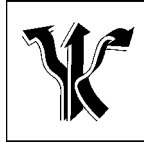


МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ САМОСТІЙНОЇ
РОБОТИ СТУДЕНТІВ
з дисципліни
“ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ”
(для бакалаврів)**

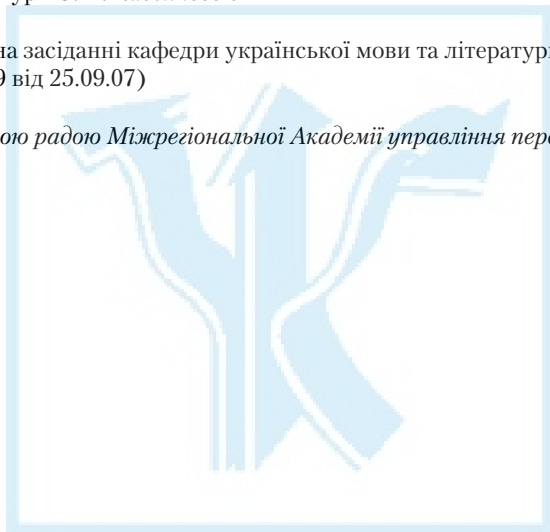
МАУП

Київ 2008

Підготовлено кандидатом філологічних наук, професором кафедри української мови та літератури *С. П. Касьянковою*

Затверджено на засіданні кафедри української мови та літератури (протокол № 9 від 25.09.07)

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом



Касьянова С. П. Методичні рекомендації щодо забезпечення самостійної роботи студентів з дисципліни “Засоби масової комунікації” (для бакалаврів). — К.: МАУП, 2008. — 28 с.

Методичні рекомендації містять пояснювальну записку, тематичний план, зміст самостійної роботи з дисципліни “Засоби масової комунікації”, питання для самоконтролю, вказівки до самостійного вивчення програмного матеріалу та виконання контрольної роботи, варіанти контрольних робіт, а також список літератури.

© Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП), 2008

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Система знань людини про навколишній світ безумовно включає розуміння соціальних, політичних, комунікативних, культурних процесів. Бурхливий розвиток технологій впливає на поширення та розуміння цих явищ. Саме у XX столітті вчені звернули особливу увагу на потужний вплив масової комунікації на суспільство й поведінку людей. Все нові технологічні відкриття вносять зміни у регіональні та глобальні процеси. У сучасному світі не лише газети чи інші друковані видання з фіксованим тиражем, які традиційно були джерелом інформації в Україні, задовольняють інформаційний попит. Існує величезна кількість різних видів засобів масової інформації, які виконують певні функції, мають свою структуру, й відіграють певну роль у соціумі. Отже, необхідно ґрунтовно вивчати засоби масової комунікації.

Перебуваючи в інформаційно-комунікативних потоках, особистість, безумовно, аналізує перебіг процесів. Вивчення програмного матеріалу дисципліни “Засоби масової комунікації” сприятиме формуванню у студентів умінь та навичок аналізувати поняття процесів, застосовуючи наукові методи та прийоми. Тож важливою складовою є самостійне опрацювання матеріалу, бо знання про складові соціальної комунікації, про засоби масової комунікації є не тільки частиною фахової підготовки соціолога, соціального працівника чи політолога, а й складовою соціальної парадигми особистості незалежно від фаху. Багато питань зі сфери масових комунікацій будуть предметом дискусійного обговорення на семінарських заняттях, а опрацювання матеріалу для підготовки рефератів дозволить детальніше опрацювати теми з дисципліни та набути відповідних умінь та навичок.

Безумовно, утвердження духовних цінностей, здійснення ідеологічного, політичного, економічного й організаційного впливу на оцінки, думки й поведінку людей чи не найповніше характеризує засоби масової комунікації у сучасному світі. Їх дослідження постійно доповнюється новою інформацією, адже комунікативний простір розвивається під впливом багатьох чинників. Необхідно брати до уваги всі можливі складові розвитку, для одержання максимально об'єктивної картини засобів масової комунікації. Як підсистема загальної системи суспільства засоби масової комунікації впливають

на процес осягнення дійсності, формування картини світу, творення стереотипів, мотивацію поведінки й вибору особистості. Тому є важливими знання, здобуті у процесі навчання. Фахівці з вищою освітою стануть учасниками цих процесів, братимуть участь у розбудові держави, її інститутів. Важливо, щоб використання засобів масової комунікації сприяло розвитку культурних форм сучасного суспільства.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
дисципліни
“ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ”

№ пор.	Назва теми
1	Суспільна природа масової комунікації
2	Суб'єкти та об'єкти масовокомунікаційної діяльності
3	Загальна характеристика інститутів розповсюдження комунікації у суспільстві
4	Функції засобів масової комунікації
5	Форми і методи впливу засобів масової комунікації
6	Формування громадської думки за допомогою засобів масової комунікації
7	Поліфункціональність електронних засобів масової комунікації
8	Діяльність преси у системі засобів масової комунікації
9	Використання новітніх комп'ютерних технологій у системі засобів масової комунікації
10	Професійно-етичні кодекси працівників засобів масової комунікації
Разом годин: 54	

ЗМІСТ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ
з дисципліни
“ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ”

Тема 1. Суспільна природа масової комунікації

Аудиторна робота

Семінарське заняття

1. Явище масової комунікації як різновид спілкування.
2. Поняття про актуальність подій для масової свідомості.
3. Інформування як форма комунікативного впливу.
4. Використання переконання у якості комунікативного впливу.
5. Характеристика пропаганди й агітації як форм комунікативного впливу.
6. Виховання та розваги як форми комунікативного впливу.
7. Формування системи цінностей суспільства та діяльність засобів масової комунікації.
8. Характеристика мовленнєвої культури комунікатора.

Позааудиторна робота

Прокоментуйте тезу, наведіть приклади

Більшість дослідників проблем медіа-простору передусім зауважують тенденцію медіатизації політики провідних держав, ведення і поширення впливу власне з допомогою ЗМІ та комунікаційних технологій, що дзеркально призводить до фактичної політизації самих медій, використання їх як засобу глобальної експансії з метою економічного панування.

Фахівці ООН засвідчують і виокремлено підкреслюють використання засобів масової інформації для ідеологічного диктату, навіть більше — ідеологічного насильства над людиною. Безумовно, посилюється тиск під час виборчих перегонів, що несе загрозу реалізації реального, усвідомленого і обґрунтованого вибору громадян. (Ю. Бондар).

Теми рефератів

1. Засоби творення образу країни у інформаційному просторі.
2. Аналіз геополітичного образу України в інформаційному просторі.

3. Визначення портрета людини, яка схильна до зміни своїх цінностей та установок під впливом ЗМК.
4. Способи актуалізації подій у зовнішньому інформаційному просторі держави.
5. Способи актуалізації подій у внутрішньому інформаційному просторі держави.
6. Формування інформаційного простору країн “нової демократії”.
7. Особливості відображення внутрішньополітичних орієнтацій суспільства у ЗМК.
8. Вплив ЗМК на процес формування та трансформації суспільних цінностей держави у перехідний період.
9. Формування іміджів внутрішньополітичних суб’єктів за допомогою ЗМК.
10. Роль ЗМК у процесі легітимізації офіційної зовнішньої політики держави.

Література: основна [2; 12; 13; 32];
додаткова [5; 12; 17; 22]

Тема 2. Суб’єкти та об’єкти масової комунікаційної діяльності

Аудиторна робота Семінарське заняття

1. Охарактеризувати соціальну структуру аудиторії у контексті суспільства.
2. Взаємозв’язок системи цінностей соціальної групи з поняттям інформаційних потоків.
3. Поняття про аналіз аудиторії у галузі масової комунікації.
4. Вплив системи цінностей суспільства на соціальні установки групи.
5. Поняття глобальної культури та її впливу на національну культуру.

Позааудиторна робота

Прокоментуйте тезу, наведіть приклади

У 1980–90-х роках у світі швидко й докорінно змінюється ситуація в галузі засобів масової комунікації (ЗМК) або, як їх ще на-

зивають, — мас-медіа. До традиційних ЗМК (наземне телебачення, радіомовлення, всі різновиди звукозапису та його поширення, кіно, друковані видання) додаються новітні винаходи в цій сфері, які революційно впливають на розвиток багатьох сфер людської життєдіяльності і які отримують назву “нові засоби масової комунікації” (НЗМК). До НЗМК належать нові різновиди телебачення — супутникове, кабельне, телебачення високої чіткості зображення, а також відео і комп’ютери та їх програмне забезпечення. Це все робить телебачення наймогутнішим медіумом. Технічна складова, що на початку такого технологічного стрибка вважалася ознакою сучасного способу поширення інформації без достатньої уваги до впливу на адресата, швидко втратила свою винятковість і набула характеристик засобу впливу. Після прийняття у США “Телекомунікаційного акта” 1996 року такі засоби індивідуальної комунікації, як телефони або факси теж зараховані до мас-медіа. В еру інформаційних супермагістралей, Інтернету і СіДі-Ромів, диджитальної та компресованої інформації старі кордони, що відділяли міжперсональну комунікацію від масової, стають прозорими (одночасно звужуючи канали міжперсональної комунікації та створюючи можливості для втручання в цей процес ззовні). (О. В. Зернецька).

Теми рефератів

1. Відображення політичних цінностей та норм у ЗМК.
2. Роль ЗМК у процесі політичного структурування суспільства.
3. Функції ЗМК у контексті розвитку глобальної культури.
4. ЗМК і творення моделі політичної комунікації в Україні.
5. Залежність інтенсивності впливу ЗМК в Україні від цільової аудиторії.
6. Вплив ЗМК на події та сприйняття подій цільовою аудиторією.
7. Сучасна українська національна культура під впливом глобалізації.
8. Характеристика залежності індивіда від ЗМК.
9. Роль ЗМК у процесі політичної соціалізації особистості.
10. Закріплення соціальних норм засобами масової комунікації.

Література: основна [7; 8; 22; 23; 38];
додаткова [6; 13; 23]

Тема 3. Загальна характеристика інститутів розповсюдження комунікації у суспільстві

Аудиторна робота Семинарське заняття

1. Поняття про інституціональний характер масової комунікації.
2. Соціологічна модель масової комунікації.
3. Розвиток у XX столітті культурологічної моделі масової комунікації.
4. Характеристика політологічної моделі масової комунікації.
5. Однобічність зв'язку в системі засобів масової комунікації. Вербальна та невербальна комунікація.
6. Поняття про контрольний аналіз у галузі засобів масової комунікації.
7. Історія вивчення засобів масової комунікації у XX столітті.

Позааудиторна робота

Прокоментуйте тезу, наведіть приклади

У громадсько-політичному дискурсі тема національного інформаційного простору залишається актуальною для багатьох країн світу і цілих континентів. Концепцію “культурного імперіалізму” було запропоновано іще в 1950-х роках. Її появу спричинила тривога за долю національних культур в умовах глобального наступу американської масової культури та бездумних споживацьких настроїв. Із розвитком мас-медіа ця концепція трансформувалася в “теорію медіа-імперіалізму”, яка констатує глобальну нерівність у світових інформаційних потоках, — домінування західних, передусім американських мас-медіа та маргіналізацію країн, що розвиваються. Ухвалені в період 1960–1970-х років в ЮНЕСКО документи, спрямовані на усунення цієї нерівноправності, фактично зігноровано. Останнім часом окремі регіони через власні організації (що підтверджує тезу багатьох оглядачів про нинішню загальну регіоналізацію міжнародних відносин) об'єднують зусилля і створюють спільні інформаційні проекти. (І. Слісаренко).

Теми рефератів

1. Засоби масової комунікації як соціальний інститут суспільства.
2. Характеристика соціологічної моделі масової комунікації.

3. Роль контрольованих та неконтрольованих інформаційних потоків у досягненні соціальної рівноваги.
4. Характеристика інформаційної еліти країни(на прикладі країни за вибором студента).
5. Взаємозв'язок між національним та зовнішньополітичним інформаційними просторами.
6. Характеристика культурологічної моделі масової комунікації.
7. Інформаційна політика як необхідний елемент життя суспільства.
8. Характеристика політологічної моделі масової комунікації.
9. Роль засобів масової комунікації у формуванні довготривалої зовнішньополітичної стратегії країни.
10. Характеристика інформаційних зовнішньополітичних орієнтацій України.

Література: основна [3; 20; 37];
додаткова [2; 15; 18]

Тема 4. Функції засобів масової комунікації

Аудиторна робота

Семінарське заняття

1. Зв'язок між діяльністю засобів масової комунікації та суспільним поступом.
2. Кількісний контент-аналіз засобів масової комунікації.
3. Загальна характеристика системи функцій засобів масової інформації.
4. Виконання функції інформування адресата у комунікативному процесі.
5. Функція вираження і формування громадської думки за допомогою засобів масової інформації.
6. Пропагандистська функція засобів масової інформації.
7. Агітаційно-організаторська функція засобів масової інформації.
8. Виконання просвітницько-педагогічної функції у комунікативному процесі.
9. Інтегруюча функція засобів масової комунікації.
10. Функція спілкування у комунікативному процесі.
11. Виконання естетичної функції засобами масової інформації.
12. Поняття про ідеологеми у контексті масової комунікації.

Позааудиторна робота

Прокоментуйте тезу, наведіть приклади

Держава має дбати про захист духовних, культурних та інтелектуальних цінностей громадян, свідомості нації в цілому. Кожна нація має право на убезпечення та збереження своїх національних, у тім числі звичаєвих, засад. На часі — і про це багато хто вже говорить — створення поруч з Цивільним, Кримінальним, Податковим і окремого Інформаційного кодексу України, який би унормував і систематизував інформаційні відносини в українському суспільстві, віддавши належне важливості функціонування національних ЗМІ, проблемі стороннього засилля в національному інформаційному просторі. (Ю. Бондар).

Теми рефератів

1. Характеристика соціальних функцій ЗМК у суспільстві.
2. Задоволення потреб у політичному та соціальному спілкуванні за допомогою ЗМК.
3. Визначення суспільних пріоритетів засобами масової комунікації.
4. Контент-аналіз лексичних одиниць засобів масової комунікації.
5. Контент-аналіз емоційного забарвлення інформаційних повідомлень ЗМК.
6. Роль ЗМК у процесі формування громадської думки.
7. Використання ЗМК з метою консолідації різних соціальних груп.
8. ЗМК як елемент формування ідеології держави.
9. Роль ЗМК у процесі трансформації моральноетичних цінностей сучасної України.
10. Роль ЗМК у процесі розвитку інформаційного суспільства.

Література: основна [2; 16; 33];
додаткова [1; 14]

Тема 5. *Форми і методи впливу засобів масової комунікації*

Аудиторна робота

Семінарське заняття

1. Поняття цілеспрямованості засобів масової комунікації.
2. Взаємозв'язок між світоглядною парадигмою особистості та реалізацією потреб.

3. Поняття про ефект-аналіз у галузі масової комунікації.
4. Правові засади використання засобів масової комунікації в Україні.
5. Система методів, що спричиняють позитивний та негативний вплив на аудиторію.
6. Поняття про масово-комунікаційну політику в суспільстві.

Позааудиторна робота

Теми рефератів

1. Ознаки у інформаційному просторі прагнення держави до глобального геополітичного домінування.
2. Формування світоглядної парадигми особистості за допомогою ЗМК.
3. Позитивні та негативні наслідки впливу ЗМК на особистість.
4. Характеристика правового поля функціонування ЗМК у сучасній Україні.
5. Характеристика критеріїв визначення впливу ЗМК на аудиторію.
6. Виявлення прямого та опосередкованого впливу ЗМК на аудиторію.
7. Характеристика маніпулятивних методів та їх протидії у системі ЗМК.
8. Роль ЗМК у процесі формування внутрішньої політики держави.
9. Методи соціологічного аналізу наслідків впливу ЗМК на аудиторію.
10. Взаємозв'язок між формами й методами впливу ЗМК та групами аудиторії.

Прокоментуйте тезу, наведіть приклади

Із розвитком інформаційних технологій, становленням постіндустріального суспільства зазнає змін і концепція інформаційного протистояння. Не відмовляючись від “традиційних” спеціальних інформаційних, психологічних операцій, методів і засобів ведення інформаційних воєн, передові держави все активніше працюють у напрямі, який в американській пресі дістав назву “форматування майбутнього”. Згідно з новою концепцією, цільовий вплив здійснюється (не “супроти”, а “за”) на систему знань і уявлень передусім лідерів супротивника. Відповідно створюється нова модель уявлень,

критеріїв, фактично ворогів роблять союзниками не через прямий примус, а внаслідок непомітного “переконування”. Війна майбутнього, як засвідчено у прогнозі до 2025 р. військових США, це “війна розуму”. (Ю. Бондар).

Література: основна [1; 21; 26; 28];
додаткова [7; 11; 19]

Тема 6. Формування громадської думки за допомогою засобів масової комунікації

Аудиторна робота

Семінарське заняття

1. Інформування суспільства і формування настанов як форми соціального впливу.
2. Форми і методи відкритого формування громадської думки засобами масової комунікації.
3. Особливості використання засобів латентного впливу на громадськість у системі засобів масової комунікації.
4. Явище “аудіовізуальної неписьменності” серед населення.
5. Явище маніпуляції громадською думкою у засобах масової комунікації.
6. Світоглядно орієнтована оцінка подій у галузі масової комунікації.

Позааудиторна робота

Прокоментуйте тезу, наведіть приклади

Функціонування інформаційних просторів постсоціалістичних країн з точки зору розвитку їх комунікації дозволяє визначити два рівні інформаційної взаємодії між країнами: симетричної та асиметричної зовнішньополітичної комунікації. Наявність офіційних зовнішньополітичних векторів стратегічного партнерства держав та взаємне транслявання інформаційних повідомлень позитивного забарвлення одна про одну вказує на симетричну зовнішньополітичну комунікацію між країнами. Навпаки, формування в цих векторах інформаційних повідомлень негативного забарвлення одна про одну, або ж відсутність інформаційних повідомлень про стратегічного партнера взагалі, вказує на асиметричну зовнішньополітичну комунікацію. (Н. Д. Олексієнко).

Теми рефератів

1. Інформаційна функція ЗМК у суспільстві.
2. Формування громадської думки за допомогою ЗМК.
3. Система методів відкритого формування громадської думки за допомогою УМК у суспільстві.
4. Формування громадської думки за допомогою ЗМК та концепція громадянського суспільства.
5. Негативні наслідки латентного впливу ЗМК на громадську думку та їх подолання.
6. Система соціальних стереотипів та їх зміна під впливом ЗМК.
7. Система протидії маніпуляції громадською думкою засобами масової комунікації.
8. Роль ЗМК у процесі формування критичного мислення особистості.
9. Вплив ЗМК на систему морально-етичних цінностей суспільства.
10. Використання логіко-психологічних принципів конструювання повідомлень у ЗМК.

Література: основна [2; 4; 34; 36];
додаткова [3; 16; 21]

Тема 7. Поліфункціональність електронних засобів масової комунікації

Аудиторна робота

Семінарське заняття

1. Радіо, телебачення (мережеве, супутникове).
2. Відеотекст як вид технологічного використання інформації.
3. Явище впливу відеостилію на кінопродукцію.
4. Проблема комерціалізації засобів масової інформації.
5. Поняття про громадське радіо й телебачення.
6. Використання новітніх технологічних досягнень у системі ЗМК.

Позааудиторна робота

Прокоментуйте тезу, наведіть приклади

У світі, окрім декількох винятків, телебачення є марним, усі стають схожими один на одного, виконують ті ж ролі. Приходить

погана ознака збільшення локальної інформації за рахунок відомостей зі світу. Зникають з антен міжнародні програми, повсюдно скорочують закордонних кореспондентів, навіть на таких станціях, як Бі-Бі-Сі, які колись були зразками. Чим більше говоримо про глобалізацію, тим більше у медіа домінує інформація локальна. Це один з парадоксів сучасного світу. (Р. Капушчінські).

Теми рефератів

1. Використання електронних ЗМК у проведенні загальнодержавних інформаційних кампаній.
2. Переваги та недоліки функціонування державних електронних ЗМК в Україні.
3. Переваги та недоліки роботи комерційних електронних ЗМК в Україні.
4. Жанрові стереотипи електронних ЗМК в Україні та їх подолання.
5. Функціональна та технологічна характеристики відеотексту.
6. Характеристика стратегії мовлення телевізійного каналу (за вибором студента) в Україні.
7. Характеристика стратегії мовлення радіостанції (за вибором студента) в Україні.
8. Роль аналітично-публіцистичних програм у підвищенні індивідуального рівня культури особистості.
9. Функції інформаційних програм у структурі стратегії мовлення телевізійного каналу (за вибором студента) в Україні.
10. Функції інформаційних програм у структурі стратегії мовлення радіостанції (за вибором студента) в Україні.

Література: основна [7; 8; 9; 25];
додаткова [9; 10; 25]

Тема 8. Діяльність преси у системі засобів масової комунікації

Аудиторна робота

Семінарське заняття

1. Система класифікації періодичної преси.
2. Технологічна специфіка діяльності друкованих засобів масової інформації.

3. Методи інформаційного аналізу періодичної преси.
4. Поняття свободи та відповідальності друкованих засобів масової інформації.
5. Жанрова різноманітність матеріалів друкованих ЗМІ.
6. Поняття про об'єктивність матеріалу в друкованих ЗМІ.
7. Поняття про авторський матеріал у друкованих ЗМІ.
8. Цензура як спосіб впливу на друковані ЗМІ. Досвід України та інших країн.

Позааудиторна робота

Прокоментуйте тезу, наведіть приклади

Поділ світу нині все більше визначає межа, що роз'єднує не просто багатих–бідних, а інформаційно багатих та інформаційно бідних. (Ю. Бондар).

Теми рефератів

1. Характеристика роботи з інформаційними потоками у друкованих засобах масової інформації в Україні.
2. Тенденції розвитку української преси початку ХХІ століття.
3. Аналіз тематичного спрямування українського друкованого періодичного видання (назва та період за вибором студента).
4. Характеристика двостороннього зв'язку між аудиторією та друкованими ЗМІ.
5. Дотримання принципу об'єктивності висвітлення подій у друкованих засобах масової інформації України.
6. Роль друкованих ЗМІ у творенні “інформаційної вертикалі” в Україні.
7. Використання можливостей друкованих ЗМІ у процесі творення національної культури.
8. Особливості творення суспільного резонансу друкованими ЗМІ в Україні.
9. Політичне та суспільне значення друкованих ЗМІ.
10. Роль друкованих ЗМІ у функціонуванні моделі взаємодії влади і громадян.

Література: основна [6; 18; 19; 29; 35];
додаткова [5; 8; 19; 25]

Тема 9. Використання новітніх комп'ютерних технологій у системі засобів масової комунікації

Аудиторна робота

Семінарське заняття

1. Збирання та фіксація інформації за допомогою новітніх технологій.
2. Зберігання, пошук, перегляд інформації за допомогою новітніх технологій.
3. Способи моделювання, всебічного аналізу інформації за допомогою новітніх технологій.
4. Робота з регіональними, національними, глобальними мережами інформації та інформаційними магістралями Інтернету.
5. Поняття інтерактивних комп'ютерних послуг у галузі засобів масової комунікації.
6. Переваги та недоліки обробки інформації за допомогою високотехнологічних можливостей.

Позааудиторна робота

Прокоментуйте тезу, наведіть приклади

Лише “осідлавши” інформаційні технології, можна протистояти інформаційним викликам, долати, у тім числі, негативні наслідки глобалізації. (Ю. Бондар).

Теми рефератів

1. Можливості використання спеціалізованих баз інтернет-інформації у роботі ЗМК.
2. Технології збору інформації кореспондентською мережею та опрацювання за допомогою новітніх комп'ютерних технологій.
3. Характеристика інформаційних ресурсів всесвітньої мережі як системи обігу інформації.
4. Переваги та недоліки одностороннього зв'язку — джерело-адресат — у системі новітніх комп'ютерних технологій в Україні.
5. Теоретичний та практичний аспекти моделювання інформації за допомогою комп'ютерних технологій в Україні.
6. Вимоги до захисту інформації та протидії несанкціонованого використання за допомогою новітніх комп'ютерних технологій.
7. Роль новітніх комп'ютерних технологій у творенні споживачької культури та можливості її протидії.

8. Вплив новітніх комп'ютерних технологій на систему суспільних цінностей.
9. Використання позамовних знакових систем у новітніх комп'ютерних технологіях. Досягнення та негативні наслідки впливу.
10. Характеристика особистості споживача продуктів новітніх комп'ютерних технологій.

Література: основна [10; 12; 31];
додаткова [13; 16; 20]

Тема 10. Професійно-етичні кодекси працівників засобів масової комунікації

Аудиторна робота Семинарське заняття

1. Зв'язок між етичними нормами суспільства та кодексом професійної етики журналіста.
2. Вплив масової комерційної культури на систему цінностей працівників засобів масової комунікації.
3. “Софійська декларація” як нормативний документ щодо збору і поширення інформації у засобах масової інформації.
4. Поняття про професійно-етичний кодекс працівників засобів масової інформації в Україні.

Позааудиторна робота

Прокоментуйте тезу, наведіть приклади

Українська держава стоїть перед фактом принципової відкритості світові і глобального характеру політичних, економічних, технічних, мілітарних, релігійних, духовних і навіть мовних процесів та взаємовпливів. Це неймовірно ускладнює і робить важчим вирішення до цього часу невирішеної проблеми української ідентичності, ускладнює шляхи національно-політичного, економічного, культурного самоствердження (хоча і може дати унікальне гуманістичне “прирощення”. (І. Дзюба).

Теми рефератів

1. Роль Національного прес-клубу та діяльність ЗМК в Україні.
2. Етичний кодекс українського журналіста.
3. Зв'язок між професійними обов'язками та правами працівника ЗМК в Україні.

4. Зміна суспільних критеріїв етичних норм працівників ЗМК в Україні у XX столітті.
5. Етичні цінності особистості та групи інтересів (лобі) у системі ЗМК.
6. Дотримання професійно-етичних кодексів у змаганні телекомпаній за найбільшу частину глядацької аудиторії.
7. Морально-етичні чинники впливу на український інформаційний простір продукту інших країн.
8. Ознаки національної культурної ідентичності у зростаючому потоці інформаційної продукції.
9. Роль міжнародних недержавних організацій у підтримці професійно-етичних кодексів працівниками ЗМК різних країн.
10. Морально-етичні характеристики міжлюдських контактів в епоху диджитальних технологій.

Література: основна [11; 17; 24; 30];
— додаткова [12; 17; 21]

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Масова комунікація та її напрями.
2. Причини появи антисоціальних ефектів масово-комунікаційної діяльності.
3. Вплив системи цінностей комунікатора на масово-комунікаційний процес.
4. Особливості функціонування масової комунікації у XX столітті.
5. Залежність функціонування засобів масової комунікації від політичних режимів.
6. Форми існування зворотного зв'язку з аудиторією.
7. Форми вивчення зворотного зв'язку з аудиторією.
8. Соціологічний аспект поширення інформації засобами масової комунікації.
9. Соціологічний аспект споживання інформації у суспільстві.
10. Аналіз психологічних методів впливу засобів масової комунікації на аудиторію.
11. Роль засобів масової комунікації у соціальних процесах.
12. Моделі масової комунікації як форми соціального управління.
13. Правові норми регулювання діяльності засобів масової комунікації в Україні.

14. Роль інформації у функціонуванні засобів масової комунікації.
15. Методи інформаційного впливу на аудиторію.
16. Громадська думка як стан існування масової свідомості.
17. Роль засобів масової комунікації у політичній структурі суспільства.
18. Структура системи засобів масової комунікації.
19. Особливості функціонування суб'єктів масово-комунікаційної діяльності.
20. Проблема етичної відповідальності у роботі засобів масової комунікації.
21. Роль засобів масової комунікації у процесі забезпечення стабільності суспільства.
22. Функції системи засобів масової комунікації.
23. Особливості функціонування електронних засобів масової інформації у системі засобів масової комунікації.
24. Особливості функціонування друкованих засобів масової інформації у системі засобів масової комунікації.
25. Контент-аналіз як метод вивчення змісту масової комунікації.
26. Поняття масової комунікації.
27. Структура науки про засоби масової комунікації.
28. Поняття про моделі засобів масової комунікації.
29. Поняття про масово-комунікаційний процес.
30. Спілкування як елемент масово-комунікаційної діяльності.
31. Зв'язок між масовою свідомістю і масовою комунікацією.
32. Якісні характеристики у визначенні масової свідомості.
33. Кількісні характеристики у визначенні масової свідомості.
34. Типи засобів масової комунікації.
35. Об'єкти масово-комунікаційної діяльності.
36. Свобода і відповідальність у діяльності засобів масової комунікації.
37. Цінності у системі соціальних інтересів.
38. Суб'єкти соціальних інтересів у суспільстві.
39. Поняття цілеспрямованості діяльності засобів масової комунікації.
40. Соціальні комунікації в постіндустріальному суспільстві.
41. Високоєфективні комунікативні технології.
42. Низькоєфективні комунікативні технології.
43. Вплив екстралінгвістичної інформації на суто лінгвістичну в

- засобах масової комунікації.
44. Методи соціологічного аналізу структури аудиторії споживачів засобів масової інформації.
 45. Поняття комерціалізації засобів масової комунікації.
 46. Вплив засобів масової комунікації на формування політичної культури українського суспільства.
 47. Поняття “національного продукту” у сфері засобів масової комунікації України.
 48. Розкрити поняття інтерактивних комп’ютерних послуг у сфері засобів масової комунікації.
 49. Охарактеризувати поняття державного інформаційного простору.
 50. Охарактеризувати поняття громадського телерадіомовлення.
 51. Охарактеризувати систему класифікації періодичної преси.
 52. Специфіка використання засобів латентного впливу на громадськість у системі засобів масової комунікації.
 53. Охарактеризувати форми відкритого формування громадської думки засобами масової комунікації.
 54. Розкрити поняття масово-комунікаційної політики суспільства.
 55. Агітаційно-організаторська функція, засобів масової комунікації.
 56. Інтегруюча функція засобів масової комунікації.
 57. Функція вираження і формування громадської думки засобами масової комунікації.
 58. Способи подолання явища однобічності зв’язку в системі засобів масової комунікації.
 59. Актуальність подій для масової свідомості.
 60. Інституціональний характер масової комунікації.

ВКАЗІВКИ ДО САМОСТІЙНОГО ВИВЧЕННЯ ПРОГРАМНОГО МАТЕРІАЛУ ТА ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Самостійна робота студентів є важливою складовою процесу засвоєння знань з дисципліни “Засоби масової комунікації”. Необхідно самостійно опрацювати категоріальний апарат, засвоїти функціональні ознаки видів засобів масової комунікації, мати глибокі теоретичні знання про суспільну природу засобів масової комунікації, соціологічний та лінгвістичний аспекти їх діяльності. Студент повинен

самостійно прочитати і зробити конспективні записи теоретичних праць, зазначених у списку літератури, що дозволить результативно брати участь у практичних заняттях під час навчання, а також у двосторонній комунікації у позанавчальний час.

Мета виконання контрольної роботи полягає у закріпленні знань про засоби масової комунікації, їх функції та діяльність. Написання контрольної роботи дозволяє студенту продемонструвати рівень самостійного опрацювання теоретичного матеріалу і вміння застосовувати знання під час аналізу діяльності конкретних засобів масової комунікації. Студенти можуть виконувати контрольну роботу на базі установи, де працюють.

Контрольна робота передбачає розгорнуті відповіді реферативного характеру на поставлені питання.

Номер варіанта контрольної роботи студенти обирають за першою літерою свого прізвища (див. таблицю).

Перша літера прізвища студента	Номер варіанта контрольної роботи
А, Ї, Т	I
Б, Ї, У	II
В, К, Ф	III
Г, Л, Х	IV
Д, М, Ч	V
Е, Н, Ц	VI
Є, О, Ш	VII
Ж, П, Щ	VIII
З, Р, Ю	IX
І, С, Я	X

ВАРІАНТИ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

1. Етичні методи добування інформації та аналіз відкритих джерел інформації.
2. Охарактеризувати вплив засобів масової комунікації на формування політичної культури громадян.
3. На конкретному прикладі проілюструвати однонаправлену лінійну модель комунікативного акту.

- II.1. Структура соціальної комунікації. Специфіка масової комунікації.
 2. Охарактеризувати один із психологічних методів (за вибором) впливу засобів масової комунікації на аудиторію.
 3. На конкретному прикладі проілюструвати дотримання закону “Про мови в Українській РСР” у засобах масової комунікації.
- III. 1. Національний архетип і особливості розвитку засобів масової комунікації на сучасному етапі.
 2. Пояснити причини появи антисоціальних ефектів засобів масової комунікації.
 3. На конкретному прикладі проілюструвати поняття “наркотичного” впливу на людину засобів масової комунікації.
- IV. 1. Свобода і відповідальність у сфері засобів масової комунікації.
 2. Охарактеризувати одну зі складових (за вибором) концепції інформаційного суспільства.
 3. На конкретному прикладі проілюструвати соціально-психологічні особливості мовця у засобах масової інформації.
- V. 1. Взаємодія політики, ЗМІ та влади в період національного відродження в Україні наприкінці ХХ століття.
 2. Охарактеризувати актуальні елементи системи етичних цінностей працівників преси в Україні.
 3. На конкретному прикладі проілюструвати формування масової свідомості засобами масової комунікації.
- VI. 1. Соціально-правовий статус засобів масової комунікації в Україні.
 2. Охарактеризувати один з методів (за вибором) інформаційного впливу на аудиторію.
 3. На конкретному прикладі проілюструвати просвітницькову функцію телебачення в Україні.
- VII. 1. Система засобів масової комунікації у структурному плані.

2. Охарактеризувати одну з моделей (за вибором) засобів масової комунікації.
 3. На конкретному прикладі проілюструвати вплив засобів масової комунікації на появу та вирішення соціальних конфліктів.
- VIII.
1. Явище інформаційного неоімперіалізму в сучасній Україні.
 2. Охарактеризувати один з методів (за вибором) соціологічного аналізу споживачів у галузі масової комунікації.
 3. На прикладі проілюструвати взаємозв'язок між ідеологічною формою та масовою комунікацією.
- IX.
1. Переваги та недоліки громадського телерадіомовлення.
 2. Охарактеризувати одну з правових норм (за вибором) діяльності засобів масової комунікації в Україні.
 3. На конкретному прикладі проілюструвати роль соціальної структури аудиторії у процесі моделювання результативності використання засобів масової комунікації.
- X.
1. Види аналізу явищ у системі засобів масової комунікації.
 2. Охарактеризувати специфіку використання лексичних засобів у телерадіомовленні.
 3. На конкретному прикладі проілюструвати культуру використання засобів масової комунікації.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. *Арістова І. В.* Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти / О. М. Бандурка (заг. ред.). Ун-т внутр. справ. — Х.: УВС, 2000.
2. *Головатий М. Ф.* Мистецтво політичної діяльності: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2002.
3. *Головатий М. Ф.* Соціологія політики: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2003.
4. *Головатий Н. Ф.* Професія-політик. — К.: Парламентське вид-во, 2000.
5. *Європейська конвенція з прав людини.* Свобода вираження поглядів: Довідник з українського та європейського інформаційно-

- го законодавства / Укл. В. Ф. Іванов, Ю. Є. Зайцев. — К: Центр вільної преси, 2002.
6. *Животко А. П.* Історія української преси / Упоряд., авт. іст.-біогр. нарису та приміт. М. С. Тимошик. — К: Наша культура і наука, 1999.
 7. *Зернецька О. В.* ЗМІ і глобальні міжнародні відносини. — К., 2000;
 8. *Зернецька О. В.* Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини / НАН України, Ін-т світової економіки і міжнар. відносин. — К.: Освіта, 1999.
 9. *Зернецька О. В.* Нові засоби масової комунікації: Соціокультурний аспект / НАН України. Ін-т світової економіки і міжнар. відносин. — К.: Наукова думка, 1993.
 10. *Іванов В. Ф.* Механізм доступу до інформації (зарубіжний досвід) // Вісн. Київ. ун-ту. Сер. Журналістика. — 1997. — Вип. 5.
 11. *Іванов В. Ф.* Соціологія масової комунікації: Навч. посіб. / Черкас. держ. ун-т ім. Б. Хмельницького. — Черкаси: Вид-во ЧДУ, 2003.
 12. *Інтернет* в роботі журналіста: Підручник / І. Шелудченко (упоряд. та адаптація); С. Таран (ред.). — К.: Ін-т масової інформ., 2004.
 13. *Клюєв Е. В.* Риторика. — М.: ПРИОР, 1999.
 14. *Коган В. З.* Маршрут в страну информологию. — М.: Наука, 1985.
 15. *Куньч З.* Риторичний словник. — К.: Рідна мова, 1997.
 16. *Макаренко Є. А.* Європейська інформаційна політика. — К.: НВЦ “Наша культура”, 2002.
 17. *Масова комунікація: Підручник* / А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Іванов, В. А. Вергун — К.: Либідь, 1997.
 18. *Михайлин І. Л.* Історія української журналістики: Підручник. Ч. 1: Від журналістики в Україні до української журналістики. — Х.: ХІФТ, 2000.
 19. *Москаленко А. З.* Теорія журналістики. — К.: Експрес-об’ява, 1998.
 20. *Наукові записки Інституту журналістики.* — К.: РВЦ “Київський університет”, 2001. — Т 2.
 21. *Основи масово-інформаційної діяльності: Підручник* / А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Іванов / Київ. Ун-т ім. Тараса Шевченка. — К.: РВЦ “Київський університет” 1999.

22. *Петрів Т. І.* Інформаційні процеси в контексті глобалізації. — К.: Грамота, 2003.
23. *Петрова Н., Ситцевої В.* Правничі засади діяльності журналістів в Україні. — К: IREX ПроМедіа, 1999.
24. *Почепцов Г. Г.* Теорія комунікації. — 2-ге вид., доп. — К.: РВЦ “Київський університет”, 1999.
25. *Права людини: Міжнародні договори України, декларації, документи.* — К.: Юрінформ, 1992.
26. *Пристапенко Т. О.* Право і журналістика. — К.: Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Ін-т журналістики, 2000.
27. *Пристапенко Т. О.* Правові засади функціонування сучасних засобів масової комунікації України. — К.: Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики, 2000.
28. *Пристапенко Т. О.* Правові основи діяльності ЗМІ. — К.: Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики, 2000.
29. *Пристапенко Т. О.* Теорія журналістики: етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації. — К.: Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Ін-т журналістики, 2004.
30. *Різун В. В.* Основи комп’ютерного набору і коректури: Підручник. — К.: Либідь, 1993.
31. *Різун В. В.* Природа й структура комунікативного процесу (лекція друга). — К.: Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2000.
32. *Різун В. В., Мелещенко О.* К Інформаційні мережі в засобах масової інформації. Канал ИНФО-ТАСС Київ. ун-т ім. Тараса Шевченка. — К.: РВЦ “Київ. ун-т”, 1992.
33. *Різун В. В.* Маси: тексти лекцій / Київ. нац. ун-т, Ін-т журналістики. — К.: ВПЦ Київ. ун-т, 2003.
34. *Романюк М.* Українське пресознавство на порозі XXI століття. — Л.: Львів. наук. б-ка, 2000.
35. *Фінклекр Ю. Е.* Мас-медіа та влада: технологія взаємин. — Л.: Аз-Арт, 2003.
36. *Холод О. М.* ЗМІ та імідж політиків / Київс. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. — К.: Вид-во КДУ, 2004.
37. *Щокін Г. В.* Культура і антикультура: хто кого?: Статті. — К.: МАУП, 2003.

Додаткова

1. *Афанасьев В. Г.* Мир живого: Системность, эволюция и управление. — М., Наука, 1986.

2. *Бартошек Милан*. Римское право. — М., Юрид. лит., 1989.
3. *Березин Б. М.* Сущность и реальность массовой коммуникации. — М.: Пульс, 2002.
4. *Бондаренко А. Д.* Современная технология: теория и практика. — Киев; Донецк: Вища шк., 1985.
5. *Борев В. Ю., Коваленко А. В.* Культура и массовая коммуникация / Отв. ред. А. И. Арнольдов; АН СССР. Ин-т философии. — М.: Наука, 1986.
6. *Буданцев Ю. П.* Системность в изучении массовых информационных процессов. — М.: Изд-во Ун-та дружбы народов, 1986.
7. *Вебер М.* Основные социологические понятия // Теоретическая социология. Часть 1. — М.: Пульс, 2002.
8. *Каширин В. П.* Философские вопросы технологии. — Томск: Изд-во Том. ун-та, 1988.
9. *Коган В. З.* Маршрут в страну информологию. — М.: Наука, 1985.
10. *Матвеева Л. В., Аникеева Т. Я., Мочалова Ю. В.* Психология телевизионной коммуникации. — М.: Питер, 2002.
11. *Мельник Г. С.* Mass-media: психологические процессы и эффекты. — Спб.: ВИТ, 1996.
12. *Назаров М. М.* Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. — М.: Питер, 2002.
13. *Почепцов Г. Г.* Информационные войны / С. Л. Удовик (отв. ред.). — К.: Ваклер, 2000.
14. *Реснянская Л. Л.* Двусторонняя коммуникация: Методика организации общественного диалога: Учеб. пособие. — Москов. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. — М.: Пульс, 2001.
15. *Современная западная социология.* — М.: Наука, 1990.
16. *Социология средств массовой коммуникации: Учеб. пособие.* — М.: Изд-во МГИМО, 1991.
17. *Спивак Д. Л.* Измененные состояния массового сознания. — Спб.: Прайм, 1996.
18. *Турен А.* Возвращение человека действующего. Очерки социологии. — М.: Наука, 1998.
19. *Федотова Л. Н.* Анализ содержания — социологический метод изучения средств массовой коммуникации. — М.: Наука, 2001.
20. *Федотова Л. Н.* Социология массовой коммуникации: Учебник для студ. вузов. — Спб.: Питер, 2003.

21. *Харрис Ричард*. Психология массовых коммуникаций. — СПб.: Прайм-Еврознак, 2003.
22. *Цицерон*. Оратор // Три трактата об ораторском искусстве. — М.: Наука, 1972.
23. *Цыганов В.* Медиа-терроризм: Терроризм и средства массовой информации. — К.: Ника-Центр, 2004.
24. *Юдина Е. Н.* Креативное мышление в PR (в системе формирования социокультурных связей и отношений): Учеб. пособие для семинар. и практ. занятий. — М.: РИП-холдинг, 2005.
25. *Явчуновский Я. И.* Документальные жанры. — Саратов: Пресса, 1974.



ЗМІСТ

Пояснювальна записка.....	3
Тематичний план дисципліни “Засоби масової комунікації”	4
Зміст самостійної роботи з дисципліни “Засоби масової комунікації”	5
Питання для самоконтролю.....	18
Вказівки до самостійного вивчення програмного матеріалу та виконання контрольної роботи.....	20
Варіанти контрольних робіт.....	21
Список літератури	23

Відповідальний за випуск *А. Д. Везеренко*
Редактор *С. М. Толкачова*
Комп’ютерне верстання *Н. І. Нечипоренко*

Зам. № ВКЦ-3434
Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП