

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ І. І. МЕЧНИКОВА**

**Факультет журналістики, реклами та видавничої справи  
Кафедра журналістики, реклами та медіакомунікацій**

## **ФУНДАМЕНТАЛЬНА ПІДГОТОВКА З ФАХУ**

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ  
ТА ЗАВДАННЯ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ  
ДЛЯ ЗДОБУВАЧІВ  
ПЕРШОГО (БАКАЛАВРСЬКОГО) РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ  
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 061 «ЖУРНАЛІСТИКА»**

**Одеса  
Видавець С. Л. Назарчук  
2024**

УДК 070:316.6:82-92

Ф947

**Укладач:**

**О. А. Іванова**, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, декан факультету журналістики, реклами та видавничої справи Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

**Рецензенти:**

**Чернявська Л. В.** – доктор наук із соціальних комунікацій, професор, завідувач кафедри журналістики Запорізького національного університету

**Каменська Т. Г.** – доктор соціологічних наук, професор кафедри нових медіа та медіадизайну Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

*Рекомендовано до друку*

*вченою радою факультету журналістики, реклами та видавничої справи  
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова  
Протокол № 2 від 30 жовтня 2024 року*

**Фундаментальна** підготовка з фаху : методичні вказівки та завдання до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 061 «Журналістика» / уклад. О. А. Іванова. Одеса : Видавець С. Л. Назарчук, 2024. 33 с.

Методичні вказівки містять мету та завдання курсу, тематичний план лекцій, тематику практичних занять, завдання для самостійної роботи, індивідуальної роботи та питання для підсумкового контролю. Для полегшення самостійного вивчення дисципліни наведено список рекомендованої літератури.

Для здобувачів вищих навчальних закладів, що навчаються за спеціальністю 061 «Журналістика».

УДК 070:316.6:82-92

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН.....	6
ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ.....	11
ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ.....	18
КОНТРОЛЬНА РОБОТА ДЛЯ ЗДОБУВАЧІВ ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ.....	23
ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ.....	24
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА.....	28
РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ ЗДОБУВАЧІ.....	30

## ВСТУП

Методичні вказівки та завдання з курсу «Фундаментальна підготовка з фаху» відповідають змісту освітньо-професійної програми підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня «Журналістика» спеціальності 061 «Журналістика». Дисципліна «Фундаментальна підготовка з фаху» входить до складу обов'язкових дисциплін загальної професійної підготовки, що визначають базову фахову підготовку здобувачів цього рівня вищої освіти.

**Предмет** вивчення дисципліни – закономірності, принципи, теорії та моделі масовокомунікаційного спілкування, а також форми, методи та історичні різновиди журналістської діяльності. Ця дисципліна передбачає вивчення закономірностей соціальних та масової комунікацій, правил масмедійної роботи. Опанування цієї проблематики є вкрай важливим для майбутніх журналістів, адже їхня професійна діяльність зосереджується в масовокомунікаційному просторі та передбачає реалізацію комунікаційних намірів, спрямованих на досягнення ефектів у середовищі масової аудиторії, для чого майбутнім медійникам необхідно розумітися на правилах, яким підпорядковуються і соціальні комунікації, і журналістика як форма масової комунікації. Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Фундаментальна підготовка з фаху» значно підвищиться, якщо здобувач попередньо опанував матеріал таких дисциплін як: «Вступ до спеціальності: журналістика та соціальні комунікації», «Журналістський фах: жанрологія», «Журналістська майстерність» тощо.

**Мета курсу** – формування глибоких фахових знань та засвоєння фундаментальних положень науки про масові і соціальні комунікації щодо природи масовокомунікаційної діяльності, її специфіки на сучасному етапі розвитку людства, уявлень про форми реалізації масовоінформаційних процесів, законів та правил, що їх визначають і описують, здобуття фахових уявлень про історично обумовлені форми журналістської діяльності, а також знань щодо журналістики як системи масмедіа та сукупності ЗМІ, творчо-виробничої сфери діяльності, націленої на чіткі соціокультурні результати.

**Завдання дисципліни:** сформувати у здобувачів фахові знання щодо природи масової комунікації та масової інформації, забезпечити умови для формування у здобувачів професійних навичок осмислення масовокомунікаційних процесів, навчити здобувачів розуміти та тлумачити особливості функціонування сучасного інформаційного простору, вироблення у здобувачів умінь і навичок застосовувати теоретичні положення науки про масові і соціальні комунікації при осмисленні емпіричних масовокомунікаційних явищ і процесів, формування уявлень про учасників процесу масової комунікації, продукти та ефекти масової комунікації; дати уявлення про історичний шлях розвитку журналістики як соціального інституту; сформувати чіткі знання про журналістику як систему масмедіа, творчо-виробничу галузь діяльності; забезпечити знаннями щодо результативності журналістики як виду масовокомунікаційного спілкування, що здійснюється на основі інформаційної політики ЗМІ.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен *знати*: що таке масова інформація та комунікація; хто є учасниками масового спілкування; як існують засоби і методи впливу на маси; які є моделі та теорії масової комунікації; як здійснюється масовокомунікаційний вплив та які його ефекти; які існують види масової комунікації; якою є масова комунікація в умовах інформаційного суспільства; що таке медіаекологія; що таке журналістика як соціальний інститут, система масмедіа та творча галузь діяльності; якою є нормативна база діяльності ЗМІ; що таке «свобода слова»; *вміти*: робити зіставний аналіз теорій масової комунікації; розрізняти учасників масового спілкування за функціями, завданнями; коректно працювати зі своєю аудиторією, враховуючи її специфіку та власні професійні наміри як комуніканта; професійно організовувати свою журналістську діяльність; описувати інформаційну політику ЗМІ; визначати проблемно-тематичні лінії діяльності медіа.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 180 годин, що становить 6 кредитів ЄКТС.

# ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

## Змістовий модуль 1. Поняття про масову інформацію та масову комунікацію.

### ТЕМА 1. Загальне уявлення про масову комунікацію.

#### Природа та сутність масової інформації.

1. Інформація як феномен. Соціальна та масова інформація.
2. Поява та розвиток комунікації в історії людства.
3. Види масової комунікації: журналістика, реклама, піар, пропаганда, інформаційна війна, світоглядна публіцистика, чутки тощо.
4. Професіоналізм у масовокомунікаційному спілкуванні.

### ТЕМА 2. Масова комунікація в інформаційному суспільстві.

1. Інформаційне суспільство, постіндустріальне суспільство, суспільство знання, постгуманітарне суспільство, суспільство 4.0 (четверта промислова революція) тощо.
2. Масова комунікація в умовах диджиталізації.
3. Масова комунікація в умовах глобалізації.
4. Масова комунікація в умовах мережовості.
5. Масова комунікація в умовах віртуалізації.

### ТЕМА 3. Масова комунікація як процес і результат.

1. Процес масової комунікації. Ланцюг Лассвелла.
2. Концептуальні засади масовокомунікаційного впливу. Види масовокомунікаційного впливу: переконання, навіювання, маніпулювання тощо.
3. Поняття про технології масовокомунікаційного впливу. Арсенал та різновиди масовокомунікаційних технологій.
4. Прийоми впливу в масовій комунікації: анонімний авторитет, забовтування, «поряд означає разом», констатація факту, «обхід з флангу», зміщення акцентів, формування аналогій, ефект ореолу, тенденційний підбір

фактів, «отруйний сендвіч», «цукровий сендвіч», апеляція до свідка, коментар експерта, емоційний резонанс, буденна розповідь, ефект першості, хибна аналогія, принцип контрасту тощо.

#### **ТЕМА 4. Моделі та ефекти масової комунікації.**

1. Моделі масової комунікації. Моделі комунікації як трансмісії. Модель експресивна, або ритуальна. Модель розголосу. Модель рецепції. Модель Шеннона-Вівера, модель Лотмана, модель Якобсона тощо.

2. Ефекти масової комунікації. Ефекти думки та ефекти дії.

3. Загальні уявлення про медіаекологію та соціальний інжиніринг. Патогенність інформаційного продукту та середовища. Стратегічні плани щодо управління громадською думкою та роль масової комунікації у цьому.

#### **ТЕМА 5. Уявлення про маси та масову аудиторію як адресата масової комунікації.**

1. Масова аудиторія як феномен: натовп, публіка, громадськість тощо.

2. Масові настрої, масові думки, масова поведінка.

3. Масовізація/масифікація як тенденція і ознака культури XX та XXI століть.

4. Сегментація та розпад масової аудиторії. Процес демасифікації.

#### **Змістовий модуль 2. Масова комунікація як галузь професійної діяльності. Дослідження масової комунікації та журналістики.**

#### **ТЕМА 6. Професійні сегменти масовокомунікаційної діяльності та місце журналістики у цьому полі.**

1. Компетентність та наміри комуніканта як професіонала в масовій комунікації. Відповідальність комуніканта та здатність прогнозувати результат масової комунікації.

2. Комунікаційна специфіка видів масової комунікації: журналістика, реклама, піар, пропаганда, інформаційна війна, публіцистика тощо.

3. Журналістика як професія. Реклама як професія. Піар як професія.

## **ТЕМА 7. Пражурналістика та власне журналістика.**

1. Обмін інформацією в історії людства, феномен пражурналістики. Причини виникнення та історичні закономірності розвитку журналістики.
2. Сучасна журналістика як високотехнологічна галузь інформаційного обслуговування та забезпеченню життєдіяльності суспільства.
3. Класичні функції журналістики та їх сучасна динаміка. Єдність та взаємодія функцій журналістики для забезпечення функціональної ефективності ЗМІ.
4. Нормативна база діяльності ЗМІ. Правова регуляція діяльності масмедіа. Інформаційна політика держави, інформаційний простір, інформаційні відносини. Поняття «свобода преси» та «четверта влада» як відображення специфічного становища журналістики в суспільстві. Журналістика та громадянське суспільство.
5. Журналістика в системі економічних та політичних відносин суспільства. Інформація як товар. Конкуренція ЗМІ та форми власності у сфері журналістської діяльності.

## **ТЕМА 8. Масова комунікація та журналістика як поняття та об'єкт осмислення.**

1. Зміст та об'єм поняття «журналістика».
2. Журналістика як соціальний інститут з визначеними функціями і можливостями в системі інших соціальних інститутів. Чотири теорії преси.
3. Журналістика як предмет наукового осмислення. Термінологія журналістикознавства та основні категорії науки про журналістику.
4. Історія науки про масову комунікацію та журналістику. Масова комунікація VS соціальні комунікації. Суб'єктно-об'єктний та суб'єктно-суб'єктний тип спілкування.

5. Теорії масової комунікації та журналістики. Основні теорії масової комунікації: кулі, двоступеневого потоку інформації, когнітивного дисонансу, спіралі мовчання тощо. Теорія порядку денного.

### **Змістовий модуль 3. Поле журналістики.**

#### **ТЕМА 9. Журналістика як система масмедіа.**

1. Журналістика як система ЗМІ, закономірності розвитку системи масмедіа.

2. Преса, радіо, телебачення, електронні медіа, інформаційні агенції в структурі масмедіа.

3. Типологічна структура ЗМІ: аудиторна орієнтація, проблемно-тематичне наповнення, сфера розповсюдження тощо.

4. Тенденції розвитку сучасних ЗМІ (монополізація, інтернаціоналізація, уніфікація, комерціалізація тощо). Система інформаційного поля та проблема інформаційної насиченості, структура інформаційного потоку.

5. Інфраструктура журналістики: технічна, інформаційна, організаційно-керуюча. Особливості діяльності системи життєзабезпечення ЗМІ в питаннях збору та розповсюдження інформації.

#### **ТЕМА 10. Журналістика як творчо-виробнича діяльність.**

1. Журналістика як галузь творчої діяльності. Творча діяльність як засіб здійснення функцій журналістики.

2. Журналістика як технологічний процес. Правила передачі інформації (деклараційна журналістика, пошукова, авторитарна, ліберальна, соціально-відповідальна, журналістика думки, журналістика розслідування, інтерпретації, педагогічна, адвокатська, журналістика розваг тощо).

3. Продуктивні та репродуктивні методи роботи, рутинний та творчий фактори діяльності в журналістиці.

4. Типи творчості, що використовуються журналістиці: науковий, художній, публіцистичний.

5. Редакторський, авторський та організаторсько-керівний тип журналістської творчості.

6. Редакція як творчий колектив. Планування роботи. Індивідуальні та колективні форми творчої праці. Взаємодоповнювання та взаємозамінюваність.

### **ТЕМА 11. Інформаційна політика ЗМІ.**

1. Сутність поняття «інформаційна політика ЗМІ» та складові інформаційної політики медіа.

2. Система проблемно-тематичних ліній медіа.

3. Стиль та унікальність ЗМІ.

### **ТЕМА 12. Результативність журналістики.**

1. Поняття дієвості та ефективності як різновидів результативності журналістики щодо виконання її функцій. Критерії складові компоненти дієвості. Поняття «рівень ефективності», критерії ефективності, чинники підвищення ефективності.

2. Вплив ЗМІ на споживача: функціональний, дисфункціональний, нефункціональний, афункціональний.

3. Методи вивчення результативності журналістської діяльності. Правило наближення інтересів.

4. Принципи журналістики та професійна етика журналіста. Соціальна відповідальність журналіста, правдивість та об'єктивність, корпоративна солідарність. Кодекс професійної етики українського журналіста. Міжнародні кодекси професійної етики журналістів.

5. Журналістика та інформаційний порядок в суспільстві: гласність, плюралізм, інформаційна насиченість, інформаційна компетентність, гуманізм, пріоритет загальнолюдських цінностей, толерантність тощо.

## ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

**ТЕМА 1. Загальне уявлення про масову комунікацію. Природа та сутність масової інформації.**

Практичне заняття 1 (2 години).

*Завдання для роботи під час заняття:*

1. Знайти визначення поняття «інформація», «масова комунікація», порівняти кілька варіантів між собою та надати власне тлумачення того, що таке інформація та комунікація.

2. Знайти визначення понять «журналістика», «реклама», «піар», «пропаганда», «інформаційна війна», «чутки», порівняти між собою вказані поняття та знайти спільне і відмінне у відповідних явищах, записати спостереження у таблицю.

3. Написати і презентувати короткий роздум на тему «Які професійні навички повинні мати фахівці з масової комунікації і чому?».

ОЦІНЮВАННЯ: максимально – 4 бали.

**ТЕМА 2. Масова комунікація в інформаційному суспільстві.**

Практичне заняття 2 (2 години).

*Завдання для роботи під час заняття:*

1. Знайти визначення понять «інформаційне суспільство», «постіндустріальне суспільство», «суспільство знання», «постгуманітарне суспільство», «суспільство 4.0» порівняти між собою вказані поняття та знайти спільне і відмінне в них, записати спостереження у таблицю.

2. Навести приклади диджиталізації сучасного інформаційного простору.

3. Навести приклади глобалізації сучасного інформаційного простору.

4. Навести приклади мережовості сучасного інформаційного простору.

5. Навести приклади віртуалізації сучасного інформаційного простору.

ОЦІНЮВАННЯ: максимально – 4 бали.

### **ТЕМА 3. Масова комунікація як процес і результат.**

#### Практичне заняття 3 (2 години).

*Завдання для роботи під час заняття:*

1. Навести приклади масовокомунікаційних висловлювань, що вміщують наміри переконання, навіювання та маніпулювання. Пояснити свою позицію.

2. Навести приклади використання технологій масовокоумінкаційного впливу, представлених в інформаційному просторі: ефект ореолу, тенденційний підбір фактів, «отруйний сендвіч», «цукровий сендвіч», апеляція до свідка, коментар експерта, емоційний резонанс, буденна розповідь, ефект першості, хибна аналогія, принцип контрасту тощо.

ОЦІНЮВАННЯ: максимально – 4 бали.

### **ТЕМА 4. Моделі та ефекти масової комунікації.**

#### Практичне заняття 4 (2 години).

*Завдання для роботи під час заняття:*

1. Порівняти між собою моделі масової комунікації, визначити їхні принципові відмінності та схожості, подати порівняльний опис моделей масової комунікації у вигляді таблиці.

2. Навести приклади з інформаційного простору ефектів масової комунікації думки (реальні і прогнозовані).

3. Навести приклади з інформаційного простору ефектів масової комунікації дії (реальні і прогнозовані).

ОЦІНЮВАННЯ: максимально – 4 бали.

### **ТЕМА 4. Моделі та ефекти масової комунікації.**

#### Практичне заняття 5 (2 години).

*Завдання для роботи під час заняття:*

1. Знайти в інформаційному просторі повідомлення, що мають ознаки патогенності. Довести свою думку.

2. Скласти порадник для пересічного медіаспоживача щодо медіаекологічної поведінки в інформаційному просторі.

ОЦІНЮВАННЯ: максимально – 4 бали.

**ТЕМА 5. Уявлення про маси та масову аудиторію як адресата масової комунікації.**

Практичне заняття 6 (2 години).

*Завдання для роботи під час заняття:*

1. Описати себе як медіаспоживача.
2. Описати аудиторію одного ЗМІ (на вибір), довести свою думку.
3. Сформувати портрет сучасного активного споживача медіа.
4. Скласти перелік засторог, що має типовий медіаскептик, що мінімізує споживання медіапродукту.

ОЦІНЮВАННЯ: максимально – 4 бали.

**ТЕМА 6. Професійні сегменти масовокомунікаційної діяльності та місце журналістики у цьому полі.**

Практичне заняття 7 (2 години).

*Завдання для роботи під час заняття:*

1. Визначити та описати комунікаційні наміри і компетентність комуніканта у сфері журналістики, реклами, піару, пропаганди, інформаційна війні, публіцистики. Порівняти їх між собою та записати інформацію у вигляді таблиці.

2. Визначити та описати комунікаційні наміри і компетентність комуніката у сфері журналістики, реклами, піару, пропаганди, інформаційна війні, публіцистики. Порівняти їх між собою та записати інформацію у вигляді таблиці.

ОЦІНЮВАННЯ: максимально – 4 бали.

## **ТЕМА 7. Пражурналістика та власне журналістика.**

### Практичне заняття 8 (2 години).

*Завдання для роботи під час заняття:*

1. Знайти інформацію про «професії» тих, хто з давнини до початку ХІХ століття поширював інформацію. Подати у вигляді порівняльної таблиці інформацію про них.
2. Написати і презентувати короткий роздум на тему «Найважливіша функція журналістики та як її ефективно виконувати сьогодні».

ОЦІНЮВАННЯ: максимально – 4 бали.

## **ТЕМА 7. Пражурналістика та власне журналістика.**

### Практичне заняття 9 (2 години).

*Завдання для роботи під час заняття:*

1. Познайомитись із законодавчою базою діяльності ЗМІ (переглянути Закони України щодо інформаційної діяльності).
2. Записати у вигляді таблиці основні правові норми регулювання діяльності масмедіа.
3. Виписати законодавче тлумачення понять «інформаційна політика держави», «інформаційний простір», «інформаційні відносини», «ЗМІ».

ОЦІНЮВАННЯ: максимально – 4 бали.

## **ТЕМА 7. Пражурналістика та власне журналістика.**

### Практичне заняття 10 (2 години).

*Завдання для роботи під час заняття:*

1. Подати критерії, за якими ви оцінюєте інформацію від ЗМІ як товар.
2. Навести приклади існування громадянського суспільства в Україні чи іншій країні сьогодні.
3. Написати і презентувати короткий роздум на тему «Журналістика і свобода слова».

ОЦІНЮВАННЯ: максимально – 4 бали.

**ТЕМА 8. Масова комунікація та журналістика як поняття та об'єкт осмислення.**

Практичне заняття 11 (2 години).

*Завдання для роботи під час заняття:*

1. Скласти словник з основних понять науки про журналістику, пояснити свою позицію.
2. Прочитавши статтю В. Різуна щодо масової комунікації та соціальних комунікацій, записати у вигляді порівняльної таблиці схожі і відмінні риси обох різновидів комунікації.
3. Провести дискусію щодо відмінностей між масовою комунікацією та соціальними комунікаціями.

ОЦІНЮВАННЯ: максимально – 4 бали.

**ТЕМА 8. Масова комунікація та журналістика як поняття та об'єкт осмислення.**

Практичне заняття 12 (2 години).

*Завдання для роботи під час заняття:*

1. Зробити замальовки (наочне представлення) теорій масової комунікації: кулі, гейткіпера, двоступеневого потоку інформації, когнітивного дисонансу, спіралі мовчання, порядку денного тощо.
2. Знайти в інформаційному просторі приклади, що ілюструють ефективність тієї чи іншої теорії масової комунікації, аргументувати позицію.

ОЦІНЮВАННЯ: максимально – 4 бали.

**ТЕМА 9. Журналістика як система масмедіа.**

Практичне заняття 13 (2 години).

*Завдання для роботи під час заняття:*

1. Подати у вигляді порівняльної таблиці інформацію щодо складових системи ЗМІ: преса, радіо, телебачення, електронні медіа, інформагенції.

2. Навести приклади різних типів медіа та пояснити свою позицію.

3. Описати діяльність однієї організації, що входить до інфраструктури журналістики, довести позицію.

ОЦІНЮВАННЯ: максимально – 4 бали.

### **ТЕМА 10. Журналістика як творчо-виробнича діяльність.**

Практичне заняття 14 (2 години).

*Завдання для роботи під час заняття:*

1. Організувати і провести мозковий штурм для пошуку теми спецвипуску видання (самостійно визначити специфіку його інформаційної політики).

2. Оцінити мозковий штурм як технологію діяльності творчого колективу, аргументувати позицію.

3. Навести приклади з інформаційного простору використання в журналістиці наукового, художнього і публіцистичного типів творчої діяльності.

ОЦІНЮВАННЯ: максимально – 4 бали.

### **ТЕМА 10. Журналістика як творчо-виробнича діяльність.**

Практичне заняття 15 (2 години).

*Завдання для роботи під час заняття:*

1. Описати, якими якостями має бути наділений керівник редакції ЗМІ, аргументувати позицію.

2. Накреслити контент-план роботи редакції щоденного регіонального онлайн-медіа, пояснити його зміст.

3. Порівняти посади редакційного колективу з точки зору індивідуальних і колективних форм роботи, що вони передбачають, а також з точки зору можливості взаємозамінювання чи взаємодоповнювання при виконанні відповідних посадових інструкцій. Інформацію подати у вигляді таблиці.

ОЦІНЮВАННЯ: максимально – 4 бали.

## **ТЕМА 11. Інформаційна політика ЗМІ.**

### Практичне заняття 16 (2 години).

*Завдання для роботи під час заняття:*

1. Описати інформаційну політику одного з українських ЗМІ (на вибір), довести свою позицію.
2. Описати унікальні риси одного із українських ЗМІ (на вибір).
3. Викласти основні складові інформаційної політики ЗМІ вашої мрії та пояснити, чим така ідея вас приваблює.

ОЦІНЮВАННЯ: максимально – 4 бали.

## **ТЕМА 12. Результативність журналістики.**

### Практичне заняття 17 (2 години).

*Завдання для роботи під час заняття:*

1. Навести приклади дієвості журналістики.
2. Описати механізм роботи правила наближення інтересів аудиторії на прикладі інформаційних повідомлень різних ЗМІ.
3. Дізнатися про рейтинг кількох однотипних ЗМІ і надати оцінку підґрунтя відповідних показників (високий рейтинг/низький).
4. Навести приклади журналістської корпоративної солідарності.

ОЦІНЮВАННЯ: максимально – 4 бали.

## **ТЕМА 12. Результативність журналістики.**

### Практичне заняття 18 (2 години).

*Завдання для роботи під час заняття:*

1. Познайомитись із позицією Комісії із журналістської етики щодо засудження діяльності ЗМІ/журналіста як такого, що порушує кодекс журналістської етики. Дати своє тлумачення справи.

2. Знайти в ЗМІ приклади нетолерантного ставлення до когось, довести свою позицію.

ОЦІНЮВАННЯ: максимально – 4 бали.

## **ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ (ДЛЯ ОBOB'ЯЗКОВОГО ОПРАЦЮВАННЯ)**

### **ТЕМА 1. Загальне уявлення про масову комунікацію. Природа та сутність масової інформації.**

Знайти за відкритими джерелами визначення поняття «інформація» та «масова комунікація» та порівняти їхній зміст. Визначити основні властивості масової комунікації. Скористатися зокрема науковою та навчально-методичною літературою із списку літератури при виконанні завдання.

Знайти за відкритими джерелами визначення видів масової комунікації, порівняти їхній зміст. Визначити основні ознаки видів масової комунікації. Скористатися зокрема науковою та навчально-методичною літературою із списку літератури при виконанні завдання.

### **ТЕМА 2. Масова комунікація в інформаційному суспільстві.**

Знайти за відкритими джерелами визначення поняття «інформаційне суспільство» та порівняти їхній зміст. Визначити основні властивості інформаційного суспільства. Скористатися зокрема науковою та навчально-методичною літературою із списку літератури при виконанні завдання.

### **ТЕМА 3. Масова комунікація як процес і результат.**

Знайти за відкритими джерелами визначення видів масовокомунікаційного впливу та порівняти їхній зміст. Визначити основні ознаки видів масовокомунікаційного впливу. Скористатися зокрема науковою та навчально-методичною літературою із списку літератури при виконанні завдання.

### **ТЕМА 4. Моделі та ефекти масової комунікації.**

Знайти за відкритими джерелами визначення моделей масової комунікації та порівняти їхній зміст. Дати характеристику моделям масової комунікації. Скористатися зокрема науковою та навчально-методичною літературою із списку літератури при виконанні завдання.

### **ТЕМА 5. Уявлення про маси та масову аудиторію як адресата масової комунікації.**

Знайти за відкритими джерелами визначення поняття «маса» та «масова аудиторія» та порівняти їхній зміст. Дати характеристику типам мас. Скористатися зокрема науковою та навчально-методичною літературою із списку літератури при виконанні завдання.

### **ТЕМА 6. Професійні сегменти масовокомунікаційної діяльності та місце журналістики у цьому полі.**

Знайти за відкритими джерелами визначення поняття «компетентність комунікатора» та «наміри комунікатора» та порівняти їхній зміст. Дати характеристику видам масової комунікації з огляду на компетентність та наміри їхніх комунікаторів. Скористатися зокрема науковою та навчально-методичною літературою із списку літератури при виконанні завдання.

### **ТЕМА 7. Пражурналістика та власне журналістика.**

На основі відкритих джерел підготувати огляд явищ пражурналістики в історії людства. Дати визначення функцій пражурналістських явищ та функцій журналістики, порівняти їхній зміст. Скористатися зокрема науковою та навчально-методичною літературою із списку літератури при виконанні завдання.

Ознайомитися з нормативною базою діяльності ЗМІ, правовою регуляцією діяльності масмедіа. Зробити конспект основних вимог до роботи журналістики як системи масмедіа в сучасній Україні.

### **ТЕМА 8. Масова комунікація та журналістика як поняття та об'єкт осмислення.**

Знайти за відкритими джерелами визначення поняття «журналістика» та «журналістика як соціальний інститут» та порівняти їхній зміст. Дати характеристику явищу журналістики як соціального інституту. Скористатися

зокрема науковою та навчально-методичною літературою із списку літератури при виконанні завдання.

Ознайомитися з науковою літературою щодо вивчення журналістики та масової комунікації. Зробити конспект основних напрямів досліджень науки про журналістику та соціальні комунікації. Скористатися науковою та навчально-методичною літературою із списку літератури при виконанні завдання.

### **ТЕМА 9. Журналістика як система масмедіа.**

Знайти за відкритими джерелами визначення поняття «журналістика як система ЗМІ» та порівняти їхній зміст. Дати характеристику радіо, телебачення, преси, електронних медіа та інформагенції як складових системи ЗМІ. Скористатися зокрема науковою та навчально-методичною літературою із списку літератури при виконанні завдання.

Ознайомитися з науковою літературою щодо типологізації системи ЗМІ. Зробити конспект основних підходів до типологізації системи ЗМІ. Скористатися науковою та навчально-методичною літературою із списку літератури при виконанні завдання.

### **ТЕМА 10. Журналістика як творчо-виробнича діяльність.**

Знайти за відкритими джерелами визначення поняття «журналістика як творчо-виробнича галузь діяльності» та порівняти їхній зміст. Дати характеристику журналістики як творчо-виробничої галузі діяльності. Скористатися зокрема науковою та навчально-методичною літературою із списку літератури при виконанні завдання.

Ознайомитися з вимогами до складу редакційного колективу ЗМІ. Зробити конспект основних функціональних обов'язків працівників редакції ЗМІ. Скористатися науковою та навчально-методичною літературою із списку літератури при виконанні завдання.

## **ТЕМА 11. Інформаційна політика ЗМІ.**

Знайти за відкритими джерелами визначення поняття «інформаційна політика ЗМІ» та порівняти їхній зміст. Дати характеристику складових інформаційної політики медіа. Скористатися зокрема науковою та навчально-методичною літературою із списку літератури при виконанні завдання.

## **ТЕМА 12. Результативність журналістики.**

Знайти за відкритими джерелами визначення поняття «ефективність журналістики» та «дієвість журналістики» та порівняти їхній зміст. Дати характеристику ефективності та дієвості журналістики як функціональним можливостями масмедіа. Скористатися зокрема науковою та навчально-методичною літературою із списку літератури при виконанні завдання.

### **ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ**

1. Провести моніторингове дослідження провідних українських друкованих та онлайн масмедіа та дати характеристику їхній інформаційній політиці (3 ЗМІ на вибір здобувача).
2. Провести спостереження за споживача ЗМІ з найближчого оточення та описати досвід споживання масмедіа (3 варіанти на вибір здобувача).
3. Описати за допомогою відомих моделей та теорій масової комунікації три різних явища з інформаційного простору, пояснити сутність, закономірності та визначити ознаки кожного з них.

### **ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ У ГРУПАХ**

#### **I. Дискусія щодо універсальності теорій масової комунікації.**

1. Кожен учасник дискусії має підготувати стислу доповідь щодо продуктивності, прийнятності відомих йому теорій масової комунікації для здійснення опису найбільшої кількості конкретних випадків спілкування з

масовою аудиторією. Продумати аргументи та контраргументи.

2. Далі проводиться дискусія та визначається, яка позиція виявилася більш переконливою.

## **II. Дискусія щодо універсальності моделей масової комунікації.**

1. Кожен учасник дискусії має підготувати стислу доповідь щодо можливостей відомих йому моделей масової комунікації тлумачити найбільшу кількість конкретних випадків спілкування з масовою аудиторією. Продумати аргументи та контраргументи.

2. Далі проводиться дискусія та визначається, яка позиція виявилася більш переконливою.

## **III. Розробка інформаційної політики ЗМІ.**

1. Учасники розбиваються на дві групи, кожна з яких розробляє повноцінний план інформаційної політики онлайн ЗМІ, розрахованого на молодіжну активну аудиторію.

2. Далі проводиться дискусія, у ході якої порівнюються запропоновані варіанти інформаційної політики онлайн ЗМІ, розрахованого на молодіжну активну аудиторію, та визначається, який варіант є цікавішим та перспективнішим для реалізації.

## **КОНТРОЛЬНА РОБОТА ДЛЯ ЗДОБУВАЧІВ ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ**

1. Проаналізувати інформаційну політику двох різних друкованих ЗМІ (варіант – онлайн ЗМІ) України як концепцію їхньої інформаційної діяльності. Зробити співставний моніторинг за окремими показниками/критеріями аналізу.

Критерії аналізу: принципи рубрикації; проблемно-тематичні лінії ЗМІ; аудиторна орієнтація; територія розповсюдження; рекламна політика; взаємодія з іншими ЗМІ; жанрова палітра. Окрему увагу варто приділити висвітленню питання про виконання цим ЗМІ журналістських функцій, як їх тлумачить теорія журналістики.

2. Підготувати роздум на тему «Предмет дослідження журналістики – це...» та обґрунтувати свою позицію.

3. Порівняти обсяг понять «засоби масової інформації» та «засоби масової комунікації», визначити сутність кожного з феноменів та описати їхні спільні та відмінні характеристики, обґрунтувавши свою позицію.

4. Підготувати роздум на тему Чи можна ототожнювати поняття «масмедіа» і «журналістика» та обґрунтувати свою позицію.

5. Підготувати роздум щодо співвідношення обсягу понять «система масової комунікації» та «система засобів масової інформації».

6. Підготувати короткий огляд щодо взаємин інтернету та системи ЗМІ в інформаційному суспільстві.

## ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Інформація як феномен. Соціальна та масова інформація.
2. Поява та розвиток комунікації в історії людства.
3. Види масової комунікації.
4. Масова комунікація в умовах диджиталізації.
5. Масова комунікація в умовах глобалізації.
6. Масова комунікація в умовах мережовості.
7. Масова комунікація в умовах віртуалізації.
8. Масова комунікація як процес і результат.
9. Процес масової комунікації. Ланцюг Лассвелла,
10. Види масовокомунікаційного впливу.
11. Поняття про технології масовокомунікаційного впливу.
12. Арсенал та різновиди масовокомунікаційних технологій.
13. Моделі комунікації як трансмісії.
14. Модель експресивна, або ритуальна. Модель розголосу. Модель рецепції.  
Модель Шеннона-Вівера, модель Лотмана, модель Якобсона тощо.
15. Ефекти масової комунікації.
16. Загальні уявлення про медіаекологію та соціальний інжиніринг.
17. Патогенність інформаційного продукту та середовища.
18. Уявлення про маси та масову аудиторію як адресата масової комунікації.
19. Масова аудиторія як феномен: натовп, публіка, громадськість тощо.
20. Масові настрої, масові думки, масова поведінка.
21. Компетентність та наміри комуніканта як професіонала в масовій комунікації.
22. Відповідальність комуніканта та здатність прогнозувати результат масової комунікації.
23. Пражурналістика. Причини виникнення та історичні закономірності розвитку журналістики.

24. Сучасна журналістика як високотехнологічна галузь інформаційного обслуговування та забезпеченню життєдіяльності суспільства.
25. Класичні функції журналістики та їх сучасна динаміка.
26. Нормативна база діяльності ЗМІ.
27. Поняття «свобода преси» та «четверта влада» як відображення специфічного становища журналістики в суспільстві.
28. Інформація як товар.
29. Конкуренція ЗМІ та форми власності у сфері журналістської діяльності.
30. Зміст та об'єм поняття «журналістика».
31. Журналістика як соціальний інститут з визначеними функціями і можливостями в системі інших соціальних інститутів. Чотири теорії преси.
32. Журналістика як предмет наукового осмислення.
33. Історія науки про масову комунікацію та журналістику.
34. Масова комунікація VS соціальні комунікації.
35. Основні теорії масової комунікації: кулі, двоступеневого потоку інформації, когнітивного дисонансу, спіралі мовчання, порядку денного тощо.
36. Преса, радіо, телебачення, електронні медіа, інформаційні агенції в структурі масмедіа.
37. Типологічна структура ЗМІ: аудиторна орієнтація, проблемно-тематичне наповнення, сфера розповсюдження тощо.
38. Тенденції розвитку сучасних ЗМІ (монополізація, інтернаціоналізація, уніфікація, комерціалізація тощо).
39. Інфраструктура журналістики: технічна, інформаційна, організаційно-керуюча.
40. Журналістика як творчо-виробнича діяльність.
41. Журналістика як галузь творчої праці.
42. Творча діяльність як засіб здійснення функцій журналістики.
43. Журналістика як технологічний процес.
44. Продуктивні та репродуктивні методи роботи, рутинний та творчий фактори діяльності в журналістиці.

45. Типи творчості, що використовуються журналістиці: науковий, художній, публіцистичний.
46. Редакторський, авторський та організаторсько-керівний тип журналістської творчості.
47. Редакція як творчий колектив.
48. Індивідуальні та колективні форми творчої праці. Взаємодоповнювання та взаємозамінюваність.
49. Сутність поняття «інформаційна політика ЗМІ» та складові інформаційної політики медіа.
50. Система проблемно-тематичних ліній медіа.
51. Результативність журналістики.
52. Поняття дієвості та ефективності як різновидів результативності журналістики щодо виконання її функцій.
53. Правило наближення інтересів.
54. Принципи журналістики.
55. Загальне уявлення про масову комунікацію.
56. Професіоналізм у масовокомунікаційному спілкуванні.
57. Масова комунікація в інформаційному суспільстві.
58. Моделі масової комунікації.
59. Ефекти масової комунікації думки та ефекти дії.
60. Масовізація/масифікація як тенденція і ознака культури XX та XXI століть.
61. Сегментація та розпад масової аудиторії. Процес демасифікації.
62. Масова комунікація як галузь професійної діяльності.
63. Дослідження масової комунікації та журналістики.
64. Комунікаційна специфіка видів масової комунікації: журналістика, реклама, піар, пропаганда, інформаційна війна, публіцистика тощо.
65. Журналістика та громадянське суспільство.
66. Журналістика в системі економічних та політичних відносин суспільства.
67. Термінологія журналістикознавства та основні категорії науки про журналістику.

68. Теорії масової комунікації та журналістики.

69. Журналістика як система масмедіа.

70. Соціальна відповідальність журналіста, правдивість та об'єктивність, корпоративна солідарність.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна

1. Закон України «Про друковані засоби масової інформації». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12#Text> (дата звернення 20.10.2024)
2. Закон України «Про інформацію». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення 20.10.2024)
3. Іванова О. А. Бренд-журналістика та криза класичної парадигми журналізму. *Діалог: Медіастудії*. 2021. Вип. 27. С.52-82. URL: <http://dms.onu.edu.ua/article/view/251396>
4. Іванова О. А. Управління громадською думкою в умовах інформаційного суспільства: стратегічний підхід. *Діалог: Медіастудії*, 2018. Вип. 24. С. 8-41.
5. Іванова О., Мойсеєва О. Журналістика рішень як рішення для регіональної журналістики. 20 вересня 2021. URL: <https://idpo.org.ua/articles/4286-zhurnalistika-rishen-yak-rishennya-dlya-regionalno%20d1%97-zhurnalistiki.html> (дата звернення 20.10.2024)
6. Іванова О., Мойсеєва О. Місцева преса: посібник для ЗМІ. Як регіональним журналістам працювати за часів нових медіа та кризи демократії. Київ, 2019. 232 с.

### Додаткова

7. Квіт С. М. Масові комунікації. Київ, 2008. 206 с.
8. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів, 2010. 538 с.
9. Почепцов Г. Г. Від покерів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ, 2017. 260 с.
10. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підручник. Київ, 2008. 260 с.

### **Електронні інформаційні ресурси**

1. Наукова бібліотека ОНУ імені І. І. Мечникова. URL: <http://lib.onu.edu.ua/ua/elektronnaa-biblioteka/> (дата звернення 20.10.2024)
2. Одеська національна наукова бібліотека. URL: <http://biblioteka.od.ua/> (дата звернення 20.10.2024)
3. Одеська обласна універсальна наукова бібліотека. URL: <http://odnb.odessa.ua/> (дата звернення 20.10.2024)
4. Офіційний сайт факультету журналістики, реклами та видавничої справи. URL: [http:// fj.onu.edu.ua/library/](http://fj.onu.edu.ua/library/) (дата звернення 20.10.2024)

## РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ ЗДОБУВАЧІ

### Методи навчання

- словесні (лекція, пояснення),
- робота з науковим матеріалом, монографіями, статтями, підручниками (під керівництвом викладача, самостійна робота здобувачів),
- проєктна діяльність,
- кейс-стаді.

### Методи контролю

#### *Форми поточного контролю:*

- усна відповідь на практичному занятті;
- доповнення на практичному занятті;
- дискусія;
- письмова творча робота;
- письмова аналітична робота.

Здобувач повинен активно працювати на занятті, включатись в обговорення питань, що піднімаються, відповідати на питання викладача, аргументувати свою позицію, за що він отримує бали.

**Підсумковий контроль:** результати опанування дисципліни підсумовуються викладачем з урахуванням балів, набраних здобувачами за виконання домашніх завдань та відповідей на практичних заняттях.

Поточний контроль												Підсумковий контроль	Сума балів
Змістовий модуль №1					Змістовий модуль №2			Змістовий модуль №3					
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	28	100
4	4	4	4+4	4	4	4+4+4	4+4	4	4+4	4	4+4		
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6		

T1, T2 ... T12 – теми змістових модулів.

Набрати бали за кожною темою здобувачі можуть на практичному занятті (18 занять по 4 бали кожне), або відповівши на запитання за темою (12 тем по 6 балів кожна).

Підсумковий контроль за дисципліною – іспит. Іспит складає здобувач, який виконав усі обов'язкові види робіт, які передбачаються навчальною програмою дисципліни, та під час опанування дисципліни набрав 35 і більше балів.

Для здобувачів, які набрали впродовж семестру сумарно меншу кількість балів, ніж мінімум для іспиту (60), допускається перескладання за темами лекційних, практичних занять чи самостійної роботи.

Оцінка за національною шкалою	Теоретична підготовка	Практична підготовка
	Здобувач освіти	
Відмінно	вміє самостійно знаходити, аналізувати, систематизувати та відтворювати інформацію; виказує глибоку обізнаність з предметом вивчення; апелює до прочитаної літератури, глибоко та всебічно осягає навчальний матеріал, виявляє ознаки творчого осмислення соціальнокомунікаційних практик та технологій	спираючись на здобуті знання, здобувач в повній мірі реалізує поставлені перед ним навчальні завдання, глибоко розуміється на змісті навчальної дисципліни; демонструє високий рівень виконання практичних завдань під час самостійної роботи
Добре	достатньо добре опановує навчальний матеріал, правильно використовує термінологію; доволі вдало узагальнює та систематизує навчальну інформацію, але припускається незначних порушень аналітичного рівня	правильно виконує надані завдання, з незначними помилками; має стійкі навички застосування набутих знань та умінь для осмислення тенденцій розвитку сучасної сфери масових комунікацій та створення власного медіапродукту
Задовільно	володіє навчальним матеріалом на достатньому для оцінювання рівні, проте допускає суттєві логічні, фактологічні та мисленні помилки; знає переважну більшість понять навчального матеріалу; має труднощі із формуванням висновків	практичні навички розвинуті на елементарному рівні, правильно виконує близько половини завдань; має ускладнення щодо використання набутих знань до базових вимог щодо діяльності майбутнього журналіста, реклміста, піарника

Незадовільно з можливістю повторного складання	робить значні помилки під час відтворення інформації, висуває необґрунтовані та безсистемні твердження, що свідчать про відсутність загальної системи знань з навчального предмету	має ускладнення під час виділення суттєвих ознак вивченого, демонструє відсутність причинно- наслідкового зв'язку теоретичного та практичного матеріалу, виконує завдання на критично низькому кількісному або якісному рівні
Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не опанував обсяг навчального матеріалу	здобувач не здатний до самостійного виконання навчальних завдань

Навчальне видання

**ФУНДАМЕНТАЛЬНА ПІДГОТОВКА З ФАХУ**

Методичні вказівки та завдання до практичних занять  
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
спеціальності 061 «Журналістика»

**Укладач:**

**Іванова Олена Андріївна**

*В авторській редакції*

Підписано до друку. 30.10.2024. Формат 60x90/16.

Обсяг 1,92 ум. друк. арк.

Папір офсетний. Гарнітура «Times New Roman».

Наклад 100 прим. Зам. № 24055

**Видавець і виготовлювач**

**С. Л. Назарук**

Україна, 65009, м. Одеса, вул. Фонтанська дорога, 10

Тел.: 050 905 23 77. E-mail: selen\_odessa@ukr.net

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 7024 від 23.12.2019 р.