

Міністерство освіти і науки України  
Донбаська державна машинобудівна академія (ДДМА)

## **МАСМЕДІА І ПОЛІТИКА**

**Методичні вказівки  
до семінарських занять**

**для студентів спеціальності 052 «Політологія»  
денної форми навчання**

Затверджено  
на засіданні методичної ради  
Протокол № 1 від 26.09.2022

Краматорськ – Тернопіль  
ДДМА  
2023

УДК 070.1:32

Масмедіа і політика : *методичні вказівки до семінарських занять [для студентів спеціальності 052 «Політологія» денної форми навчання]* / [уклад. Ю. Л. Яковенко]. – Краматорськ : ДДМА, 2023. 27 с.

Методичні вказівки до семінарських занять з дисципліни з циклу професійних дисциплін вільного вибору «Масмедіа і політика» для студентів спеціальності 052 «Політологія» денної форми навчання укладено відповідно до робочої програми. Містять перелік тем семінарів, питання до кожної теми з коментарем. Враховано можливість побудови індивідуальної стратегії навчання кожного студента вищої освіти.

Укладач

Ю. Л. Яковенко, канд. істор. наук, доц.

Відп. за випуск

Є. В. Болотіна, канд. філос. наук, доц.

## ЗМІСТ

ВСТУП	4
1 «МАСМЕДІА І ПОЛІТИКА» ЯК НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА СПЕЦІАЛЬНОСТІ 052 «ПОЛІТОЛОГІЯ»	5
2 СЕМІНАРСЬКІ ЗАНЯТТЯ З ДИСЦИПЛІНИ «МАСМЕДІА І ПОЛІТИКА»	6
2.1 Модуль І. Масмедіа як соціальний інститут	6
2.2 Модуль ІІ. ЗМІ та політика	9
2.3 Модуль ІІІ. ЗМІ в сучасному світі та в Україні	12
ЛІТЕРАТУРА	15
Додаток А. Приклад робочого зошиту	19

## ВСТУП

Семінарські заняття – особлива форма занять, які передбачають вивчення здобувачами освіти конкретних питань та літератури з дисципліни з метою поглибленого вивчення її тем. Семінари розвивають самостійність студентів, зміцнюють інтерес до наук, наукового дослідження, дозволяють опанувати науковий апарат, вдосконалити мистецтво усного та писемного викладу матеріалу.

Цілі семінарів:

- забезпечити умови для поглибленого вивчення тем, закріплення знань, отриманих під час лекційних занять, розширити навчальну інформацію;
- спонукати здобувачів до обговорення складних питань курсу;
- допомогти їм оволодіти методами аналізу історичних фактів, їх порівняння, співставлення, прогнозування.

Завдання семінарів:

- закріплення та поглиблення знань з дисципліни;
- формування навичок самостійного пошуку та опрацювання літератури;
- формування та вдосконалення вміння досягати поставленої навчальної мети, вирішувати інтелектуальні задачі;
- формування та вдосконалення вміння формулювати власну точку зору, підбирати аргументи, вести дискусію;
- демонстрація студентами досягнутого рівня знань та умінь.

Під час вивчення дисципліни «Масмедіа і політика» студенти ведуть робочі зошити (дод. А).

Якщо студенти добре підготовлені, то найчастіше форма семінару – загальна дискусія із запропонованих питань. Можуть бути проведені ділові ігри, організована робота в мікрогрупах. Якщо підготовка студентів не є якісною, то семінар проводиться у формі опитування, бесіди.

Максимальна оцінка, яку студент може отримати за семінарське заняття, становить 5 балів.

# 1 «МАСМЕДІА І ПОЛІТИКА» ЯК НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА СПЕЦІАЛЬНОСТІ 052 «ПОЛІТОЛОГІЯ»

Актуальність курсу «Масмедіа і політика» обумовлена значущістю засобів масової інформації у політичному розвитку країни. ЗМІ виконують важливі суспільні функції, забезпечують обмін інформацією між політичними акторами та суспільством, соціальними інститутами, громадськими організаціями. Саме масмедіа є ініціаторами відкритих дискусій з важливих питань суспільного розвитку, організаторами політичного діалогу для досягнення консенсусу. ЗМІ виконують роль каналів для політичної взаємодії, демонструють статус та вплив окремих суб'єктів політичного життя. Демократичний розвиток держави залежить від ефективності та систематичності такої взаємодії. Тому масмедіа часто називають «четвертою владою», могутнім соціальним інститутом, могутньою силою.

Мета курсу – вивчення процесу впливу масмедіа на політичні процеси, їх місця та ролі в політиці.

Для досягнення мети слід виконати такі завдання:

- дослідження історії розвитку ЗМІ, їх видів та значення в процесі формування громадської думки;
- аналізування базових та специфічних функцій ЗМІ в умовах існування різних політичних режимів;
- вивчення особливостей політичної комунікації, політичної реклами;
- дослідження законодавчої бази в Україні стосовно діяльності та статусу засобів масової інформації, проблем та перспектив їх розвитку, специфіки медіапростору в нашій державі;
- вивчення розвитку ЗМІ в сучасних умовах поширення інформаційних технологій, глобалізації.

Дисципліна включає три змістових модулі: 1. Масмедіа як соціальний інститут. 2. ЗМІ та політика. 3. ЗМІ в сучасному світі та в Україні.

Курс передбачає проведення семінарських занять у формі дискусій для закріплення та поглиблення теоретичного матеріалу, виконання тестових завдань кожної теми та індивідуальних творчих завдань, проведення анкетувань, опитувань, міні-досліджень, написання есе. Кожний модуль завершується модульною контрольною роботою (на платформі Moodle ДДМА) Наприкінці вивчення дисципліни проводиться іспит у формі тестових та відкритих творчих питань (есе).

Після вивчення теоретичного матеріалу та виконання практичних завдань здобувачі вищої освіти зможуть орієнтуватись в інформаційному полі, працювати з різними джерелами інформації, пояснювати особливості розвитку ЗМІ в Україні та світі, моделі їх взаємодії з владою та суспільством, виявляти маніпуляції громадською думкою, проводити опитування, складати політичні тексти, підбирати коло питань для інтерв'ю на політичну тематику, проводити дослідження політичних ситуацій та їх відображення у ЗМІ, аналізувати публічні виступи політиків.

## **2 СЕМІНАРСЬКІ ЗАНЯТТЯ З ДИСЦИПЛІНИ «МАСМЕДІА І ПОЛІТИКА»**

### **2.1 Модуль I. Масмедіа як соціальний інститут**

#### *Семінарське заняття 1 Історія та види засобів масової інформації*

1. Виникнення ЗМІ. Етапи становлення різних видів ЗМІ. Значення засобів масової інформації в різних історичних умовах.

2. Друковані ЗМІ, їх специфіка.

3. Епоха телебачення.

4. Сучасні види засобів масової інформації.

5. Поняття «засоби масової інформації», «масмедіа». Класифікація ЗМІ.

*Коментар.* Студентам при опрацюванні літератури та підготовці до семінарського заняття слід звернути увагу на:

- основні поняття з тем: «ЗМІ», «масмедіа», «друковані ЗМІ», «мережеві ЗМІ», «нові ЗМІ» та інші;

- історію виникнення різних видів засобів масової інформації, причини виникнення, умови роботи ЗМІ в різних історичних обставинах;

- значення засобів масової інформації, різні точки зору на роль ЗМІ в суспільстві, державі, культурі;

- різні підходи до типології засобів масової інформації, причини такого різноманіття;

- особливості друкованих ЗМІ, телебачення, інтернет-видань.

Студенти повинні розуміти сутність основних понять, еволюцію засобів масової інформації, уміти порівнювати становище ЗМІ в різних країнах в різні історичні періоди, аналізувати різні підходи до розуміння ролі масмедіа, їх класифікації, пояснювати роль засобів масової інформації в державі, суспільстві, культурі.

Перед семінарським заняттям студенти мають провести невелике соціологічне опитування серед знайомих та друзів про популярність сучасних ЗМІ з урахуванням віку та статі за орієнтовним планом запитань:

1. Вік.

2. Стать.

3. Освіта (вища, професійна, середня).

4. Які засоби масової інформації допомагають вам дізнаватись нове, бути в курсі подій сучасності (газети, журнали, радіо, телебачення, інтернет)?

5. Які саме новини вас цікавлять (політика, економіка, питання соціального захисту, новини культури, наукові розробки та інше)?

Результати опитування необхідно проаналізувати, записати в робочий зошит і подати під час семінарського заняття.

*Література основна:* [1], [2], [5], [9], [10], [14].

*Література допоміжна:* [2], [6], [11], [16], [18], [20].

## **Семінарське заняття 2** **Функції ЗМІ**

1. Базові функції ЗМІ.
2. Специфічні функції ЗМІ.
3. Принципи інформаційних відносин.

*Коментар.* Студенти після опрацювання літератури та підготовки до семінару повинні уміти:

- розповідати про різноманіття функцій засобів масової інформації (інформаційна, просвітницька, соціалізаційна та інші), розрізняти роль ЗМІ в суспільстві та їх значення в політиці;

- розрізняти базові та специфічні функції ЗМІ;

- розуміти зміни у функціональному призначенні масмедіа в сучасних умовах, в умовах розвитку демократії;

- пояснювати різницю між засобами масової інформації та засобами масової комунікації, наводити приклади;

- пояснювати сутність понять «інформація», «інформаційне суспільство», «комунікація».

Під час семінарського заняття студенти на першому етапі заповнюють таблицю про функції засобів масової інформації, працюючи в мікрогрупах. На другому етапі відбувається обговорення підготовлених в мікрогрупах таблиць та загальна дискусія стосовно функцій масмедіа в суспільстві, державі.

Функції ЗМІ	
Базові	Специфічні

*Література основна:* [1], [2], [5], [9], [10], [12], [14].

*Література допоміжна:* [1], [2], [3], [4], [7], [8], [9], [11], [13], [15], [21].

## **Семінарське заняття 3** **ЗМІ та громадськість**

1. Громадська думка, суспільна свідомість: поняття та процес формування.

2. ЗМІ та формування громадської думки: різні підходи та концепції .

3. Громадський контроль ЗМІ.

*Коментар.* При підготовці до семінарського заняття та опрацюванні літератури студенти повинні:

- розуміти та пояснювати поняття «суспільство», «громадська думка», «суспільна свідомість»;

- розуміти та пояснювати процес формування громадської думки в різних історичні епохи за різних умов, при різних устроях держави;
- аналізувати різні підходи до розуміння зв'язку між засобами масової інформації та формуванням громадської думки;
- пояснювати сутність громадського контролю ЗМІ.

Напередодні семінарського заняття студенти мають проаналізувати свіжі випуски новин та зазначити їх порядок денний з обов'язковим урахуванням виду ЗМІ (не менше 3 найменувань) за прикладом:

I. Газета «День» за 09.06.2022.

Порядок денний:

1. Війна в Україні.
2. Надання Україні статусу кандидата на вступ до ЄС.
3. Єдиний документ для фіксації збитків житлу від Мінрегіону.

Також слід знайти в інтернет-просторі чи бібліотеці та опрацювати наукову статтю відповідно до теми семінарського заняття, написати анотацію. Наприклад, стаття В. М. Кравчук та О. А. Дмитрусь за темою «Вплив ЗМІ на формування громадянської свідомості», Юридичний науковий електронний журнал, № 6 за 2015 рік.

\*Анотація (від франц. «зауваження») – це стисла характеристика статті, що містить перелік основних питань та має скласти первинне враження про публікацію.

Під час семінару групою заповнюється схема «ЗМІ та громадська думка».

*Література основна:* [1], [7], [9], [10], [14].

*Література допоміжна:* підручники з соціології, соціології громадської думки.

Також див.: Познанська К. В. Конспект лекцій з дисципліни «Громадська думка». Кам'янське, ДДТУ, 2018. 42 с. URL:

<http://www.dstu.dp.ua/Portal/Data/7/15/7-15-kl105.pdf>.

Писаренко Л. М. ЗМІ як соціальний інститут впливу на громадську думку. *Правові та інституційні механізми забезпечення розвитку України в умовах європейської інтеграції : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 18 травня 2018 р.) У 2-х т. Т. 2. Одеса : Вид. дім «Гельветика», 2018. С. 714-716. URL:*

<http://dspace.onua.edu.ua/handle/11300/11367>.



## 2.2 Модуль II. ЗМІ та політика

### *Семінарське заняття 4 Політика як об'єкт ЗМІ*

1. Поняття «політика», «політична система». Структура політичної системи.
2. ЗМІ як елемент політичної системи.
3. Роль інформації в політичних процесах.
4. Публічна політика: аналіз поняття.
5. Взаємодія масмедіа та публічної влади.

*Коментар.* Після аналізування основної та додаткової літератури для успішного виступу під час семінарського заняття студенти повинні:

- знати та уміти пояснити сутність понять «політика», «політична система», «інформаційна політика», «публічна політика»;
- уміти характеризувати структуру політичної системи, її ознаки;
- уміти пояснювати переваги володіння та управління інформаційними потоками на початку ХХІ століття;
- розуміти залежність між існуючою в країні політичною системою та роботою ЗМІ, інформаційною політикою;
- бачити перспективні напрями розвитку грамотної державної інформаційної політики;
- уміти пояснити взаємовпливи між засобами масової інформації та публічною владою.

Перед семінаром студенти підбирають статтю з наукової періодики, опрацьовують та готують анотацію.

Під час семінарського заняття студенти оговорюють питання, фіксуючи у робочих зошитах основні аспекти проблеми взаємозв'язку між роботою ЗМІ та публічною політикою в різних державах.

ЗМІ – публічна політика	
Взаємовпливи	
Позитивні	Негативні
-	-
-	-
Висновок:	

*Література основна:* [1], [2], [5], [9], [10], [11], [12], [14].

*Література допоміжна:* [2], [5], [11], [14], [16].

### *Семінарське заняття 5 ЗМІ та політичний режим*

1. Поняття «політичний режим». Види політичних режимів.
2. Моделі взаємодії ЗМІ та держави залежно від політичних режимів.
3. Медіасистема: поняття, моделі.

*Коментар.* Після опрацювання навчальної та наукової літератури студенти повинні уміти:

- пояснювати сутність понять «політичний режим», «медіасистема»;
- надавати характеристику тоталітарному, авторитарному та демократичному режимам, наводити приклади з минулого та називати сучасні держави з різними політичними режимами;
- коментувати існуючі моделі взаємодії засобів масової інформації з державою в залежності від політичного режиму;
- пояснювати причини існування різних підходів до розуміння проблеми взаємодії ЗМІ та держави;
- усно характеризувати моделі національних медіасистем в сучасному світі.

Для успішного виступу під час семінару студент також має підготувати невелике есе (10–15 речень) про національну медіасистему сучасної країни на вибір, використовуючи інтернет-ресурси та рекомендовану літературу.

Під час семінарського заняття заповнюється таблиця «ЗМІ і політичний режим»:

Моделі взаємодії ЗМІ та держави при різних політичних режимах	
Тоталітаризм	
Авторитаризм	
Демократія	
Загальний висновок:	

*Література основна:* [1], [2], [4], [9], [10], [12], [14].

*Література допоміжна:* [4], [7], [11].

### **Семінарське заняття 6** **Політична комунікація. Пропаганда**

1. Політичний маркетинг: поняття, функції, види.
2. Політична пропаганда. Прийоми пропаганди. Приклади політичної пропаганди.
3. Політичний міф. Масмедіа як творці політичних міфів.

*Коментар.* Студенти після опрацювання рекомендованої літератури повинні:

- знати та уміти пояснити основні поняття з теми («комунікація», «політичний маркетинг», «політична пропаганда», «політичний міф», «політичний стереотип», «політичні маніпуляції»);
- уміти охарактеризувати значення, функції та види політичного маркетингу;
- знати та уміти подати основні моделі зв'язків з громадськістю;
- уміти пояснити основні методи та прийоми пропаганди, наводити приклади з історії та сучасного світу;
- уміти наводити приклади політичних міфів та стереотипів, розуміти роль засобів масової інформації в процесі створення політичних міфів та розповсюдженні політичних стереотипів, наслідки цього процесу.

Напередодні семінарського заняття студенти в інтернет-ресурсах приклади політичних міфів та політичних стереотипів.

Також слід знайти та проаналізувати виступ відомого політика в ЗМІ на вибір, враховуючи при цьому час і контекст, тему, мету і завдання, структуру, мовні засоби, жести та міміку, зовнішній вигляд і т.д.

*Література основна:* [1], [2], [3], [4], [5], [9], [10], [11], [12], [14].

*Література допоміжна:* [1], [4], [8], [9], [13].

### **Семінарське заняття 7** **Політична реклама та PR**

1. Реклама як вид комунікації. Історія реклами.
2. Види реклами: різні підходи та класифікації.
3. Політична реклама: поняття та мета. Особливості і види політичної реклами.

4. Public Relations в політиці та державному управлінні.

5. Регулювання політичної реклами. Політична реклама в інтернеті.

*Коментар.* Після опрацювання основної та додаткової літератури студенти повинні:

- знати загальну історію реклами, уміти пояснити поняття «реклама», виділяти основні риси реклами, її види, розуміти різницю між бізнес-рекламою та політичною рекламою;

- уміти характеризувати основні особливості політичної реклами, її мету і завдання, функції, форми, структуру, значення;

- уміти аналізувати політичну рекламну продукцію з точки зору виявлення основних ідей, завдань, орієнтації на певну аудиторію, наявності чи відсутності агресії, сексизму, насилля і т. д.

- розуміти специфіку Public Relations в політиці та державному управлінні;

- знати про основні механізми регулювання політичних кампаній та політичної реклами;

- уміти пояснити зміни в Public Relations та політичній рекламі в епоху поширення інформаційних технологій.

Напередодні семінарського заняття студенти підбирають приклади політичної реклами, аналізують слогани, рекламні методи та прийоми, дієвість для визначених груп виборців.

Також слід уявити себе в якості спічрайтера та скласти текст для невеличкого виступу політика у засобах масової інформації на актуальну тему.

*Література основна:* [1], [2], [5], [6], [9], [10], [14].

*Література допоміжна:* [9], [11].

Також див.: Городок М., Герасимчук С., Микитюк Ю. Політична Абетка. Засоби масової інформації і політика: Навчальний посібник / За наук. ред.. д.н. з держ.упр.. Вид. 11-е, доп. і перероб. Київ : Вид-во «Березовська», 2016. 48 с.

## 2.3 Модуль III. ЗМІ в сучасному світі та в Україні

### *Семінарське заняття 8 Правові основи діяльності ЗМІ*

1. Поняття «інформація». Роль інформації в державному управлінні.
2. Правове регулювання ЗМІ в Україні.
3. Права та обов'язки ЗМІ.
4. Відповідальність журналістів. Корпоративна етика журналіста.
5. Авторське право. Охорона та захист авторського права у діяльності ЗМІ.

*Коментар.* Готуючись до семінарського заняття студенти опрацьовують рекомендовану основну та допоміжну літературу, виконують завдання в робочому зошиті. Вони повинні уміти:

- працювати з нормативними актами України (закони України, кодекси, Постанови Кабінету Міністрів України, Укази Президента України);
- пояснювати права та обов'язки журналістів, значення процедури акредитації;
- характеризувати відповідальність журналіста та основні положення корпоративної етики;
- розуміти сутність авторського права та покарання у разі його порушення, в першу чергу, у сфері роботи масмедіа.

Під час семінарського заняття студенти складають список нормативно-правових актів, якими керуються у своїй роботі засоби масової інформації, починаючи з Конституції України як Основного Закону держави.

*Література основна:* [9], [12].

*Література допоміжна:* [12], [16].

### *Семінарське заняття 9 ЗМІ та вибори*

1. Поняття «вибори», їх значення в політичному розвитку країн.
2. Принципи проведення виборів. Прозорість виборів. Значення виборів в демократичних країнах.
3. Види виборів.
4. Особливості висвітлення виборів у ЗМІ у світі та в Україні.
5. Выборчі технології та масмедіа.

*Коментар.* Після опрацювання основної та допоміжної літератури студенти повинні:

- пояснювати основні поняття з теми («вибори», «виборець», «активне та пасивне виборче право»);
- знати та характеризувати види виборів;
- знати та характеризувати акти міжнародного права, які стосуються виборчого права, виборчого процесу;

- розуміти важливість інституту виборчого права в демократичних країнах;
- знати та описувати різні типи виборчих систем;
- характеризувати основні принципи виборчого права, стадії виборчого процесу;
- знати про специфіку висвітлення у засобах масової інформації виборчого процесу;
- знати про різні виборчі технології та їх використання через ЗМІ.

Напередодні семінарського заняття студенти додатково підбирають статтю у періодичному виданні відповідно до теми семінару, опрацьовують та готують анотацію.

*Література основна:* [1], [2], [5], [9], [10], [12], [14].

*Література допоміжна:* [2], [4], [6], [17].

Також див.: Брошура «Медіа та вибори: Збірник документів Ради Європи», 2019 р.

### ***Семінарське заняття 10*** ***Медіасфера України***

1. Етапи в процесі формування та розвитку ЗМІ в сучасній Україні.
2. Проблеми в діяльності ЗМІ в сучасній Україні. Особливості сучасного національного медіапростору.
3. Суспільне мовлення: поняття, моделі, значення. Суспільне мовлення в Україні.
4. Нові засоби масової інформації.
5. Політизація ЗМІ.

*Коментар.* Після опрацювання рекомендованої літератури студенти повинні:

- знати історію засобів масової інформації в Україні, етапи їх формування та розвитку, національну специфіку, труднощі та недоліки в роботі;
- характеризувати медіапростір сучасної України, його сильні та слабкі сторони, визначати перспективи його подальшого розвитку;
- розуміти відмінність суспільного мовлення від приватного чи державного, пояснювати причини недостатнього рівня розвитку суспільного мовлення в Україні та шляхи вирішення цієї проблеми;
- знати та уміти описувати нові види ЗМІ;
- пояснювати процеси політизації ЗМІ та медіатизації політики.

Напередодні семінарського заняття слід проаналізувати актуальну інформацію стосовно популярності тих чи інших телеканалів, а потім провести невеличке самостійне дослідження рейтингу телеканалів серед друзів та знайомих (Яким є найпопулярніший канал на Вашу думку?). враховуючи вік та стать. Результат порівняти, записати у робочі зошити та представити під час семінару.

*Література основна:* [1], [2], [4], [5], [15].

*Література допоміжна:* [1], [7], [11], [12], [19], [21].

## *Семінарське заняття 11*

### *Тенденції розвитку ЗМІ в сучасних умовах*

1. Глобальні проблеми сучасності та роль медіа у їх вирішенні.
2. Масмедіа як актор міжнародної політики.
3. Нові медіа. Перспективи розвитку масмедіа.

*Коментар.* Після опрацювання основної та допоміжної рекомендованої літератури студенти повинні:

- пояснювати значення поняття «глобалізація», аналізувати перспективи глобалізаційних процесів;
- уміти проаналізувати глобальні проблеми сучасності та роль масмедіа у їх вирішенні;
- характеризувати участь масмедіа у міжнародній політиці, наводити приклади;
- описувати нові види засобів масової інформації, в тому числі, соціальні мережі та мікроблоги;
- оцінювати перспективи розвитку ЗМІ у світі.

Перед семінарським заняттям необхідно знайти конкретні приклади участі засобів масової інформації у вирішенні глобальної проблеми сучасності та у міжнародних політичних процесах. Подумати, чому таких прикладів стає дедалі більше. Включити такі приклади в есе на тему «Перспективи розвитку ЗМІ у світі» (10–15 речень).

*Література основна:* [6], [13], [14].

*Література допоміжна:* [1], [3], [6], [11], [20], [22].

## ЛІТЕРАТУРА

### Основна література

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікативний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рілейшнз / В. М. Бебик. – К. : МАУП, 2005. – 440 с. – ISBN 966-608-513-5.
2. Брайант Дж. Основы воздействия СМИ / Дж. Брайант, С. Томпсон; *пер. с англ.* – Москва; Санкт-Петербург; Киев : Изд. Дом «Вільямс», 2004. – 426 с. – ISBN 5-8459-0597-4.
3. Галлін Д. Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики / Д. Галлін, П. Манчіні ; *пер. за англ. О. Насико.* – К. : Наука, 2008. – 320 с. – ISBN 978-966-96972-0-2.
4. Городок М. Засоби масової інформації і політика : *навчальний посібник* / М. Городок, С. Герасимчук, Ю. Микитюк. – 11-е, вид. доп. і перероб. – К. : «Березовська», 2016. – 48 с.
5. Гресько О. В. Міжнародна журналістика в контексті глобальних суспільних трансформацій : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук : *спец. 10.01.08 “Журналістика”* / Гресько Ольга Вікторівна ; *Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Ін-т журналістики.* – Київ, 2004. – 22 с.
6. Громадська думка: теоретичні та методичні проблеми дослідження / [за заг. ред. В. Л. Осовського; уклад.: В. Л. Осовський, В. М. Вовк, В. А. Матусевич, С. М. Стукало, О. В. Танасюк]. – К. : Стилос, 2001. – 168 с. – ISBN 966-7321-89-4.
7. Електронна демократія: сподівання та проблеми / [Дж. Кедді, К. Вергес та ін.]; *пер. з англ. С. Соколика.* – К. : Центр адаптації державної служби до стандартів Європейського Союзу, 2011. – 164 с.
8. Матвієнко О. В. Основи інформаційного менеджменту: *навч. посібник* / О. В. Матвієнко. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 128 с.
9. Моделі політичної комунікації: політичні партії та громадянське суспільство / [Ю. Тищенко, П. Байор, М. Товт, С. Горобчишина]. – К. : Агентство «Україна», 2010. – 148 с. – ISBN 976-966-2157-27-7.
10. Мучник А. Роль засобів масової інформації у формуванні політичної системи / А. Мучник, П. Ворона // *Рідний край.* – 2009. – № 2. – С. 74–78.
11. Передумови становлення інформаційного суспільства в Україні / [О. Б. Баховець та ін.; *за ред. С. О. Довгого*]. – К. : Азимут Україна, 2008. – 287 с. – ISBN 978-966-8405-74-7.
12. Ковалевський В. Теоретико-методологічні засади розвитку політичних комунікацій в Україні / [М. І. Михальченко, М. С. Кармазіна, В. О. Ковалевський та ін.] // *Світоглядно-теоретичний вимір сучасної української політики.* – К. : ППІЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2010. – С. 145–159. – ISBN 978-966-02-5706-1.
13. Шайгородський Ю. Ж. Політика: взаємодія реальності та міфу : *монографія* / Ю. Ж. Шайгородський. – К. : Знання, 2009. – 400 с. – ISBN 978-966-316-258-4.
14. Штромайер Г. Політика і масмедіа / Герд Штромайер ; *пер. з нім. А. Орган.* – К. : Вид. дім «Києво Могилянська академія», 2008. – 303 с. – ISBN 978-966-518-462-1.

## Допоміжна література

1. Аксьонова Н. Дослідження впливу мас медіа в умовах інформаційної війни / А. Аксьонова // Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. – 2017. – Вип. 48. – С. 341–350. – Режим доступу : [http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3496:doslidzhennya\\_vplivu\\_mas\\_media\\_v\\_umovakh\\_informatsijnoi\\_vijni&catid=81&Itemid=415](http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3496:doslidzhennya_vplivu_mas_media_v_umovakh_informatsijnoi_vijni&catid=81&Itemid=415)
2. Байрачна Л. К. Засоби масової комунікації як інструмент легітимації державної влади / Л. К. Байрачна // Інформація і право. – 2015. – № 3 (15). – С. 27–35.
3. Везирова Л. Роль ЗМІ в міжнародних політичних процесах / Л. Везирова // Епістемологічні дослідження в філософії, соціальних і політичних науках. – 2013. – №3 (23). – С. 57–63. – Режим доступу : <https://visnukpfs.dp.ua/index.php/PFS/article/view/533>
4. Гайдук Ю. Масмедіа як творці сучасних політичних міфів / Ю. Гайдук, В. Зінчук // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. – 2007. – Вип. 19. – С. 72–76.
5. Ефективна комунікація між державною службою та засобами масової інформації / *пер. з англ. Л. Б. Магдюк, О. М. Рудік.* – Дніпропетровськ : Центр економічної освіти, 2000. – 68 с. – ISBN 966-7214-48-6.
6. Зінчук В. Оновлені мас медіа в модерних соціумах: особливості політичної взаємозалежності / В. Зінчук // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2018. – № 896. – С. 48–53. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnulpjn\\_2018\\_896\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnulpjn_2018_896_9)
7. Карлова В. В. Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості / В. В. Карлова // Державне управління: теорія та практика. – 2007. – № 2. – Режим доступу : <http://academy.gov.ua/ej/ej6/txts/07kvvunc.htm>
8. Кіслов Д. Роль ЗМІ у формуванні політичного дискурсу як засіб державного маркетингу / Д. Кіслов // Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України. – 2015. – № 1. – С. 133–137.
9. Кисарець І. А. Роль державних засобів масової інформації і комунікації у формуванні політичної культури / І. А. Кисарець // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2010. – Вип. 90 (Част. II). – С. 123–130.
10. Костира І. Медіатизація політики та політизація ЗМІ як тенденції політичного процесу в Україні / І. Костира // Політичний менеджмент. – 2013. – № 1–2. – С. 109–118.
11. Крюков О. І. До питання взаємодії публічної влади та засобів масової інформації в сучасному політичному процесі / О. І. Крюков, М. Л. Пахнін // Вісник НУЦЗ України. Серія : Державне управління. – 2018. – Вип. 1(8). – С. 230–238.
12. Кульчій О. О. Правове регулювання державної політики у сфері масмедіа України / О. О. Кульчій // Форум права. – 2015. – № 3. – С. 131–134.
13. Максимчук О. В. Роль мас медіа у формуванні політичних міфів / О. В. Максимчук, С. С. Бондар // Актуальні проблеми політики. – 2020. – № 65. – Режим доступу : <http://app.onua.edu.ua/index.php/app/article/view/305>



14. Нестеряк Ю. В. Аналіз моделей інформаційної політики та державного регулювання засобів масової інформації / Ю. В. Нестеряк // Публічне управління та митне адміністрування. – 2016. – № 2 (15). – С. 65–70.

15. Парлюк В. І. Роль мас медіа у формуванні політичного світогляду та трансформації виборчих стратегій політичних партій Австрії / В. І. Парлюк // Вісник національного університету «Юридична академія України імені Я. Мудрого». Серія: Політологія. – 2019. – № 2. – С. 152–172.

16. Пронченко О. С. Взаємодія ЗМІ і влади в контексті реалізації права громадян на інформацію : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : *спец. 23.00.02 "Політичні інститути та процеси"* / Пронченко Олександр Сергійович ; *НАН України, Ін-т політ. і етнонац. дослідж. ім. І. Ф. Кураса НАН України*. – Київ, 2008. – 17 с.

17. Рум'янцева С. В. Типологія сучасних електоральних медіа технологій у класичних та гібридних демократичних режимах / С. В. Рум'янцева // Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Історія. Політологія. – 2016. – Вип. 15. – С. 298–306.

18. Русиняк А. І. Політологічний дискурс у дослідженнях масової інформації: функціональний аспект / А. І. Русиняк // Політикус. – 2020. – Вип. 5. – С. 16–22.

19. Стоцький В. В. Особливості функціонування сучасного політичного дискурсу українських мас медіа / В. В. Стоцький // Політичне життя. – 2016. – № 3. – Режим доступу : <https://jpl.donnu.edu.ua/article/view/2797>

20. Філенко І. Історична ретроспектива еволюції ЗМІ в міжнародних відносинах / І. Філенко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2012. – Вип. 107 (Част. II). – С. 181–187.

21. Хлівнюк Т. П. Вплив засобів масової інформації на політичний простір сучасної України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : *спец. 23.00.02 "Політичні інститути та процеси"* / Хлівнюк Тетяна Петрівна ; *ОНУ ім. І. І. Мечникова*. – Одеса, 2008. – 18 с.

22. Щедрова Г. П. Детермінанти впливу мас медіа на формування міжнародної політики / Г. П. Щедрова // Актуальні проблеми політики. – 2017. – Вип. 60. – Режим доступу :

<http://ir.duan.edu.ua/handle/123456789/993>

*Web pecypcu*

<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.journ.univ.kiev.ua)  
<http://www.coe.kiev.ua/>  
[www.globalpr.org](http://www.globalpr.org)  
[www.onlinepr.com](http://www.onlinepr.com)  
[www.prdialog.com](http://www.prdialog.com)  
[www.pronline.ru](http://www.pronline.ru)  
[www.propr.com.ua](http://www.propr.com.ua)  
[www.reklamaster.kiev.ua](http://www.reklamaster.kiev.ua)  
<http://ehronika.com/>  
<http://www.khpg.org/>

**Додаток А**  
**Приклад робочого зошита для студента**  
**з дисципліни «Масмедіа і політика»**

ДОНБАСЬКА ДЕЖАВНА МАШИНОБУДІВНА АКАДЕМІЯ  
Факультет економіки та менеджменту  
Кафедра філософії та соціально-політичних наук

**РОБОЧИЙ ЗОШИТ**  
студента групи \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ з дисципліни «Масмедіа і політика»  
\_\_\_\_\_ навчальний рік

Зав.кафедрою Є. В. Болотіна

Викладач Ю. Л. Яковенко

# МОДУЛЬ І МАСМЕДІА ЯК СОЦІАЛЬНИЙ ІНСТИТУТ

## Семінарське заняття 1

### Історія та види засобів масової інформації

Завдання І. Після опрацювання рекомендованої літератури знайти відповідь на такі питання:

1. Виникнення ЗМІ. Етапи становлення різних видів ЗМІ. Значення засобів масової інформації в різних історичних умовах.

2. Друковані ЗМІ, їх специфіка.

3. Епоха телебачення.

4. Сучасні види засобів масової інформації.

5. Поняття «засоби масової інформації», «масмедіа». Класифікація ЗМІ.

Завдання ІІ. Заповнити таблицю «Види ЗМІ», використовуючи різні критерії для класифікації (не менше 5):

Критерій	Види ЗМІ за цим критерієм
1.	- -
2.	- -
3.	- -
4.	- -
5.	- -

Завдання ІІІ. Провести опитування серед знайомих та друзів, проаналізувати його результати.

### Анкета

#### «Популярність різних видів засобів масової інформації»

1. Вік \_\_\_\_\_

2. Стать \_\_\_\_\_

3. Освіта (вища, професійна, середня).

---

4. Які засоби масової інформації допомагають вам дізнаватись нове, бути в курсі подій сучасності (газети, журнали, радіо, телебачення, інтернет)?

---

5. Які саме новини вас цікавлять (політика, економіка, питання соціального захисту, новини культури, наукові розробки та інше)?

---

## Результати опитування

Загальна кількість респондентів \_\_\_\_\_

Під час опитування та аналізу відповідей виявлено, що респонденти віком \_\_\_\_\_ років

---

---

---

---

### Семінарське заняття 2

#### Функції ЗМІ

Завдання I. Опрацювати рекомендовану літературу, знайти відповіді на такі питання:

1. Базові функції ЗМІ.
2. Специфічні функції ЗМІ.
3. Принципи інформаційних відносин.

Завдання II. Заповнити таблицю «Функції ЗМІ» в ході обговорення на семінарі.

Функції ЗМІ	
Базові	Специфічні
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	
5.	

### Семінарське заняття 3

#### ЗМІ та громадськість

Завдання I. Опрацювати рекомендовану літературу, знайти відповіді на наступні питання:

1. Громадська думка, суспільна свідомість: поняття та процес формування.
2. ЗМІ та формування громадської думки: різні підходи та концепції .
3. Громадський контроль ЗМІ.

Завдання II. Переглянути свіжі випуски новин (не менше 3 різних джерел) на телеканалах, в газетах, журналах, інтернет-видання, радіо та виділити їх порядок денний з обов'язковим урахуванням виду ЗМІ.

#### Порядок денний

\_\_\_\_\_ за \_\_\_\_\_ 2022 року

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

---

3. \_\_\_\_\_

Порядок денний

за \_\_\_\_\_ 2022 року

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

Порядок денний

за \_\_\_\_\_ 2022 року

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

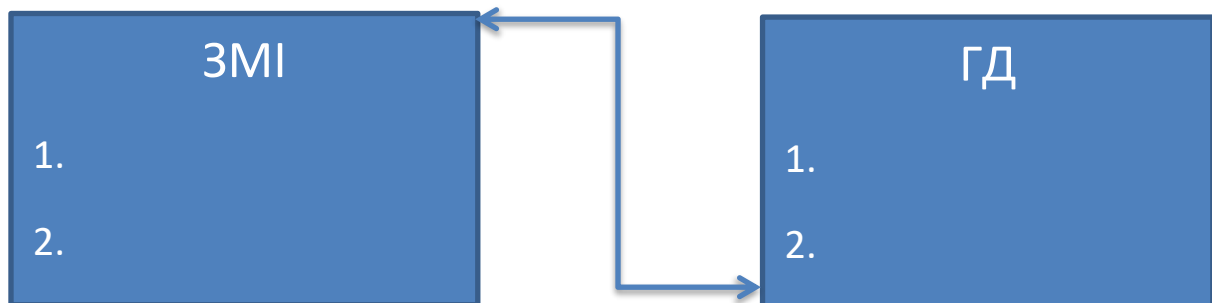
Завдання III. Знайти в інтернет-просторі чи бібліотеці та опрацювати наукову статтю відповідно до теми семінарського заняття, написати анотацію.

Анотація

на статтю \_\_\_\_\_ (ПІБ автора/ів)

(назва)

Завдання IV. Під час проведення семінарського заняття заповнити схему «ЗМІ та громадська думка».



## МОДУЛЬ II ЗМІ ТА ПОЛІТИКА

### *Семінарське заняття 4* *Політика як об'єкт ЗМІ*

Завдання I. Опрацювати рекомендовану літературу, знайти відповіді на такі питання:

1. Поняття «політика», «політична система». Структура політичної системи.

2. ЗМІ як елемент політичної системи.

3. Роль інформації в політичних процесах.

4. Публічна політика: аналіз поняття.

5. Взаємодія масмедіа та публічної влади.

Завдання II. Під час обговорення основних питань заповнити в робочому зошиті таблицю:

ЗМІ та публічна політика: взаємозв'язок	
Взаємовпливи	
Позитивні	Негативні
-	-
-	-
-	-
Висновок:	

Завдання III. Знайти в інтернет-просторі чи бібліотеці та опрацювати наукову статтю відповідно до теми семінарського заняття, написати анотацію.

Анотація

на статтю \_\_\_\_\_ (ПІБ автора/ів)

\_\_\_\_\_ (назва)

### *Семінарське заняття 5*

#### *ЗМІ та політичний режим*

Завдання 1. Опрацювати джерела та літературу, знайти відповіді на наступні питання:

1. Поняття «політичний режим». Види політичних режимів.

2. Моделі взаємодії ЗМІ та держави залежно від політичних режимів.

3. Медіасистема: поняття, моделі.

Завдання 2. Підготувати есе (10–15 речень) про національну медіасистему сучасної країни на вибір, використовуючи інтернет-ресурси та рекомендовану літературу.

---

---

---

Завдання 3. Під час семінарського заняття заповнюється таблиця «ЗМІ і політичний режим»:

Моделі взаємодії ЗМІ та держави при різних політичних режимах	
Тоталітаризм	
Авторитаризм	
Демократія	
Загальний висновок:	

### **Семінарське заняття 6**

#### *Політична комунікація. Пропаганда*

Завдання 1. Опрацювати рекомендовану літературу, знайти відповіді на такі питання:

1. Політичний маркетинг: поняття, функції, види.
2. Політична пропаганда. Прийоми пропаганди. Приклади політичної пропаганди.
3. Політичний міф. Масмедіа як творці політичних міфів.

Завдання 2. Напередодні семінарського заняття знайти приклади політичних міфів та політичних стереотипів.

---

---

---

Завдання 3. Знайти та проаналізувати виступ відомого політика на вибір (ПІБ, де і коли відбувся виступ):

---

---

---

При аналізуванні публічного виступу політика слід звернути увагу на наступні її особливості:

- 1) мета виступу, тематика, основна ідея:  

---
- 2) структура виступу, логічність викладу:  

---
- 3) особливості вступу; які прийоми використано, щоб привернути увагу слухачів:  

---
- 4) основна частина; варто звернути увагу на побудову аргументації, наявність кліше, стереотипів; чи містить ця частина оцінку власної діяльності, чи аналізується діяльність інших політичних сил, чи дається оцінка гострим, актуальним проблемам часу; які цінності проповідуються; що є апогеєм виступу:



---

---

5) закінчення; який прийом використано для завершення доповіді:

---

6) ключові слова (можна використати метод контент-аналізу, підрахувати слова, які зустрічаються найчастіше):

---

7) вибір місця для виступу, оцінка простору:

---

8) зовнішній вигляд, доцільність обраного образу обстановці:

---

9) такі невербальні засоби комунікації, як міміка, пози, жести:

---

10) риторичні прийоми (метафори, жарти, риторичні питання):

---

---

### ***Семінарське заняття 7*** ***Політична реклама та PR***

Завдання 1. Після опрацювання рекомендованої літератури підготувати відповіді на такі питання:

1. Реклама як вид комунікації. Історія реклами.
2. Види реклами: різні підходи та класифікації.
3. Політична реклама: поняття та мета. Особливості і види політичної реклами.
4. Public Relations в політиці та державному управлінні.
5. Регулювання політичної реклами. Політична реклама в інтернеті.

Завдання 2. Перед семінаром знайти приклади політичної реклами та проаналізувати їх (основна мета і завдання, текст, слоган, використані візуальні об'єкти, методи та прийоми, дієвість для визначених груп виборців).

---

---

---

## **МОДУЛЬ III** **ЗМІ В СУЧАСНОМУ СВІТІ ТА В УКРАЇНІ**

### ***Семінарське заняття 8*** ***Правові основи діяльності ЗМІ***

Завдання 1. Після опрацювання рекомендованої літератури підготувати відповіді на такі питання:

1. Поняття «інформація». Роль інформації в державному управлінні.
2. Правове регулювання ЗМІ в Україні.
3. Права та обов'язки ЗМІ.
4. Відповідальність журналістів. Корпоративна етика журналіста.

5. Авторське право. Охорона та захист авторського права у діяльності ЗМІ.

Завдання 2. Під час семінарського заняття необхідно скласти список нормативно-правових актів, якими керуються у своїй роботі засоби масової інформації.

---

---

---

---

### ***Семінарське заняття 9***

#### *ЗМІ та вибори*

Завдання 1. Після опрацювання рекомендованої літератури підготувати відповіді на такі питання:

1. Поняття «вибори», їх значення в політичному розвитку країн.
2. Принципи проведення виборів. Прозорість виборів. Значення виборів в демократичних країнах.
3. Види виборів.
4. Особливості висвітлення виборів у ЗМІ у світі та в Україні.
5. Выборчі технології та масмедіа.

Завдання 2. Напередодні семінарського заняття необхідно підібрати додатково статтю у періодичному виданні відповідно до теми семінару, опрацювати та підготувати анотацію.

Анотація

на статтю \_\_\_\_\_ (ПІБ автора/ів)

---

(назва)

---

---

---

---

### ***Семінарське заняття 10***

#### *Медіасфера України*

Завдання 1. Після опрацювання рекомендованої літератури підготувати відповіді на такі питання:

1. Етапи в процесі формування та розвитку ЗМІ в сучасній Україні.
2. Проблеми в діяльності ЗМІ в сучасній Україні. Особливості сучасного національного медіапростору.
3. Суспільне мовлення: поняття, моделі, значення. Суспільне мовлення в Україні.
4. Нові засоби масової інформації.
5. Політизація ЗМІ.

Завдання 2.

А. Проаналізувати напередодні семінарського заняття актуальну інформацію стосовно популярності тих чи інших телеканалів.

Б. Провести невеличке самостійне дослідження рейтингу телеканалів серед друзів та знайомих (Яким є найпопулярніший канал на Вашу думку?). Результат порівняти та представити під час семінару.

Результати дослідження

Офіційний рейтинг телеканалів	Рейтинг телеканалів за результатами опитування
1.	1.
2.	2.
3.	3.
Загальний висновок	

**Семінарське заняття 11**

*Тенденції розвитку ЗМІ в сучасних умовах*

Завдання 1. Після опрацювання рекомендованої літератури підготувати відповіді на такі питання:

1. Глобальні проблеми сучасності та роль медіа у їх вирішенні.
2. Масмедіа як актор міжнародної політики.
3. Нові медіа. Перспективи розвитку масмедіа.

Завдання 2.

А. Перед семінарським заняттям необхідно знайти конкретні приклади участі засобів масової інформації у вирішенні глобальної проблеми сучасності та у міжнародних політичних процесах.

---

---

---

Б. Чому таких прикладів стає дедалі більше? Включити такі приклади в есе за темою «Перспективи розвитку ЗМІ» (10–15 речень).

---

---

---

*Навчальне видання*

## **МАСМЕДІА І ПОЛІТИКА**

**Методичні вказівки  
до семінарських занять**

**для студентів спеціальності 052 «Політологія»  
денної форми навчання**

Укладач

ЯКОВЕНКО Юлія Леонідівна

За авторською редакцією

Комп'ютерне верстання І. І. Дьякова

86/2022. Формат 60 x 84/16. Ум. друк. арк. 1,63.  
Обл.-вид. арк. 1,14. Тираж 50 пр. Зам. №

Видавець і виготівник  
Донбаська державна машинобудівна академія  
84313, м. Краматорськ, вул. Академічна, 72.  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
ДК № 1633 від 24.12.2003