перевалов В. В.** Культуроформирующие функции: состав, структура и место в системе функций журналистики // Вестник МГУ. Серия 10: Журналистика. – 1999. – № 5. – С. 3 – 21.

**Петренко В.** Комплекс підпорядкованості, або становлення засобів масової інформації в незалежній Україні // Віче. – 2001. – № 10. – С. 19-32 .

**Петрів Т. І., Слісаренко І. Ю.** Світові мас-медіа //Короткий довідник для студентів Інституту журналістики. – К.: Видав. центр “КНУ”, 1999.

**Подольян М. П.** Першооснови журналістської творчості. – К., 1997.

**Полуэхтова И. А.** Телевидение как механизм социального контроля // Вестник МГУ. – Сер. 18. Социология и политология. – 1998. – № 1.

**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.

**Почепцова А.** Телевізійна політична реклама// Нова політика. – 1998.

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

Права человека: Сб. универс. и регион. междунар. документов. – М.: Изд-во МГУ, 1989. – 202 с.

**Приступенко Т.** Право і журналістика: Посібник для студентів Інституту журналістики. – К., 2000. – 36 с.

**Приступенко Т.** Свобода преси: її розуміння та реалізація в країнах далекого та близького зарубіжжя // Вісник Київ. ун-ту. Серія: Журналістика. – К., 1995. – Вип. 2. – С. 51- 60.

Публіцистика і тенденції розвитку світу: Збірник наук статей. – Львів: ЛДУ, 1999. – 176 с.

**Пугачев В. П.** Средства массовой коммуникации в современном политическом процессе // Вестник МГУ. Сер. 12. Политические науки. – 1995. – № 5.

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

**Розкошний А. П.** Лекції до спецкурсу “Преса і духовне життя суспільства”.

Роль засобів масової інформації в суспільно-культурному процесі в Україні. – К., 1993.

Роль мас-медіа у плюралістичному суспільстві. – К., 1996.

**Рябкало В. А., Валевський 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 .

**Сарторі Карло.** Око світу – телебачення. Від кременя до кремнію. – К., 1991.

**Селиванов В.** Парадокси свободи і демократії // Віче, 2000. – № 12.

**Свитич Л. Г.** Професія: журналіст. – М., 1996.

Свобода слова в Україні: стан, проблеми, перспективи. – К., 1997.

**Слисаренко И.Ю.** Влияние средств массовой информации на международные процессы и внешнюю политику//Акценты: новое в журналистике и литературе. – Альманах. – Вып. 1-2 (8-9). – Воронеж: Воронежский университет, 1998.

**Слісаренко І. Ю.** Аналіз та прогноз у висвітленні міжнародної тематики українськими засобами масової інформації. – К., 1996.

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

**Слісаренко І. Ю.** Проблеми політичного маркетингу в Україні // Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2001. – Випуск 21. – С. 92 – 96.



**Слободянюк Р. Д.** Журналістська майстерність. – К., 1994.

**Слободянюк Раїса, Шкляр В.** Журналістський аналіз: суть і актуалізація поняття // Вісник КНУ. Серія: Журналістика. – К., 1996. – Вип. 3. – С. 21- 37.

**Солганик Г. Я.** Газетные тексты как отражение языковых процессов в современном обществе (1990-1994 гг.) // Журналистика и культура русской речи. – М., 1996. – Вип. 1. – С. 13 – 25.

**Соловьев О. М.** и др. Демократия и социальная ответственность. – Владивосток, 1989.

Становлення інформаційно-рекламного простору України. – К., 1995.

**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.

**Стюфляева М.** Образные ресурсы публицистики. – М.: Мысль, 1982. – 176 с.

**Стюфляева М. И.** Человек в публицистике (Методы и приемы изображения и исслед.). – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1989. – 143 с.

Суспільна думка і влада: механізм впливу / Під ред. А.А. Ручки. – К. 1993.

Сучасна українська журналістика: поняттєвий апарат / За ред. А. З. Москаленка. – К., 1997.

Телерадіожурналістика. – Львів, 1997.

Теорія і практика радянської журналістики: Основи майстерності, проблеми жанрів. – Львів: Вид-во ЛДУ, 1989. – 323 с.

**Теплюк В. М.** Этика журналистского творчества. – М.: Мысль, 1980. – 172 с.

**Теплюк В. М.** Журналист меняет профессию. – Владивосток, 1990.

**Терин В. П.** Основные направления исследований теории массовой коммуникации // Социс. – 1997. – № 11.

**Тертычный Александр.** Пресс-релиз – сырье для журналиста // Журналист. – 2001. – № 8. – С. 75 – 78.

**Тимошенко Н.** Зв'язки із засобами масової інформації // Політика і час, 2000. – № 2 – 3.

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

Українська журналістика в контексті світової: 3б. наук. праць. – Вип. 4 (За заг. редакцією проф. Шкляра В.). – К.: Центр вільної преси, 1997 – 2000.

Українська журналістика: вчора, сьогодні, завтра / За заг. ред. проф. В. І. Шкляра. – К., 1998. – Вип. 3. – 180 с.

Українська журналістика – 99 / За ред. проф. А. З. Москаленка. – К.: Центр вільної преси, 1999. – 170 с.

Українська періодика: історія і сучасність. – Львів, 1997.

Українська преса за межами України. – К., 1996.

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

**Ученова В. В.** Беседы о журналистике. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Мол. гвардия, 1985. – 205 с.

Философские проблемы массовых информационных процессов. – М, 1990.

**Хоменко Т.** Свобода вибору, свобода слова. // Вісник ЛНУ. Серія: журналістика, 2001. – Випуск 21. – С. 100 – 101.

Хто є хто в українських мас-медіа. – К., 1997.

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

**Чекмишев О.** ЗМІ як ахіллесова п'ята української демократії // Роль ЗМІ у сприянні європейській інтеграції. – Європейська Комісія: Фонд “Європа ХХІ”, 2001.

**Чекмишев О.** Телебачення як останній енергоресурс // День. – 2001. – 4 трав.

**Черняков Б. И.** Фотография в изобразительной журналистике. – К., 1996.

**Чертков В. Л.** Авторское право в периодической печати. – М., 1989.

**Чиж І.** Роздержавлення ЗМІ: проблеми і перспективи // Віче, 1999. – № 1.

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

**Чичановский А. А.** В тенетах свободы. – М., 1995.

**Чічановський А., Шкляр В.** Інформаційний простір як глобальна проблема сучасності // Вісник КДУ. Серія: Журналістика. – К., 1995. – Вип. 2. – С. 41 – 49.

**Чічановський А., Шкляр В.** Політика, преса, влада. – К., 1993.

**Чічановський А., Шкляр В.** Світ інформації: особистість, суспільство держава. – К., 1995.

**Чубукова О.** Інформаційний вибух? Інформаційний голод // Віче, 2000. – № 2.

**Шаповал Ю. Г.** Личностные методы повышения эффективности средств массовой информации. – К., 1989.

**Шахтемірова О.** Засоби масової інформації та політичні орієнтації громадян України // Нова політика. – 1999. – № 2.

**Шкляр В. І.** Преса, парламент, президент // Українська журналістика в контексті світової: 36. наук. праць. – Вип.3 (За заг. редакцією проф. Шкляра В.І). – К.: Центр вільної преси, 1999.

**Шкляр В. І.** Преса як засіб міжнародного спілкування // Конспект лекцій. Для студ. “Міжнародна журналістика”. – К., 1997.

**Щербенко Е.** Громадська думка і де її взяти // Віче. – 1999. – № 6.

**Яцимірська О.** Культура фахової мови журналіста. – Львів: ПАІС, 2004 – 332 с.

# ПРОГРАМА І МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ОРГАНІЗАЦІЇ НАВЧАЛЬНО-ОЗНАЙОМЛЮВАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ІІ КУРСУ СПЕЦІАЛЬНОСТІ ПОЛІТОЛОГІЯ

## 1. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАКТИКИ

Навчально-ознайомлювальна практика в ЗМІ проводиться на ІІ курсі у ІV семестрі, тривалість практики – чотири тижні. Студенти проходять практику по одному-двоє чоловік (в одній редакції). Деканат історичного факультету разом з кафедрою політології погоджують з керівниками відповідних редакцій ЗМІ питання про порядок і час проведення практики. Практиканти працюють на посаді співробітників вказаних структур. Кафедра політології призначає факультетського керівника для організації практики і керівників з викладацького складу, які будуть закріплені за кожним студентом.

Щодо підготовки студентів для проходження практики кафедра організовує і проводить настановну нараду, на якій знайомить студентів з метою і завданнями практики, обсягом обов'язкових робіт для виконання, порядком ведення звітної документації, вимогами до студентів-практикантів. На настановну конференцію можуть бути запрошені працівники редакцій, в яких відбуватиметься практика. Надалі керівник практики проводить систематичні консультації зі студентами-практикантами та контролює хід виконання запланованих робіт.

**Метою практики** є закріплення знань, отриманих студентами з теоретичного курсу “ЗМІ в політичному житті суспільства”, формування навичок практичної політичної діяльності в рамках ЗМІ, оволодіння методикою політологічного аналізу політичної інформації і поглиблення професійних інтересів майбутніх політологів.

**Завданням практики** є формувати у студентів системи професійних знань, умінь і навичок аналізу діяльності ЗМІ; навчити студентів використовувати дослідницькі і емпіричні методи з вивчення політичної інформації та збирати фактичний матеріал для написання курсових, бакалаврських і дипломних робіт з даної проблематики; ознайомити студентів з системою діяльності ЗМІ; розвивати у студентів інтерес науково-дослідницької роботи, підвищити рівень їх політичної культури.

### **Зміст практики:**

- ознайомитися із органами масової інформації, режимом їх роботи;
- бесіди з керівництвом вказаних структур з метою розуміння специфіки їхньої діяльності;
- ознайомитися з роботою співробітників ЗМІ, скласти календарний план на весь період практики;
- брати участь у роботі співробітників ЗМІ і дослідити рівень ефективності їх діяльності;
- студенти повинні виконувати прийняті на базі практики правила охорони праці і протипожежної безпеки, пройти інструктаж;
- встановити взаємозв'язки між теоретичними положеннями та практичною роботою в ЗМІ;
- самостійно спостерігати, аналізувати діяльність редакцій ЗМІ, визначити шляхи оптимізації їх діяльності;
- вести документацію навчально-ознайомлювальної практики і підготувати звіт про роботу.

### **2. ОБОВ'ЯЗКИ КЕРІВНИКА ПРАКТИКИ:**

- перед початком визначити готовність баз об'єктів практики;
- забезпечити проведення всіх організаційних заходів: інструктаж про порядок її проходження та з техніки безпеки, надання студентам-практикантам необхідних документів (направлення, програма, щоденник, календарний план);
- повідомити студентів про систему звітності з практики;
- разом з керівниками об'єктів проведення практики забезпечувати високу якість її проведення згідно з програмою;
- контролювати забезпечення відповідних умов праці;
- контролювати виконання студентами-практикантами правил внутрішнього трудового розпорядку, організувати ведення табеля відвідування студентами об'єктів практики;
- у складі комісії приймати залік з практики;
- подати завідувачеві кафедри політології письмовий звіт про проведення практики із зауваженнями і пропозиціями щодо її поліпшення.

### **3. ОБОВ'ЯЗКИ СТУДЕНТІВ-ПРАКТИКАНТІВ**

Студенти-практиканти під час проходження навчально-ознайомлювальної практики в ЗМІ зобов'язані:

- до початку практики одержати від керівника практики консультацію щодо оформлення необхідної документації;

- дотримуватись правил внутрішнього розпорядку і режиму робочого часу за місцем проходження практики, виконувати розпорядження адміністрації і керівників практики;
- виконувати всі види робіт, передбачені програмою практики і вказівки її керівників;
- дотримуватись правил охорони праці, техніки безпеки і виробничої санітарії;
- вести щоденник, де записуються дані про всю проведenu роботу за кожен день практики, свої спостереження за внутрішньою організацією і діяльністю редакції. При необхідності зазначаються причини, які завадили виконанню того чи іншого завдання;
- своєчасно скласти залік з практики.

Якщо студент-практикант не пройшов навчально-ознайомлювальної практики в ЗМІ або порушував вимоги, він може бути усунутий від проходження практики. Вчена рада факультету студентам, які отримали незадовільні оцінки або були усунуті від проходження практики може дозволити (як виключення) проходити практику в повному обсязі у наступному навчальному році без відриву від занять.

#### 4. ДОКУМЕНТАЦІЯ ПРАКТИКИ

Керівником практики від вузу і бази практики, методистами здійснюється поточний та підсумковий контроль за виконанням окремих розділів і всієї програми практики студентами. Ведеться контроль часу початку та закінчення роботи.

**1.** Студенти зобов'язані вести **щоденник практики**, який складається у довільній формі, зручній для практиканта. Він повинен містити інформацію про виконання протягом робочого дня завдань та кількості годин роботи – у щоденнику фіксується інформація про виконання всіх пунктів індивідуального плану. Методист робить відмітку в індивідуальному плані практиканта про виконання роботи тільки тоді, коли вона зафіксована в щоденнику. Він повинен містити щоденні зауваження студента про свої спостереження щодо роботи в редакції; дані про проведenu роботу; терміни і види робіт; проблеми, з якими зіткнеться студент під час проходження практики.

Пропонований зразок оформлення щоденника:

№ п/п	Зміст роботи	Зауваження студента про свої спостереження

Після закінчення практики студенти здають на кафедру політології, яка відповідає за її організацію, крім щоденника, також:

**2. Характеристику** з місця практики, підписану керівником установи і завірену гербовою печаткою редакції ЗМІ.

**3.** Надруковані (випущені в ефір) один – два **інформаційно-аналітичних матеріали** (радіо- чи телепередачі) в газеті (на радіо, телебаченні), де проходить практика.

**4. Огляд-характеристику** того друкованого видання (радіо, телебачення), в якому студент практикуватиметься: кількість працівників редакції, відділи, рубрики видання, жанри, які найчастіше використовуються журналістами, найактивніші кореспонденти, періодичність та політичний напрям ЗМІ.

**5.** Після закінчення терміну практики студенти звітують про виконання програми та індивідуальні завдання. Загальна і характерна форма звітності студента за практику – подання **письмового звіту**, підписаного і оціненого безпосередньо керівником від бази практики. Письмовий звіт разом з іншими документами (щоденник, матеріали, огляд, індивідуальний план, характеристика) подається на рецензування керівнику практики від навчального закладу.

Звіт має містити відомості про виконання студентом усіх розділів програми практики та індивідуальні завдання, мати розділи з питання охорони праці, висновки і пропозиції, список використаної літератури.

У звіті повинна бути коротко і конкретно описана робота, особисто виконана студентом.

Для узагальнення матеріалів, зібраних під час практики і підготовки звіту, студентам після практики відводиться 5 – 6 днів. Складений студентом звіт повинен мати наскрізну нумерацію сторінок. Аркуші звіту повинні бути зшиті. Звіт з практики захищається студентом перед комісією, призначеною завідувачем кафедри. До складу комісії входять керівники практики від навчального закладу і за можливістю баз практики, викладачі кафедри, які читали студентам спеціальну дисципліну.

Запис “зарах”, “не зарах” вноситься в заліково-екзаменаційну відомість і в залікову книжку студента за підписами членів комісії.

Студенту, який не виконав програму практики з поважних причин, може бути надано право проходження практики повторно.

У разі не виконання практики, студент може бути відрахований з вузу.

Підписано до друку 29.04.2005 р. Формат 60x84/16.  
Папір ксероксний. Гарнітура Times New Roman.  
Ум. друк. арк. 3,0. Тираж 100. Зам. 621.

.....

76025, м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57  
Друкарня видавництва "Плай"  
Прикарпатського університету імені Василя Стефаника

