

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра політології

“ЗАТВЕРДЖУЮ”



Проректор з науково-педагогічної роботи

Олександр ГОЛОВКО

2022 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

Сучасні політичні комунікації, мас-медіа та політика

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти	<u>бакалаврський</u>
галузь знань	<u>05 Соціальні та поведінкові науки</u> (шифр і назва)
спеціальність	<u>052 Політологія</u> (шифр і назва)
освітня програма	<u>Політичні технології та аналіз політики</u> (шифр і назва)
вид дисципліни	<u>обов'язкова</u> (обов'язкова/за вибором)
факультет	<u>філософський</u>

2022 / 2023 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою філософського факультету

Протокол № 5 від 24 червня 2022 року

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: Півнева Любов Миколаївна – доктор. політ. наук, професор кафедри політології

Програму схвалено на засіданні кафедри політології

Протокол № 11 від 24 червня 2022 року

Завідувач кафедри



Олександр ФІСУН

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Політичні технології та аналіз політики»

Гарант освітньо-професійної програми



Тетяна КОМАРОВА

Програму погоджено науково-методичною комісією філософського факультету

Протокол № 10 від 15 червня 2022 року

Голова науково-методичної комісії
філософського факультету



Сергій ГОЛІКОВ

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни “Сучасні політичні комунікації, мас-медіа та політика” складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів спеціальності 052 політологія

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. **Мета:** Курс “СУЧАСНІ ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ, МАС-МЕДІА ТА ПОЛІТИКА” вивчає сутність сучасних політичних комунікацій, мас-медіа як соціального інституту та взаємовплив медійної і політичної сфери. Курс “СУЧАСНІ ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ, МАС-МЕДІА ТА ПОЛІТИКА” передбачає формування у студентів методичних компетенцій як складових професійної компетенції майбутнього політолога шляхом вивчення закономірностей, технології та сфери функціонування політичних комунікацій, мас-медіа у сучасному світі та в Україні.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни

- вивчення формування теоретичних уявлень студентів про базовий понятійний апарат щодо категорій стосовно основних термінів та теоретичних моделей медійного впливу на політику;

- набуття початкового досвіду оцінки політичних подій за умов інформаційного суспільства, вивчення феноменів громадської думки, стереотипів, політичних символів та міфів;

- висвітлення особливостей зв'язку медіа із різними формами політичних режимів, аналіз сучасних медіа-систем, політико-правового регулювання діяльності ЗМІ та громадського мовлення, у т.ч. під час виборів;

- ознайомлення студентів із трендами розвитку електронної демократії та електронного врядування, світовим дослідженням е-врядування ООН та перспективами України;

- ознайомлення з методичними напрацюваннями стосовно формування критичного мислення, медіаграмотності, інтелектуальної протидії пропаганді, мові ворожнечі серед слухачів курсу.

В результаті вивчення курсу “СУЧАСНІ ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ, МАС-МЕДІА ТА ПОЛІТИКА” студенти повинні мати загальні та фахові компетентності та показати програмні результати.

Загальні компетентності:

ЗК 01. Знання предметної області “СУЧАСНІ ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ, МАС-МЕДІА ТА ПОЛІТИКА” та розуміння професійної діяльності політолога.

ЗК 04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 05 Здатність бути критичним т самокритичним.

ЗК 06. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК 07. Вміння виявляти, ставити та розв'язувати проблеми, які виникають в сфері методики навчання та викладання політології.

ЗК 09. Здатність працювати в міжнародному контексті.

Фахові компетентності:

ФК01. Комплексне розуміння природи та значення сучасних політичних комунікацій як специфічного виду людської діяльності та особливої сфери пізнання, включаючи розвиток уявлень про мас-медіа та політику та їх сучасні інтерпретації.

ФК02. Поглиблене знання політичної теорії та володіння категорійно-понятійним та аналітично-дослідницьким апаратом сучасної світової політологічної науки.

ФК03. Комплексне застосування широкого спектру знань, теорій і методів до аналізу сучасних політичних комунікацій, мас-медіа та політики відповідно до певного історичного або сучасного контексту.

ФК04. Комплексне розуміння особливостей реалізації теорій сучасних політичних комунікацій у різних політичних системах та застосування їх широкого спектру для аналізу політики.

Програмні результати навчання

ПРН02. Використовувати державну та іноземну мову як усно, так і письмово на рівні, достатньому для ефективної професійної комунікації, розуміння іншомовних наукових текстів та підготовки майбутніх політологів.

ПРН03. Мати системний науковий світогляд та культурний кругозір, який включає розвинене критичне мислення, професійну етику та академічну доброчесність, повагу різноманітності та мультикультурності.

ПРН04. Комплексно розуміти природу та значення сучасних політичних комунікацій, мас-медіа як специфічного виду людської діяльності та особливої сфери пізнання, включаючи її сучасні інтерпретації.

ПРН05. Знати на поглибленому рівні політичну теорію та володіти категорійно-понятійним та аналітично-дослідницьким апаратом сучасної теорії політичних комунікацій та ролі мас медіа в політиці.

ПРН06. Комплексно застосовувати широкий спектр політологічних понять, теорій і методів до аналізу відносин медіа з політичними структурами відповідно до певного історичного або сучасного контексту.

ПРН08. Конструювати дизайн, розробляти програму та виконувати комплексні політологічні дослідження з сучасних політичних комунікацій, мас-медіа та політики з використанням широкого кола прикладних методів, технологій та інструментарію аналізу.

1.3. Кількість кредитів 4

1.4. Загальна кількість годин 120

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Нормативна / за вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
2-й	3-й
Семестр	
4-й	5-й
Лекції	
32 год.	10 год.
Практичні, семінарські заняття	
32 год.	4 год.
Лабораторні заняття	
год.	год.
Самостійна робота	
56 год.	106 год.
Індивідуальні завдання	
год.	

1.6. Заплановані результати навчання

У результаті вивчення даного курсу студент-бакалавр повинен знати:

- понятійний апарат учбової дисципліни;
- специфіку застосування основних понять, моделей та прийомів функціонування ЗМІ, циркуляцію суспільно-політичної інформації;
- розвиток взаємовідносин владних структур і медіа-інституцій у світі та в Україні;

- сучасні можливості маніпулювання суспільною думкою в контексті створення пропаганди, політичних міфів та реклами,
- законодавче поле діяльності мас-медіа та суспільного мовлення в світі та Україні.

вміти:

- аналізувати та впроваджувати у власну діяльність елементи сучасного знання з сучасних політичних комунікацій та медіа в політиці
- застосовувати в практичній діяльності знання з теорій сучасних політичних комунікацій та мас-медіа в політиці;
- вести моніторинг різних джерел (телерадіоновини, друковані ЗМІ, інтернет-видання, соціальні мережі тощо),
- здійснювати аналіз повідомлень на предмет елементів пропаганди, стереотипів, мови ворожнечі,
- аналізувати законодавчі акти, працювати зі звітами та рейтингами міжнародних організацій та вітчизняних аналітичних центрів.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Розділ 1. Політичні комунікації, мас-медіа як соціальний інститут

Тема 1. Поняття політичної комунікації в політології

Визначення понять комунікації, її види, засоби та форми. Епохи історичних типів в комунікації. Політична комунікація та її зв'язок з медіа. Генезис та наукове визначення поняття політичної комунікації. Принципи та функції політичної комунікації. Класифікації політичної комунікації. Моделі політичної комунікації. Класична модель комунікації Г. Ласуела. Моделі комунікації Ж.-М. Котре, Шенона – Вівера, К. Сайне. Інші сучасні моделі політичної комунікації.

Тема 2. Трансформації категорії медіа по ХХ сторіччя

Підходи до категорії медіа, їх визначення. Поняття категорії медіа. Де-які терміни медіа. Концепції діяльності мас-медіа. Поняття нові і старі медіа, їх переваги та недоліки. Класифікація медіа на нові та старі. Концептуалізація нових ЗМІ. Відмінності "нових" медіа від "старих". Прихильники та противники "нових" та старих медіа. Історична ретроспектива медіа. Теоретичні розробки поняття медіа у працях М. Маклюена та Х. Ініса на розвиток медіа та медіа комунікацій у суспільстві.

Тема 3. ЗМІ: поняття, концепції діяльності, функції. Друковані ЗМІ.

Визначення ЗМІ, їх роль в суспільстві та в політиці. Чим медіа відрізняється від ЗМІ? Функції ЗМІ у суспільстві. Концепції діяльності. Класифікації сучасних ЗМІ.

Поняття друкованих ЗМІ: газети, журнали, альманахи та інформаційні агентства. Виникнення і розвиток друкованих засобів масової інформації. Домінування друкованих видань, преси у формуванні суспільної думки. Поняття друкованих засобів масової інформації (преса, газета, її види і типи). Газета й інші медіа. Чому варто читати газети? Чому газета необхідна молодій людині? Структура сучасної газети. Газетні жанри. Стандарти подання інформації в газеті. Газети як медіабізнес. Журнали, альманахи, медіа агентства, які працюють з друкованими ЗМІ, їх роль у суспільстві. Визначення поняття інформаційне агентство. Особливості роботи інформаційних агентств

Тема 4. Електронні ЗМІ : радіо, ТВ, їх особливості та зв'язок з політикою

Радіо як мас-медіа, його роль у суспільстві. Поняття радіоформату та його класифікацій. Радіо- й медіавласність. Політичні передачі на радіо. Радіо та Інтернет. Визначення поняття телебачення. Початок телевізійного мовлення в Україні. Регулювання теле галузі. Українські медіамагнати і монополізація національного телепростору. Способи маніпуляції на телебаченні. Політичні передачі на ТВ. Теле бачення як фактор воєної політики в сучасних державах. Українське телебачення в умовах сучасної масово-інформаційної ситуації у суспільстві. Регулювання телегалузі. Українські медіамагнати і монополізація національного

телепростору. Маніпулятивне телебачення. Загальна картина програмування сучасного телефіру.

Тема 5. Електронні ЗМІ : Інтернет, кіно, їх використання політикою

Інтернет-основа інформаційно-комунікативного суспільства. Специфіка інтернет-медіа. Державне регулювання в мережі Інтернет. Чи існує цензура в Інтернет? Зв'язок інтернету з політикою. Роль медіа-Інтернет в якості інструмента помочі у прийнятті рішення у політичних и неполітичних заходах. Обмеження на функціонування мережі, блокування на державному рівні доступу до окремих сайтів (ЗМІ, аналітичним, порнографічним) або всієї мережі. Інтернет-видання - інтернет-сайти, що ставлять своїм завданням виконувати функцію ЗМІ і в роботі керуються принципами журналістики. Особливості роботи Інтернет-видань.

Кінематограф як вид мистецтва та форма соціальної та політичної комунікації. Кінопродукція в Україні в контексті політичного дискурсу.

Тема 6. Розвиток інформаційного суспільства у сучасну добу

Інформація як основа медіа. Підходи до визначення інформації. Різновиди інформації та її властивості. Погляди К. Шеннона на інформацію. Види інформації. Схема передачі інформації. Поняття дезінформації.

Поняття та признаки інформаційного суспільства. Концепція інформаційного суспільства в політології. Західні вчені (Р. Арон, У. Ростоу, Д. Белл, З. Бжежинський, А. Тофлер, Ж. Фурастьє, А. Турен и др.) про інформаційне суспільство. Відмінності інформаційного суспільства від інших типів соціуму. Інформаційне суспільство в Україні: глобальні виклики та національні можливості. Поняття, ознаки та управління інформаційним суспільством. Україна у світових рейтингах розвитку інформаційного суспільства

Тема 7. Західні вчені про громадську думку

Формування громадської думки в праці У. Ліпмана «Громадська думка» як класика західної теорії масової комунікації. Роль стереотипів у формуванні громадської думки. Значення вводу теорії соціального стереотипу У. Ліпмана для формування концепту громадської думки. Погляди французької школи на проблему достовірності громадської думки. П. Бурд'є «Громадської думки не існує». Е. Ноель – Нойман та її відкриття «спіралі мовчання» (історія виникнення, передумови теорії, концепція теорії, прояви «спіралі мовчання», як можна примінити теорію «спіралі мовчання»). «Спіраль мовчання» Е. Ноель-Нойман та громадська думка, їх зв'язок. Критика теорії «спіралі мовчання». Нові підходи до розуміння концепту громадської думки: П. Шампань «Робити думки – нова політична гра» та Ж. Бодрійяр « У тіні мовчазної більшості» . Г.Маркузе та його вклад в теорію громадської думки в постіндустриальному суспільстві (теорія одномірної людини).

Тема 8. Особливості застосування новинних медіа та політичної мови у ліберально-демократичних суспільствах

Політична комунікація і висвітлення новин у ліберально-демократичних суспільствах. Поняття новинні мас-медіа, їх ознаки, види та функції. Типи інформирования. Информационная программа. Мобільні технології та сучасний медіатекст. Практика опрацювання новин. Специфічні особливості висвітлення політичних кампаній та виборів через політичні новини у мас-медіа. Презентація політики в українських мас-медіа . Мова політики, її поняття та особливості використання у новинних мас-медіа. Виміри політичної мови: бюрократичний, та мобілізаційний. Політичний дискурс (Е. Лакло, Ш. Муфф, С. Холл, Т.ван Дейк). Маніпуліції у ЗМІ. Політичний міф та символ. Мова ворожнечі: визначення, форми та наслідки використання

Розділ 2. Медійні аспекти політичних режимів та їх регулювання

Тема 9. Сучасні медіа-системи: моделі комунікації в Європі та світі.

Суспільна комунікація за демократії: від «чотирьох теорій» до «трьох моделей» та «двох моделей» сучасної медіа-системи в Європі та світі. Поняття медіасистеми ("Чотири теорії преси" Зіберта, Шрамма, Петерсона vs "Сучасні медіасистеми" Д. Галліна і П. Манчіні. Характеристика режиму в Україні стосовно використання ЗМІ у суспільстві стосовно теорій.

Сучасні медіа-системи. Головні відмінності засобів масової інформації та їх функціонування у різних країнах. Величезний взаємовплив політики і медіа. Класична праця Ф. Сібєрта, Т. Пітерсона та В. Шрамма «Чотири теорії преси» (1956). Переваги та вади «Чотирьох теорій». «Сучасні медіасистеми» (2004) Д. Галліна і П. Манчіні. Три моделі ЗМІ Д. Галліна і П. Манчіні, їх значення та розвиток у 21 столітті. Функціонування моделей сучасної медіа-системи в Європі та світі. Розвиток «моно медіа-системи» до «дуальної медіа-системи» у Європі та світу з 20 століття дотепер. Співіснування приватних та громадських засобів масової інформації на одному медіа-ринку серед країн-членів Європейського Союзу та світу

Тема 10. ЗМІ та політичні режими: взаємодія та соціальна відповідальність.

Визначення демократичного та авторитарного політичного режимів. Вимоги АР та ДР на роль ЗМІ у суспільстві. Функції ЗМІ в моделі демократичної та в моделі авторитарної держави. Формування толерантності в обох режимах. Політичний режим в Україні відносно ЗМІ. Засоби контролю над ЗМІ в обох режимах. Типи контролю над ЗМІ стосовно Герберу. Нормативні моделі взаємодії ЗМІ та держави. Модель незалежної преси у взаємодії ЗМІ та держави. Модель демократичного представництва у взаємодії ЗМІ та держави. Концепція журналістської еліти. Види соціальної відповідальності мас-медіа. Моделі взаємодії ЗМІ, держави та суспільства в демократичному і авторитарному режимах. Соціальна відповідальність мас-медіа та журналістики.

Тема 11. Інформаційно-правова система як основа діяльності ЗМІ в Україні

Закони України про інформацію та ЗМІ. Поняття інформації та її види в Україні. Вчені, які вивчали категорію інформації в політології. Поняття і зміст конституційного права на інформацію. Види інформаційних прав та свобод особи передбачені законодавством. Правові обмеження права доступу до інформації. Порядок спростування недостовірної інформації. Ознаки, які виокремлюють публічну інформацію з-поміж інших видів інформації. Призначення публічної інформації. Принципи побудови роботи з публічною інформацією у державах Європи.

Доступ до публічної інформації. Сучасні тенденції у забезпеченні доступу громадян до публічної інформації за кордоном. Доктрина інформаційної безпеки в Україні. Правові і етичні норми журналістської діяльності стосовно інформації.

Тема 12. ЗМІ і вибори.

Значення виборів в політичній системі. Прозорість і конкурентність виборів. Стандарти висвітлення виборів засобами масової інформації під час виборчого процесу у західних країнах. Основні стандарти висвітлення виборів у західних країнах. Правові засади висвітлення виборів в Україні та їх співвідношення з українським законодавством. Участь ЗМІ в інформаційному забезпеченні виборів. Маніпуляційна складова в діяльності ЗМІ на виборах. Функціональна діяльність ЗМІ в періоди виборчих кампаній. Інформаційні технології у виборчих кампаніях. Інтернет-технології у виборчих кампаніях на Заході та в Україні.

Тема 13. Становлення та розвиток громадської думки у суспільстві в контексті ЗМІ

Громадська думка — відображення ставлення народу (в цілому або окремих спільнот) до влади, її діяльності, політики. Поняття та генезис розвитку громадської думки. Об'єкт та предмет вивчення громадської думки. Громадська думка як соціальний інститут. Функції громадської думки. ЗМІ як політика та засіб формування громадської думки. Особливості розвитку громадської думки в контексті ЗМІ при тоталітарному, авторитарному та демократичному режимах. ЗМІ та опитування громадської думки. Вплив ЗМІ на політичну свідомість і громадську думку - можливості і обмеження. Проблеми сприйняття і довіри ЗМІ.

Тема 14. Прояви політичного маркетингу як засобу комунікації: політична реклама та PR

Ідеї політичного маркетингу П'єра Бурдьє (1930—2002). Поняття політичного маркетингу і його прояв у комунікації. Сутність, функції та види політичного маркетингу. Система політичного маркетингу. Специфіка маркетингу в політичній сфері, чим він

відрізняється від економічного маркетингу. Поняття політичної реклами як особливого виду маркетингової комунікації. Особливості та види політичної реклами, вплив на населення. *Термін пабик релейшенс та його види.* Методи роботи пабик релейшенс із засобами масової інформації. Політичний маркетинг та *різновиди прес-посередницьких підрозділів ПР.* Поняття реклами як особливого виду маркетингової комунікації. Історія розвитку реклами та її форми у різних типах ЗМІ.

Особливості та види політичної реклами. Public Relations в політиці та державному управлінні. Меседжи та цільові групи.

Тема 15. Е-демократія та Е-урядування як елементи комунікації між державою та суспільством.

Розмежування понять Е-управління та Е-демократії та їхні базові інструменти. Елементи Е-демократії в західних країнах, перспективи для Е-урядування в Україні: світовий рейтинг ООН. Концепція електронного уряду. Різниця між он-лайнним урядом та електронним урядом. Структура електронного уряду та етапи впровадження Е-урядування в Україні. Використання послуг електронного уряду населенням України. Світовий досвід використання відкритих даних. Використання послуг електронного уряду населенням розвинених країн світу. Перспективи остаточного запровадження в Україні електронного уряду. Українські проекти використання відкритих даних. Інtranет та чи можлива його безпека в Україні та світу. Створення в Україні універсального урядового порталу як ще одного елементу електронного уряду. «універсальність порталу». Ризики впровадження Е-урядування в Україні.

Тема 16. Тенденції розвитку сучасних медіа у суспільстві

Тенденції розвитку ЗМІ в вік глобалізації та інформатизації. Характерні нові риси сучасних медіа. Створення медіа-події та як це відбувається. Визначення термінів діджитократія, датакратія, кваліоїди. "Третя хвиля" влади. Поняття кліп- культура (Тофлер). Інфотейнмент як форма подачі матеріалу з боку ЗМІ.

Уніфікація доступність, всезагальність та сенсаційність медіа в умовах інформаційного суспільства. Стандартизація та уніфікація медійного продукту. «Джинса» та боротьба із «фейками». Комерціалізація системи медіа в суспільстві. Майбутнє медіаконтенту в тенденціях сучасного ринку. Едьютейнмент, таблоїдизація як тенденції розвитку сучасних ЗМІ.

Майбутнє медіа: прогнози, перспективи та виклики розвитку медіа в сучасному світі. Кризова ситуація в медіа галузі України. Влада, редакції, власники медіа, громадські організації, інвестори та грант давці, їх відповідальність за розвиток сучасних медіа в суспільстві. Проблема якісної журналістики періоду діджитальної ери масової комунікації.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
л		п	лаб.	інд.	с. р.	л		п	лаб.	інд.	с. р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Розділ 1. Політичні комунікації, мас-медіа як соціальний інститут												
Разом за розділом 1	75	16	16			28	120	10	2			53
Розділ 2. Медійні аспекти політичних режимів та їх регулювання												
Разом за розділом 2	75	16	16			28		2				53
Усього годин	150	32	32			56	120	10	4			106

4. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

№	Назва теми	К-сть годин	К-сть годин

з/п		денна	заочна
1	Поняття політичної комунікації в політології	2	1
2	Трансформації категорії медіа по ХХ сторіччя	2	
3	ЗМІ: поняття, концепції діяльності, функції. Друковані ЗМІ..	2	1
4	Електронні ЗМІ : радіо, ТВ, їх особливості та зв'язок з політикою	2	
5	Електронні ЗМІ : Інтернет, кіно, їх використання політикою	2	
6.	Розвиток інформаційного суспільства у сучасну добу	2	
7	Західні вчені про громадську думку	2	
8	Особливості застосування новинних медіа та політичної мови у ліберально-демократичних суспільствах	2	1
9	Сучасні медіа-системи: моделі комунікації в Європі та світі.	2	
10	ЗМІ та політичні режими: взаємодія та соціальна відповідальність.	2	
11	Інформаційно-правова система як основа діяльності ЗМІ в Україні	2	
12	ЗМІ і вибори.	2	
13	Становлення та розвиток громадської думки у суспільстві в контексті ЗМІ	2	1
14	Прояви політичного маркетингу як засобу комунікації: політична реклама та PR	2	
15	Е-демократія та Е-урядування як елементи комунікації між державою та суспільством.	2	
16	Тенденції розвитку сучасних медіа у суспільстві	2	
	Разом	32	4

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	К-сть	
		годин денна	годин заочна
1	Опрацювання науково-методичної літератури та енциклопедично-словникових джерел, підготовка всіх студентів до "ланцюжка" опитування за визначеннями понять "інформація", "комунікація", ЗМІ. Презентація доповідей щодо особливостей функціонування різних ЗМІ.	6	10
2	Опрацювання науково-методичної літератури та першоджерел за темою Підготовка доповідей щодо інформаційного суспільства та моделей комунікації.	6	10
3	Дослідження методом контент-аналізу ЗМІ: а) стереотипів, б) змісту порядку денного; в) новин в різних ЗМІ (за вибором студента).	4	10
4	Практичне завдання із пошуку мови ненависті у висловленнях сучасних політиків (за вибором студента). Підготовка доповідей за темами семінару	4	10
5	Опрацювання науково-методичної літератури та енциклопедично-словникових джерел. Написання та презентація есе за темою "ЗМІ та політичний режим"	6	10
6	Підготовка до контрольної роботи модульного контролю (за темами 1-8)	4	10
7	Дослідження методом контент-аналізу пропагандистських повідомлень у ЗМІ /літературі/мистецтві; або пошук прикладів агітаційних повідомлень. Опрацювання науково-методичної літератури. Підготовка доповідей за змістом теми	6	10
8	Опрацювання науково-методичної літератури. Дослідження та презентація кейсів рекламних / PR кампаній в політиці	6	10
9	Опрацювання законодавчої бази та аналітичних досліджень з теми.	6	10
10	Опрацювання законодавчої бази, науково-методичної літератури та аналітичних досліджень з теми. Підготовка до дебатів щодо регулювання висвітлення виборів та передвиборчої агітації в ЗМІ	4	8

	(групова самостійна робота)		
11	Опрацювання доповіді ООН "Електронне врядування в глобальному світі"	4	8
	Разом	56	106

6. Індивідуальні завдання

Не передбачені навчальним планом

7. Методи контролю

Оцінювання робота на семінарських заняттях, підготовка студентами письмових доповідей та доповідей-презентацій, участь у дебатах в групі та індивідуальні виступи на круглих столах, написання модульної контрольної роботи (проміжний контроль за результатом вивчення тем розділів). Письмова екзаменаційна робота.

8. Схема нарахування балів

Розділ 1										Розділ 2						к/р	Ра зом	залі к	Су ма
Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	Т 8	Т 9	Т 10	Т 11	Т 12	Т 13	Т 14	Т 15	Т 16	9	60	40	100
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	1	4	3	3				

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	зараховано
70-89	
50-69	
1-49	Не зараховано

9. Рекомендована література

Основна література

1. Адубецька Н. Маркетингові засоби комунікації у політиці. *Політичний менеджмент*. 2011. №4.
2. Афанасьєва К. О. Майбутнє медіаконтенту в тенденціях сучасного ринку. *Соціальні комунікації*. 2015. № 4 (24).
3. Барзилович О.М., Григорова З.В., Пунчак Л.А., Сухоруков А.І., Сухорукова О.А., Шевченко І.Б. Основи медіаменеджменту: навч. посіб. для студ. спеціальності 073 «Менеджмент», спеціалізації «Медіаменеджмент та адміністрування у видавничій поліграфічній галузі». Київ : КПІ, 2017. 296 с.
4. Ганжуров Ю. Політична комунікація: проблеми структуризації. *Політичний менеджмент*. 2004. № 2. С. 121-129.
5. Гриценко О. Нові форми демократії, політична комунікація й громадянське суспільство. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.46.10060>
6. Громадська думка як соціальний інститут. Функції громадської думки. URL: <https://studfile.net/preview/7189014/page:6/>
7. Дабіжа В. Політичні комунікації: аспекти розвитку. *Політичний менеджмент*. 2012. № 4-5. С. 173-179.
8. Доступ до публічної інформації. URL: <https://www.president.gov.ua/public-info/access>
9. Дюжева К. В. Реклама у сучасних медіа. *Соціум. Документ. Комунікація*. 2016. Вип. 2.
10. Е-урядування – ключ до реформ в Україні. *Державне агентство з питань електронного урядування України*. 30 січня 2019 року. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/e-uryaduvannya-klyuch-do-reform-v-ukrayini>

менеджмент. 2012. №3. С. 135-144.

39. Позначка: медіа події таблоїдизації. Параграф 2. Мас-медіа за часів інформаційного суспільства, або Чому новий світ вимагає «тут і зараз» нового «я» від кожного. URL: <http://www.ualocal.media/?tag=%D1%83%D0%BD%D1%96%D1%84%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F>
40. Поліщук О. Комунікаційні технології у виборчому процесі України. <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/239449.pdf>
41. Приймаченко Н. Інформаційні технології як інструменти впливу на думку виборців. URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/130>
42. Петренко В. Особливості визначення політичної мови. *Політичний менеджмент*. 2007. №2.
43. Расто К. Моніторинг висвітлення виборів у ЗМІ. Практичний посібник для громадських організацій. Рада Європи, листопад 2020.
44. Росінська О. Маніпулятивний вплив ЗМІ на свідомість в умовах інформаційної війни. в: *Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn.* 2019: 46; 318–324 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.46.10069>
45. Сарміна Г. Проблема якісної журналістики періоду дигітальної ери масової комунікації. *Діалог: Медіа-студії*. 2017. N. 23. P. 48–69.
46. Синоруб Г. Мобільні технології та сучасний медіатекст. В: *Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn.* 2019: 46; 273–280 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.46.10063>
47. Скленар І. Сенсаційність чи правдивість і точність в інформаційних та аналітичних матеріалах (за публікаціями преси та інтернет-видань). *Український інформаційний простір*. 2017. N. 2. P. 176–188.
48. Стадник Є. Що потрібно знати ЗМІ про вибори? July 8, 2020. URL: <https://cedem.org.ua/analytics/shho-potribno-znaty-zmi/>
49. Тарасенко Н. Доктрина інформаційної безпеки України в оцінках експертів. *Резонанс*. 2017. № 18. С. 3–14. URL: <http://nbuviap.gov.ua/images/rezonans/2017/rez18.pdf>
50. Ткачук Б. "Кіно було загнане в гетто етнокультури": інтерв'ю з кінознавцем до Дня Незалежності. 19 серпня 2021, 18:00
51. Український медіаландшафт. К.: Представництво Фонду Конрада Аденауера в Україні, 2011. 41 с.
52. Федорів Т. В. Випуск теленовін: головні інструменти верстки. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1259>
53. ХОЗЯІНОВА А.А. Журналістика, видавнича справа та ЗМІ. URL: http://ua-referat.com/%D0%9A%D0%BB%D0%B0%D1%81%D0%B8%D1%84%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F_%D0%B7%D0%B0%D1%81%D0%BE%D0%B1%D1%96%D0%B2_%D0%BC%D0%B0%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%97_%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97_%D1%82%D0%B0_%D1%96%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F_%D1%97%D1%85_%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%83
55. Чорний О. Маркетингова комунікаційна політика в політичних комунікаціях: конвергенція і розрив двох теорій і практик. *Наукові записки*. Київ, 2018. Випуск 4 (66).
56. Шевченко З.В. Поняття соціального стереотипу на основі праці Уолтера Липпмана «Суспільна думка». *Нові завдання суспільних наук у XXI столітті*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф, м. Київ, 7-8 листопада 2014 р. Київ, 2014. С. 80-82.
57. Яцюк Д. В. Цифровий маркетинг: майбутнє маркетингових комунікацій в брендингу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 7. С. 70–74.

Рекомендована література.

1. Абетка політична. Засоби масової інформації і політика: навчальний посібник/За наук.ред. О.В.Радченка; М. Д. Городок, нд сучасної журналістики. *Мас-медіа України на зламі епох: реалії та перспективи розвитку* : матеріали Всеукраїнської наук.-практ. інтернет-конференції / за ред. Галич А. О. Старобільськ : Вид-во ДЗ „Луганський національний університет імені Тараса Шевченка”, 2018. С.313-317
2. Галаджун З. До питання про поняття та види соціальної відповідальності мас-медіа. URL: <http://www.allbest.ru/>
3. Галлін Д. С., Манчіні П. Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики / Переклад з англ. О. Насика. Київ: Наука, 2008. 320 с.

4. ГРАС К. Галлін І Манчіні: надто лояльні до Великої Британії і дуже суворі до Італії. URL: <https://ua.ejo-online.eu/1600/etyka-ta-yakist/%D0%B3%D0%B0%D0%BB%D0%BB%D1%96%D0%BD-%D1%96-%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D1%87%D1%96%D0%BD%D1%96-%D0%BD%D0%B0%D0%B4%D1%82%D0%BE-%D0%BB%D0%BE%D1%8F%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96-%D0%B4%D0%BE-%D0%B2%D0%B5%D0%BB%D0%B8>
5. Городок М., Герасимчук С., Микитюк Ю. *Політична Абетка. Засоби масової інформації і політика*. 2016 р. Міжнародний республіканський інститут.
6. 10 фільмів про політику та вибори, зняті за реальними подіями. URL: https://kino.24tv.ua/filmi-pro-politiku-ta-vibori-za-realnimi-podiyami-dobirka-top-desyat_n1441390 23 жовтня 2020, 14:30
7. Долгих В. П. Політичний дискурс: походження та зміст поняття. *Грані*. 2002. № 6. С. 121 - 125.
8. Дубов Д. В., Ожеван О. А., Гнатюк С. Л. Інформаційне суспільство в Україні: глобальні виклики та національні можливості: *аналіт. доп.* Київ. : НІСД. 2015. 64 с.
9. Захарченко А. П. Інтернет-медіа : інтерактивний навчальний посібник для курсу «Підтримка сайту». Тернопіль : Крок, 2014. 198 с.
10. Інформаційне суспільство в Україні: глобальні виклики та національні можливості. *Аналітична доповідь. Національний інститут стратегічних досліджень*. Київ. 2010.
11. Кастельс М. Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства. Київ: ТОВ «Ваклер», 2007. 304 с.
12. Крейг Р. Інтернет-журналістика : робота журналіста і редактора у нових ЗМІ. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 324с.
13. Курбанова А. Електронна демократія в Україні: від революції до еволюції . URL: <https://nachasi.com/tech/2018/10/04/elektronna-demokratiya-v-ukrayini/>
14. Маліс О. Політичний сайт як посередник між суб'єктами політики та суспільством . *Віче. Журнал Верховної Ради України*. 2008. № 20. С. 23-28.
15. Масова суспільна свідомість і громадська думка . URL: <https://leksii.com/1-28057.html>
16. Московцева В. В. Типологія друкованих засобів масової інформації. Запоріжжя : ЗДУ, 2002. 44 с.
17. Основні теорії громадської думки. Підготувала : студентка <https://present5.com/osnovni-teori%D1%97-gromadsko%D1%97-dumki-pidgotuvala-studentka/>
18. Палагнюк Ю.В. Становлення та функціонування медіа-системи у сучасній Європі. URL: . URL: <https://uchebana5.ru/cont/3794967-p4.html>
19. Паславський І. Президентська виборча кампанія: інформаційний ресурс кандидатів та їхня медійна тактика на стартовому етапі. *Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn.* 2019: 46; 114–123 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.46.1003>
20. Право на інформацію . URL: <https://ccu.gov.ua/storinka-knygy/431->
21. Презентація політики в українських мас-медіа . URL: https://studopedia.ru/22_98859_rozdil--prezentatsiya-politiki-v-ukrainskih-mas-media.html
22. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика : навч. посіб. Львів: ПАІС, 2010. 246 с.
23. Почепцов Г. Чукут С. Інформаційна політика: [навч. посіб]. Київ: Вид-во УАДУ, 2002. 88 с.
24. Прудникова О. В. Масова комунікація як підґрунтя розвитку інформаційної культури. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. 2014. № 1 (20) С. 53-60.
25. Рижко О. Рецепція гейміфікації новин як нової конвергенції. в: *Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn.* 2019: 46; 265–272 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.46.10062>
26. Слободянюк А.В. Громадська думка як соціальний інструмент політичного режиму. *XLVI Науково-технічна конференція Інституту соціально-гуманітарних наук*, 15-17 березня 2017 р. Вінниця. ВІТУ, 2017.
27. Суспільна комунікація за демократії: від «чотирьох теорій» до «трьох моделей». URL : <https://sites.google.com/site/mediasistemy/course01>
28. Українське кіно 2021: премії на міжнародних кінофестивалях та номінація на “Оскар” 06.02.2021. URL: <https://antikvar.ua/premiyi-ukrayinskyh-strichok-2021/>
29. На шляху до «розумного суспільства»: інформаційні технології як фактор суспільних перетворень в Україні. Київ: НІСД, 2011. - 25 с. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/593/>
30. Почепцов Г.Г., Чукут С.А. Електронний уряд. Інформаційна політика. Навч. посіб. Київ: «Знання», 2006. 665 с.

31. Штромайер, Герд. Політика і мас-медіа / Герд Штромайер ; пер. з нім. А. Орган. К. : Вид. дім «Киево-Могилянська академія», 2008. 303 с.
32. Щербак М. Електронна демократія в Україні: інструменти та методи. 2018. URL: <https://www.gurt.org.ua/articles/44096/>

ЗАКОНОДАВСТВО УКРАЇНИ ДЛЯ ЗМІ

1. Закон України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів». Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1997, № 50, ст. 302) (зі змінами)
2. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» 18 грудня 1992 року згідно з Постановою Верховної Ради України від 20 листопада 2012 року N 2783-XII зі змінами і доповненнями, внесеними Законами України від 20 листопада 2012 року N 5492-VI.
3. Закон України «Про телебачення і радіомовлення» від 21.12.1993 № 3759-XII (зі змінами)
4. Закон України "Про електронний цифровий підпис". URL: <http://www.e-ukraine.org.ua/index.php?mod=pidpis>
5. Закон України "Про електронні документи та електронний документообіг". URL: http://www.e-ukraine.org.ua/index.php?mod=doc_obig
6. Закон України "Про захист інформації в автоматизованих системах". URL: <http://www.e-ukraine.org.ua/index.php?mod=2>
7. Закон України "Про інформацію". URL: <http://www.e-ukraine.org.ua/index.php?mod=1>
8. Закон України "Про концепцію Національної програми інформатизації". URL: <http://www.e-ukraine.org.ua/index.php?mod=3>
9. Закон України "Про телекомунікації". URL: http://www.e-ukraine.org.ua/index.php?mod=law_telecom
10. Интернет-порталы органов государственной власти как ключевая составляющая "электронного правительства". URL: <http://www.microsoft.com/rus/government/newsletters/issue10.asp>
11. Інформаційні матеріали сайту “Информационное общество”. <http://www.iis.ru/>, <http://www.iis.ru/glossary/>;
URL: <http://www.isu.org.ua/>
12. Наказ Міністерства юстиції «Про затвердження Положення про державну реєстрацію друкованих засобів масової інформації в Україні» та «Положення про державну реєстрацію інформаційних агентств як суб'єктів інформаційної діяльності» від 21.02.2006. N 12/5.
13. Про інформацію : Закон України від 2 жовтня 1992 р. № 2657-XXI (із змін. і доп.) Відомості Верховної Ради України. 1992. № 48. – Ст. 650. (зі змінами)
14. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні : Закон України від 16 листопада 1992 р. № 2782-XII (із змін. і доп.)
15. Про інформаційні агентства : Закон України від 28 лютого 1995 р. № 74/95-ВР (із змін. і доп.). Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 13. – Ст. 83.
16. Постанова Кабінету Міністрів України від 24.02.2003 №208 “Про заходи щодо створення електронної інформаційної системи “Електронний уряд”. URL: <http://www.e-ukraine.info/ukr/postanova.php>

10. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

Науково-методичні видання кафедри політології:

http://philosophy.karazin.ua/ua/kafedra/staff_pol/navchannja/pol_metodichka.html

Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Політологія»

<http://periodicals.karazin.ua/politology>

Офіційні сайти ЗМІ / Інтернет-ЗМІ

www.inter.ua – Офіційний сайт телеканалу “Інтер“

www.1plus1.tv – Офіційний сайт телеканалу “1+1”

www.1tv.com.ua – Офіційний сайт Першого національного каналу (УТ-1)

www.ictv.ua – Офіційний сайт телеканалу ICTV

www.stb.ua – Офіційний сайт телеканалу СТБ

www.vechrniy.kharkov.ua – Офіційний сайт газети “Вечірній Харків”
www.podrobnosti.ua – Офіційний сайт інтернет-видання “Подробности”
www.korrespondent.net – Офіційний сайт української мережі новин “Кореспондент”
www.for-ua.com – Офіційний сайт інтернет-газети “ForUm”
www.tribuna.com.ua – Офіційний сайт інтернет-газети “Трибуна”
www.context-ua.com – Агенство ділової інформації “Контекст”
www.glavred.info – Незалежне аналітичне агенство “Главред”
www.pravda.com.ua – сайт “Української правди”

Інформаційні агентства

www.unian.net – Офіційний сайт УНІАН
www.interfax.com.ua – Офіційний сайт “Інтерфакс-Україна”
www.ukranews.com – Офіційний сайт Українських новин
www.news.ukrinform.com.ua – Офіційний сайт “Укрінформ”
www.reuters.com // Офіційний сайт “Рейтерс”

Офіційні сайти органів державної влади та місцевого самоврядування в Україні

- www.president.gov.ua	www.rada.gov.ua
- www.kmu.gov.ua	http://civic.kmu.gov.ua/
- http://nc.gov.ua/	www.niss.gov.ua
- http://decentralization.gov.ua/	https://minjust.gov.ua/ua
- http://www.ombudsman.gov.ua/	https://prozorro.gov.ua/
- http://kharkivoda.gov.ua/	http://www.city.kharkov.ua/

Освітні ресурси неурядових організацій з питань медіаправа, реформування медіа та громадської думки

http://medialaw.kiev.ua/	http://osvita.mediasapiens.ua/
http://pravo-media.at.ua	http://imi.org.ua/law
www.journ.univ.kiev.ua	http://www.coe.kiev.ua/
www.globalpr.org	www.online-pr.com
www.pr-dialog.com	www.propr.com.ua
www.reklamaster.kiev.ua	http://ehronika.com/
http://www.khpg.org/	http://rpr.org.ua/
http://www.irf.ua/	www.cvu.org.ua
http://www.coe.kiev.ua/	www.dif.org.ua
http://pravo.org.ua/	www.icps.com.ua/
http://ipo.org.ua/	http://www.prostir.ua/

Примітка. Перелік інформаційних ресурсів не є вичерпним – він містить як посилання на офіційні сайти органів влади в Україні, так і сайти міжнародних інституцій (Рада Європи, ОБСЄ), вітчизняних та зарубіжних аналітичних центрів, фондів, НДО, які займаються проблематикою політичної, масової комунікації, публік релішнз та політичної реклами, медіа-права та ЗМІ в Україні та за кордоном. При використанні матеріалів з цих джерел або інших джерел посилання на них є для студентів обов'язковим.