

Київський міжнародний університет

Затверджено

Вченою радою

Київського міжнародного університету

Протокол №7 від 26 лютого 2018 року

ПРОГРАМА
фахового вступного випробування
для абітурієнтів, які вступають на навчання
за другим (магістерським) рівнем
зі спеціальності 061 “Журналістика”
галузі знань 06 «Журналістика»

ПРОГРАМА
фахового вступного випробування
для абітурієнтів, які вступають на навчання
за другим (магістерським) рівнем
зі спеціальності 061 “Журналістика”
галузі знань 06 «Журналістика»

ВСТУП ДО СПЕЦІАЛЬНОСТІ

Тема 1. Предмет і завдання курсу. Вступ. Журналістика як сфера професійної діяльності

Журналістика як сфера професійної діяльності. Предмет і завдання курсу. Структура курсу. Література до курсу. Пошук літератури в бібліотеках та читальних залах. Конспектування лекцій та першоджерел. Порядок проведення семінарських занять і виконання самостійних завдань, курсових робіт та проходження практики.

Тема 2. Історія виникнення і розвитку журналістики

Пражурналістські явища. Досягнення Гутенберга. Перші часописи Європи, Росії, України. Подальший розвиток преси. Поява радіо. Поява телебачення. Поява Інтернету. Формування системи засобів масової інформації.

Тема 3. Творчий потенціал журналіста

Складові творчого потенціалу журналіста. Основні риси та складові журналістської праці. Особистісні фактори. Освіта та самоосвіта журналіста.

Тема 4. Творчий процес в журналістиці

Пошук теми. Збір матеріалу. Вибір жанру. Створення тексту. Застосування образних засобів.

Тема 5. Журналістика і сучасне суспільство

Сучасні особливості розвитку преси. Розширення кола джерел одержання інформації. Журналістика як ланка суспільно-політичної системи та чинник соціального розвитку. Преса в системі соціального управління. Використання на практиці положень законодавства про пресу. Основні проблеми сучасної української журналістики. Взаємодія і взаємовиключення журналістики з іншими сферами.

Тема 6. Сучасне світове і українське журналістикознавство

Про теорію журналістики. Дослідницькі центри, видатні вчені, напрями досліджень та форми наукової діяльності. Досягнення сучасного журналістикознавства.

Тема 7. Особливості журналістської творчості

Проблематика і жанровість журналістської творчості. Факт, вимисел і домисел у журналістській творчості. Засоби, прийоми та особливості стилю викладу. Оперативність та актуальність публікацій.

Специфіка мови і стилю матеріалів для преси, телебачення і радіомовлення. Досвід кращих журналістів у використанні жанрів: відображення процесів, що відбуваються у суспільстві. Практичні рекомендації щодо вибору критеріїв та засобів творчого процесу.

Тема 8. Основи редакційного менеджменту

Основні параметри редакційної діяльності. Склад редакції. Редакція ЗМІ – системні ознаки. Редактор та його заступники. Права і обов'язки редакційної колегії. Функції секретаріату. Відділи та їх обов'язки. Журналіст-репортер, його особливості. Наукові засади організації роботи редакції. Впровадження електронно-технічних засобів у практику творення видання. Основи редакційного маркетингу, досвід зарубіжних видань та українські реалії.

Тема 9. Журналістика і аудиторія

Форми і методи зв'язків редакції з читачами, слухачами, глядачами. Листи до редакції і робота з ними, використання у засобах масової інформації. Роль листів у творчості журналістів. Інтерактивні засоби спілкування. Роль опитування у функціонуванні ЗМІ. Практика проведення масових заходів з аудиторією – конкурси, зустрічі, вікторини, “круглі столи”, в'їзні засідання редакцій.

ІСТОРІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ ХІХ – ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ

Тема 1. Вступ. Журналістський процес в Україні на початку ХІХ ст. (1812-1848 рр.)

Періодизація становлення та розвитку української преси у ХІХ столітті:

I. 1812–1848 рр. – від часу появи “Харьковского еженедельника”, “Харьковского Демокрита”, “Украинского вестника” до виходу “Зорі Галицької” у Львові. Преса переважно російськомовна, хоча тематично тяжіє до українських проблем;

II. 1848–1905 рр. – українська преса в Західній Україні швидко зростає, тоді як на Наддніпрянщині майже цілком занепадає, незважаючи на короткочасні видання 1861–1863 рр., а заступають їх тут альманахи, збірники тощо). Це часи найлютіших цензурних заборон та утисків для національної, зокрема й української періодики Росії;

III. 1905–1914 рр. – від пореволюційного відродження преси на східних землях до заборони її царським урядом з початком Першої світової війни. Переможний ріст преси у всій Україні;

IV. 1914-1917 рр. – занепад української преси внаслідок війни та інших репресій, пробудження хвилі національних видань після Лютневої революції – різних за політичними принципами, ухилами, програмами. Суть основних цензурних статутів та указів впродовж ХІХ – початку ХХ ст. (1804 р., 1826 р., Валуєвський циркуляр 1863 р., Емський указ 1876 р., 1881 р., “Временные правила о печати” 17 жовтня 1905 р. тощо). Облога заборон українського слова й друку, визначених заявою міністра внутрішніх справ Росії П. Валуєва (1863): “... Никакого малороссийского языка не было, нет и быть не может...”

Тема 2. Історія української преси як предмет наукового вивчення. Зародження журналістики в Україні

Історія української преси. Її особливості та взаємозв'язок із історико-філологічними та культурологічними дисциплінами. Сучасний стан вивчення історії української журналістики. “Білі плями” в осмисленні історико-журналістського процесу в Україні впродовж ХІХ – початку ХХ ст.

Українська періодика та україніка у світовому контексті. Українська преса Поволжя, Уралу, Кубані, Закавказзя, Далекого Сходу, у Росії та в еміграції (США, Канада, Аргентина, Бразилія, Австралія, Західна Європа та інші місця масового проживання українців на чужині) як вияв національно-визвольних ідей, культурно-мистецьких пошуків та історико-наукових досліджень.

Тема 3. Періодичні видання 1812-1825 рр.

Цензурний закон 1804 р. – передача цензури професорським комітетам вищих навчальних закладів. Відкриття першого в Україні університету в Харкові (1805) як науково-культурного та громадського центру Слобожанщини. Заснування цивільної друкарні (1805), постійного книжкового магазину (1812), активізація видавничої справи. Поява та поширення літературно-мистецьких об'єднань, наукового філотехнічного товариства у Харкові, клубів та постійного театру.

Ініціатори та перші видавці української періодики у Харкові – І. Срезневський, Г. Успенський, В. Маслович, Р. Гонорський, А. Нахімов, Є. Філомафітський, П. Гулак-Артемівський, А. Вербицький, О. Склабовський, Г. Квітка-Основ'яненко та ін.

“Украинский журнал” (1824–1825): історія його створення, редагування П. Гулаком-Артемівським та О. Склабовським. Програма журналу – від історії, науки й мистецтва до

новин у хліборобстві, торгівлі, промисловості та інших відомостей про Україну. Увага до поетичної та прозової творчості.

Тема 4. Альманахи і збірники 30-40-х рр. XIX ст.

Альманах як тип неперіодичного журнального видання. Розквіт альманахів у Росії та їх вплив на подібні видання в Україні, поширення в Харкові, Одесі, Києві.

“Украинский альманах” (1831, Харків) І. Розковшенка та І. Срезневського. Історія видання. Українська тематика в альманасі. Питання розвитку науково-літературної критики. Перші переклади творів О. Пушкіна й А. Міцкевича українською мовою. Участь поета Л. Боровиковського в “Українському альманасі”. Публікація народних пісень і дум. Спроба перетворити альманах на друкований періодичний орган.

“Утренняя звезда” (1833–1834, Харків) І. Петрова – найвидатніший в Україні альманах 30-х рр. Участь Г. Квітки-Основ'яненка у виданні. Твори І. Котляревського та П. Гулака-Артемівського. Перші праці українською мовою Г. Квітки-Основ'яненка та Є. Гребінки. Порушення питання про характер і напрямок української літератури (“Супліка до пана іздателя” Г. Квітки-Основ'яненка).

Тема 5. Київ та Одеса як нові центри журналістського руху в Україні

Перші періодичні видання в Одесі у 20-х рр. XIX ст. французькою мовою (“Messaget de la Russie meridionale”, “Troubadour d’Odessa”, “Gournal d’Odessa”, паралельні видання газет “Gournal d’Odessa” та “Одесский вестник” (1827). “Одесский вестник” як одна із найкращих газет Росії за багатством та оперативністю інформації, поліграфічним оформленням. Зарубіжні повідомлення, створення мережі власних кореспондентів за кордоном. Зацікавлення українськими справами (театр на півдні Росії, мандрівні українські трупи, видання “Енеїди” І. Котляревського у Харкові, нарис про життя Г. Сковороди тощо).

Одеські альманахи 30–40-х рр. XIX ст.: “Подарок бедным: Одесский альманах” (1831, 1834–1840), “Альціон” (1848), “Литературные вечера” (1849). Зацікавлення українською історією та етнографією (публікації І. Андріївського, М. Маркевича, В. Григор’єва, Л. Якубовича та ін.). Виступи діячів української культури (Є. Гребінки, М. Максимовича, О. Чужбинського).

Активізація видавничої справи у Києві, викликана створенням університету (1834) та розширенням друкарської бази. Досвід журналістської роботи М. Максимовича (автор “Московского телеграфа”, “Литературной газеты”, “Молвы”, видавець альманаху “Денница” (1830–1834). Перші спроби заснування місцевих газет (“Киевские новости” (1835), “Киевская газета” (1837) та цензурні переслідування.

Тема 6. Зародження журналістики в західноукраїнських землях

Суспільно-політичні та культурно-національні передумови появи журналістики в Галичині на початку XIX ст. українською мовою. Характеристика цього періоду у статтях І. Франка (“Критичні письма о галицькій інтелігенції”, “Нариси з історії української літератури в Галичині”). Визвольні ідеї в Галичині. Традиції місцевої преси французькою та польською мовами. Вплив міжслов’янських взаємин та зв’язків із Східною Україною на становлення галицької журналістики.

Рукописний альбом “Русская зоря” (1833) як збірник афоризмів літературно-філософського спрямування. Цензурна справа історико-літературно-фольклорного альманаху “Зоря, писемце, посвященное рускому языку” (1834) у підготовці “Руської трійці” (М. Шашкевич, І. Вагилевич, Я. Головацький).

Публіцистична майстерність М. Шашкевича в обороні національних інтересів українського народу в Австро-Угорщині, пробудженні національно-визвольних прагнень галицької молоді. Ода “Голос галичан” та брошура “Азбука і Abecadlo” М. Шашкевича у справі відстоювання української культури, літератури та рідної мови.

Тема 7. Українська журналістика 1848–1905 рр.

Перші кроки українського друку в Західній Україні. Згуртування політичних сил українців у “Руську Раду головну”. Її періодичний орган – перший український політичний часопис “Зоря Галицька” (1848–1857) за редакцією А. Павенцького.

Відозва-маніфест як програма цього видання: дбати про добро і щастя свого народу, боротися за свою мову, видавати часописи, поширювати книги “в язиці руськім”, захищати права своєї нації. Згуртування кращих представників літературного, наукового й політичного життя Галичини і (Я. Головацький, А. Могильницький, Й. Лозинський, Й. Левицький, І. Гушалевич, М. Устиянович та ін.). Боротьба між “Зорею Галицькою” та полонізованим політичним товариством “Собор руський” і його виданням “Дневник руський”.

Виникнення просвітніх товариств “Галицько-руської матиці” та “Собору учених”. Поява нових інформаційно-політичних та літературних видань (“Галичо-руський вестник” М. Устияновича, “Вестник” І. Головацького, “Новини” та “Пчола” І. Гушалевича).

Тема 8. Публіцистика Тараса Шевченка

Пожвавлення суспільно-політичних та національних змагань в Україні у 50-ті рр. XIX ст. Кирило-Мефодіївське братство та його значення для розвитку передової громадської думки. “Книги буття українського народу” як програмовий публіцистично насичений твір товариства. Поширення ідей утопічного соціалізму. Політична реакція та розгром товариства. Посилення цензурного й національного тиску в Росії та Австро-Угорщині на початку 50-х рр. XIX ст.

Постать Т. Шевченка в колі демократів 40–50-х рр. XIX ст. Публіцистичність “Дневника” та інших творів. Передмова до окремого видання поеми “Гайдамаки” (1841) – звернення до передплатників “Панове субскрибенти”. Історичне джерело твору, заклик до єднання і братання на рідній землі: погляд на мову, літературу й призначення митця.

Передмова до “Кобзаря” (1847) – літературно-естетична декларація Т. Шевченка. Заклик до патріотизму, народності, життєвої правди, активної діяльності на рідній ниві. Висміювання патріотів-хуторян. Проблема: митець і народ.

Тема 9. Преса в східноукраїнських землях 50-90-х рр. XIX ст.

Тяжкі наслідки для громадсько-національного життя ліквідації Кирило-Мефодіївського братства. Порожнеча в літературно-журналістському житті кінця 40-х - поч. 60-х рр.

Перший український рукописний часопис “Самостійне слово” (1854-1856) – спроба студентів-українців Київського університету відновити видання.

Придушення українського слова в пресі. Поодинокі публікації у неофіційних відділах “Черниговских губернских ведомостей” за редагуванням О. Шишацького-Ілліча.

Національне відродження українського суспільства в другій пол. 50-х рр. XIX ст. Виникнення “Громад” народно-просвітницького характеру, спроби організації громадянства на ґрунті культурної та наукової праці.

Перша ластівка літературно-наукового руху цього часу – збірка “Записки о Южной Руси” (1856-1857, Петербург) П. Куліша. Порушення питання про самостійність української мови, подача цікавих історичних документів. Перша публікація поеми “Наймичка” Т. Шевченка (без підпису) та передмова від видавця. Відгук на цей збірник Т. Шевченка, мрії поета про постійне періодичне видання “на кшталт журналу”. Взаємини П. Куліша й Т. Шевченка на ниві видавничої діяльності.

Тема 10. Преса в Західній Україні (1860-1905)

Два напрямки у розвитку української преси: москвофільський, староруський та народовський, радикальний. Літературно-політичний часопис “Слово” (1861-1887), його виникнення, суспільно-національне обличчя, передплата, додатки, редакція та співробітники, зміст видання, оцінка; стаття М. Чернишевського “Національна

нетактовність” та полемічна брошура “Слово на слово до редактора “Слова”. Продовжувачі “Слова” (“Пролом”, “Новий пролом”, “Червоная Русь”, “Галицкая Русь”, “Галичанин”).

Народження української народовської преси. Створення організації “Молода Русь” (Ф. Заревич, К. Климкович, В. Шашкевич та ін.). Поєднання ідей національно-культурного відродження з соціально-економічним визволенням на сторінках “Вечерниць” (1862-1863). Політично-літературний вісник “Мета” (1863–1865) під керівництвом К. Климковича. Листування з Марком Вовчком, публікація її “Листів з Парижа” (уривків). Кволість молодих сил українського відродження. Літературно-науковий часопис “Нива” (1865) за редакцією і видання проф. К. Горбала як “орган письменського розвою”. Літературний часопис “Русалка” (1866) за редакцією В. Шашкевича. Перші сатирично-гумористичні часописи в Західній Україні (“Клепайло” А. Вахнянина, “Гомін” (“Фірман”, “Жельман”) О. Партицького, “Дукля”, “Кропило”, “Страхопуд” Й. Ливчака та ін.).

Український селянський часопис “Батьківщина” (1879-1889) з ініціативи та стараннями Ю. Романчука. Редакторство М. Павлика (1888).

Тема 11. Українська преса 1905-1914 рр.

Розвиток української періодики в Східній Україні. Революційні події 1905 р. в Росії як поштовх до появи української преси рідною мовою. Маніфест 17 жовтня 1905 р. – шлях до свободи друку.

Газета “Хлібороб” (1905-1906) – перший національний часопис українською мовою в Східній Україні. Патріотично-революційний зміст видання. Надзвичайна популярність.

Нові правила про друк 24 листопада 1905 р. Спроби української громадськості дістати формальний дозвіл на видання українських часописів (Є. Чикаленко, Б. Грінченко, С. Єфремов, М. Дятлов та ін.).

Об’єднання передових сил навколо першої щоденної української газети “Громадська думка” (1905-1906) за редакцією Ф. Матушевського. Участь у виданні С. Єфремова, Б. Грінченка, О. Маковея, В. Доманицького та ін. Публікації В. Самійленка, В. Винниченка, П. Капельгородського та ін. Репресії і закриття “Громадської думки”. Газета “Рада” (1906-1914) як спадкоємець попереднього часопису. Служіння принциповим питанням українства, захист громадських та політичних інтересів України. Активна співпраця М. Грушевського, С. Петлюри, Б. Грінченка, С. Єфремова, О. Олеся, С. Васильченка та ін. “Рада” як дзеркало українського життя на всіх землях, формування національної думки. Прихильники видання, відгуки.

Тема 12. Українська преса в роки Першої світової війни

Введення військового становища та військової цензури з початком військових дій. Припинення більшості українських видань на всіх етнографічних землях. Окремі видання цього часу: місячник “Основа” (1915, Одеса), “Слово” (1915, Харків), “Гасло” (1915, Харків), “Боротьба” (1915, Київ), “Тепла роса” (1916, Москва) та деякі інші. Єдині вцілілі часописи – “Рідний край” (Київ, Гадяч) Олени Пчілки та “Украинская жизнь” (Москва). Придушення українства на західних землях.

Українські видання на бойових фронтах. Преса Українських Січових Стрільців (“Вісник пресової квартири УСС”, “Бомба”, “Самопал”, “У.С.С.”, “Тифусна одноднівка”). Видавнича і пресова діяльність Союзу визволення України, його офіційний орган “Вісник СВУ”. Поява преси полонених українців у таборах Австро-Угорщини та Німеччини (“Метелик” та “Розвага” у Фрайштадті; “Громадська думка” і “Просвітній листок” у Вецлярі; “Вільне слово”, “Нова зоря” й “Селянин” у Зальцведелі; “Розсвіт” у Раштаті та ін.). Участь у цій пресі П. Карманського, Б. Лепкого, О. Терлецького, З. Кузелі, В. Сімовича, В. Бахталовського, А. Жука та ін.

Українська преса за кордоном: “Боротьба” у Женеві, “Робітничий прапор” у Софії. Необхідність інформування чужинців про українські змагання. Виникнення преси іншими мовами – німецькою (“Ukrainisches Korrespondenzblatt” та “Ukrainische Nachrichten” у Відні), французькою (“La Revue Ukrainienne” в Лозанні), англійською (“The Ukraine” в Лозанні) та угорською (“Ukraina” в Будапешті).

ІСТОРІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ ХХ-ГО СТОЛІТТЯ

Тема 1. Історія української журналістики ХХ ст. Предмет та завдання курсу

Загальне поняття про історію української журналістики ХХ століття як нормативний курс у системі дисциплін професійної підготовки спеціалістів. Предмет курсу – історичний досвід засобів масової інформації України, що хронологічно охоплює період з лютого 1917 р. до наших днів. Завдання курсу – вивчення закономірностей становлення і розвитку диференційованої системи журналістики в Україні та за межами етнографічних земель.

Тема 2. Українська журналістика початку ХХ ст. і доби Центральної Ради

1917 рік і пробудження в Україні могутнього національного руху. Падіння Російської монархії. Амністія політичних в'язнів. Проголошення свободи слова, друку. Закон про пресу. Легалізація партій та їхньої журналістики. Темпи її розбудови. Українські видання у Петрограді та Москві. Доба Центральної Ради.

Початок диференціації друкованої продукції: загальнополітичні, галузеві, інформаційні видання. Перші часописи для жінок. Українські літературно-мистецькі журнали: “Літературно-Науковий Вісник” (ЛНВ), “Книгарь”, “Шлях”, сатиричні – “Гедзь”, “Будяк”. Динаміка розвитку в пресі ідеї побудови незалежної української держави. Декрети про пресу. Закриття українських російськомовних газет, опозиційних новому режиму, конфіскація їхньої матеріально-технічної бази, репресії щодо журналістів.

Тема 3. Преса в роки боротьби за українську державність

Гетьманщина. Зміни в структурі преси. Активізація Української партії соціалістів-самостійників (УПСС). Газета “Самостійник” (Київ) та місцеві видання. Створення загальнополітичних позапартійних видань та спільних друкованих органів різних партій. Газета “Відродження” (Київ), “Нова громада” (Харків), “Трибуна” (Київ). Нові літературні видання “Універсальний журнал” і “Зоря”. Сатиричний журнал “Реп’яхи”.

Період Директорії і заключного етапу громадянської війни. Зміна політичної ситуації в Україні після гетьманщини і сформування уряду Директорії відновленої УНР. Характеристика ідеологічних платформ, тематичних напрямків періодичних видань, їх стильової та жанрової різноманітності. Аналіз творчості провідних публіцистів: С. Єфремова, А. Ніковського, А. Річицького, М. Авдієнка, Є. Касьяненка, С. Пилипенка, Г. Хиценка.

Тема 4. Українська преса в роки непу та українізації (1921-1930 рр.)

Утвердження на початку 20-х років монополії більшовицької партії на владу. Необхідність переходу до нової економічної політики. Преса в умовах непу. Створення Головліту і запровадження ним з класових позицій режиму заборон, контролю за усім і друкованим словом. Дискусії з приводу “Теорії боротьби двох культур”. Українізація (коренізація) партійних і державних апаратів та преси, досягнення й недоліки.

Активна участь місцевих громадських діячів у створенні громад, об’єднань, партій та їхніх друкованих органів. Видання Волинського Українського Національно-Демократичного Об’єднання: газети “Громада”, “Українська громада”, “Наш світ”. Близькі до них тижневики “Народний вісник” та “Досвітня зоря”. Серед яскраво виражених націоналістичних часописів – газета “Дзвін”, орган Української народної партії. Політичні та матеріальні труднощі для організації друкованих видань на Буковині. Зміцнення першої газети соціал-демократів “Робітник” (з 1925 р. – “Боротьба”). Організація власних видань хліборобською партією (“Хліборобська правда”, “Хліборобське слово”). Створення щоденної газети “Час”.

Тема 5. Українська преса за межами держави

Підтримка світової української громадськості національно-революційного руху на своїй історичній батьківщині. Галичина. Видавнича діяльність Загальної Української Ради.

Газети “Українське слово”, “Діло”, “Свобода”, журнал “Шляхи” та ін. Видання Української радикальної партії: щоденні газети “Народ”, “Республіка”, “Нове життя”, тижневик “Воля”.

Українська преса Волині, Буковини, Закарпаття, Кубані, Московщина, Подоння, Сірого та Зеленого Клинів, Кавказу, Прибалтики, Білорусії, Західної Європи, Америки.

Тема 6. Журналістика України 30-х років

Рік “великого перелому”. Формування і зміцнення авторитарної адміністративно-командної системи. Розвиток системи ЗМІ в напрямку ідеологічного забезпечення концепції будівництва соціалізму. Заходи зміцнення преси для реалізації партійних директив. Журнал “Молодняк”, “Літературна газета”, “Радянська література”, “Критика”, “Театр”. Згорання і кінець українізації преси. Збільшення обсягу радіомовлення. Створення Українського радіокомітету (УРК). Організація обласних радіокомітетів. “Актуальні передачі” “останніх вістей”. Налагодження координації в діяльності преси і радіо.

Зародження “механічного” телебачення в Україні. Преса як ідеологічний інструмент насильницького руйнування непу, прискорення індустріалізації, масової колективізації. Соціально-політичні умови розвитку преси в Галичині. Газета “Діло” – лідер галицької журналістики. Пропагандистська діяльність Українського Національно-Демократичного Об’єднання (УНДО) (газета “Свобода”) та близьких до нього груп. Видання ОУН: “Наш клич”, “Голос нації”, “Авангард”.

Тема 7. Українська журналістика під час Другої світової війни (1939-1945 рр.)

Зміцнення авторитарного режиму в СРСР, повне підпорядкування журналістики вимогам адміністративно-командної системи. Запровадження радянського режиму на землях Західної України. Депортація української інтелігенції. Закриття існуючих газет. Створення мережі партійно-радянських видань. Перебудова засобів масової інформації у зв’язку з початком Великої Вітчизняної війни. Регламентація діяльності фронтових кореспондентів, працівників фронтової і тилової преси. Евакуація засобів інформації за межі України. Газети “Комуніст” (“Радянська Україна”), “Література і мистецтво”, “За радянську Україну”, “Партизанська преса”, альманахи “Партизанський край”, “Україна в огні” у роки війни. Діяльність ЗМІ прифронтових районів і міст-героїв. Інформаційна і пропагандистська діяльність українських радіостанцій ім. Т. Г. Шевченка (Саратов), “Радянська Україна” (Москва), “Дніпро” (Фронтowa радіостанція). Легальна і нелегальна українська преса на окупованій території. Газети “Волинь” (Рівне), “Українське слово” (Київ) та ін.; їхнє значення у домаганнях українського народу своєї незалежності. Ставлення фашистів до української преси в різні періоди окупації.

Публіцистична діяльність провідних українських письменників, журналістів на фронтах, у тилу та на окупованій території.

Тема 8. ЗМІ першого повоєнного десятиліття

Використання адміністративно-командною системою політичної та організаторської сили журналістики для залучення широких верств населення до невтомної праці у відбудові зруйнованого господарства. Необґрунтовані репресії, насильницьке переселення цілих народів. Реакція на ці факти. Посилення ідеологічної роботи. Новий виток російського націоналізму – прославлення всього російського. Впровадження лисенківщини. Кампанія розгрому генетики та інших “буржуазних” наук. Посилення ідеологічного тиску на західноукраїнське населення. Створення негативного образу “бандерівця” як злісного ворога українського народу. Ліквідація нелегальної преси загонів УПА та підпілля ОУН.

Відновлення і зміцнення газетної та журнальної періодики. Створення нових республіканських (“Колгоспне село”, “Радянський селянин” – для Західної України) та обласних газет, збільшення їхнього обсягу, створення редколегій. Розв’язання проблеми підготовки і перепідготовки журналістських кадрів. Організація факультетів журналістики у Київському і Львівському державних університетах. Відродження створених тоталітарною

системою у довоєнний період методів масової роботи редакцій та форм подачі матеріалів: виїзні редакції, рейди, пости, огляди тощо. Творчість провідних українських публіцистів.

Тема 9. Доба лібералізації суспільства

Початок рішучих змін в основах організації суспільного життя, закладений ХХ з'їздом партії. Спроби зламати командно-бюрократичні методи управління, надати їм більше динамізму, ствердити гуманістичні ідеали й цінності. Короткочасність періоду “відлиги”. Причини повернення на старе. Сповзання преси на підтримку волонтаризму, сприяння відродження нового культу особи. Зародження дисидентського руху в Україні. Роль шістдесятників у десталінізації суспільства “шляхом повернення до правди”. Межі лібералізації. Перший похід реакції на літературну молодь.

Подальший розвиток ЗМІ, їхньої структури. Створення нових республіканських видань: “Робітнича газета”, “Патріот батьківщини”, “Вісті з України” та ін. Запровадження українського відділення агентства “Новости” (АПН – інформаційного органу громадських організацій, відкриття обласних інформаційних агентств). Розширення інформаційних можливостей республіканського радіомовлення і телебачення. Жанрова палітра публіцистики. Спроби реального відображення життя у проблемних нарисах, статтях, аналітичних кореспонденціях.

Тема 10. Преса періоду соціально-економічного та політичного застою

Поступовий перехід преси від проведення лінії нового уряду на економічні реформи через їх замовчування до посилення твердого диктаторського політичного курсу та нестерпності влади до проявів вільнодумства.

Традиційне висвітлення в ЗМІ виконання п'ятирічних планів, будівельних робіт на великих підприємствах, косметичної реорганізації управління господарством.

Прихована і явна русифікація українського населення, ігнорування визнаних міжнародних угод про права людини. Дисидентський правозахисний рух як протиставлення ідеологіям марксизму та крайнього націоналізму – нове явище в історії політичної думки в Україні. Переслідування дисидентів, ув'язнення і вислання за межі України. Нова хвиля еміграції.

Зміцнення єдиної суворо ієрархованої структури ЗМІ. Створення нових вечірніх газет, видань міськкомів партії, збільшення газетних тиражів. Розширення і поліпшення радіомовлення, його технічне переоснащення. Створення інформаційно-музичної програми “Промінь”.

ОСНОВИ ТЕОРІЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Тема 1. Вступ. Предмет і мета курсу

Основи теорії журналістики як навчальна дисципліна, її теоретичні та наукові засади. Предмет вивчення – журналістика з усіма її складовими. Мета курсу – висвітлити зміст основних понять та основні проблеми теорії журналістики, розкрити її зміст та наукове обґрунтування. Ознайомити з літературою, присвяченою основам теорії журналістики.

Тема 2. Засоби масової інформації і суспільство

Визначення понять “засоби масової інформації” та “засоби масової комунікації”. Характеристика інформаційного потоку. Журналістика як система, складові системи ЗМІ країни, регіону, її підсистеми, їхнє місце і роль у житті суспільства. Типи і види засобів масової інформації. Журналістика як засіб соціального управління і самоуправління суспільства, методи її участі у економічних, політичних та соціальних процесах. Стан журналістики у світі (порівняльні дані й характеристика). Типологія українських ЗМІ. Форми і методи діяльності засобів масової інформації. Поняття регіонального, національного, світового інформаційного простору. Новітні засоби інформаційної діяльності.

Тема 3. Законодавчі, правові та етичні норми діяльності засобів масової інформації

Історичні аспекти правового регулювання масовоінформаційної діяльності. Основні законодавчі акти незалежної української держави, держави, присвячені засобам масової

інформації, їх зміст і характеристика. Права та обов'язки журналістів. Свобода слова як неодмінна умова існування засобів масової інформації та журналістики. Конституція України, 15 основних законів про інформацію, пресу, телебачення і радіомовлення, рекламу, видавництва та інші, їх основні положення. Інші законодавчі акти, їх положення щодо діяльності правових органів. Шляхи вирішення конфліктних ситуацій. Проблеми правозастосування в Україні щодо ЗМІ. Відмінності українського, європейського та американського законодавств щодо ЗМІ. Етичні норми журналістської діяльності. Основні вимоги Кодексу професійної етики журналіста. Знайомство з кодексами журналістської етики Європи, США, України. Чотири теорії преси.

Тема 4. Свобода журналістики та її прояви

Конституція України про свободу слова і заборону цензури. Основні характерні риси свободи творчості діяльності журналіста. Історичні моменти існування цензури і боротьба журналістів з цензурою. Розвиток українського друкованого слова в умовах цензури. Свобода журналістської діяльності. Свобода творчості, її складові. Перешкоди на шляху свободи журналістики та правовий захист журналіста. Негативні явища і факти переслідування та заборони журналістики, засобів масової інформації. Висновки та рекомендації щодо активізації свободи слова в українській журналістиці. Матеріали обговорення проблеми свободи слова у Верховній Раді України.

Тема 5. Основні принципи журналістики

Принципи та їх місце і роль в журналістиці. Історичний досвід визначення принципів журналістики у різних типах суспільства. Погляди київської та московської наукових шкіл на проблеми принципів журналістики. Стан вивчення й узагальнення основних принципів у сучасній теорії журналістики. Визначення і аналіз основних принципів журналістики: об'єктивності та гуманізму на основі загальнолюдських цінностей. Складові принципу об'єктивності: науковість, точність, достовірність, правдивість, діалектичність, історизм, прогностичність тощо. Складові принципу гуманізму: вірність ідеалам гуманізму, справедливість, демократизм, народність, законність, етичність, патріотизм, гуманістичний потенціал релігій та ін. Аналіз та приклади висвітлення цих процесів у журналістській діяльності. Дотримання цих принципів у журналістиці.

Тема 6. Основні функції журналістики

Функції та їх місце і роль у журналістській діяльності. Характеристика особливих функцій, їх прояви у практиці засобів масової інформації: дієвості, соціально-організаторських, ціннісно-орієнтаційних, інформаційно-пізнавальних, культурно-естетичних, комунікативно-психологічних, аналіз та практичні висновки для подальшої журналістської творчої діяльності. Реалізація основних функцій журналістики у практиці ЗМІ.

Тема 7. Особливості журналістської творчості

Проблематика і жанровість журналістської творчості. Факт, вимисел і домисел у журналістській творчості. Засоби, прийоми та особливості стилю викладу. Оперативність та актуальність публікацій.

Специфіка мови і стилю матеріалів для преси, телебачення і радіомовлення. Досвід кращих журналістів у використанні жанрів: відображення процесів, що відбуваються у суспільстві. Практичні рекомендації щодо вибору критеріїв та засобів творчого процесу.

Тема 8. Основи редакційного менеджменту

Основні параметри редакційної діяльності. Склад редакції. Редакція ЗМІ – системні ознаки. Редактор та його заступники. Права і обов'язки редакційної колегії. Функції секретаріату. Відділи та їх обов'язки. Журналіст-репортер, його особливості. Наукові засади організації роботи редакції. Впровадження електронно-технічних засобів у практику

творення видання. Основи редакційного маркетингу, досвід зарубіжних видань та українські реалії.

Тема 9. Журналістика і аудиторія

Форми і методи зв'язків редакції з читачами, слухачами, глядачами. Листи до редакції і робота з ними, використання у засобах масової інформації. Роль листів у творчості журналістів. Інтерактивні засоби спілкування. Роль опитування у функціонуванні ЗМІ. Практика проведення масових заходів з аудиторією – конкурси, зустрічі, вікторини, “круглі столи”, в'їзні засідання редакцій.

ТЕОРІЯ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Тема 1. Масова комунікація як сфера професійної діяльності.

Вихідні поняття теорії масової комунікації. Характеристики процесу комунікації. Функції комунікації.

Тема 2. Масовість інформації та комунікації.

Фази комунікативного процесу. Поняття інформації, її види. Напрямки передачі інформації. Способи виробництва інформації і оперування нею. Поняття масової інформації. Ознаки масового характеру інформації. Поняття масової комунікації. Сутність понять, цілісність, трансляційність, програмність, концептуальність, дискретність ЗМІ.

Тема 3. Масова комунікація як специфічний різновид комунікації

Форми комунікації та перспективи для їхнього аналізу. Кількісні характеристики комунікації. Види комунікації. Перерозподіл функцій масової комунікації. Масова комунікація як різновид комунікації. Типологія взаємин влади та комунікаційних систем.

Тема 4. Типологія комунікацій

Природа комунікаційного процесу і можливості її дослідження. Одновекторність і багатовекторність комунікацій. Моделі комунікації. Аспекти комунікативного процесу

Тема 5. Моделі аналізу комунікації: теоретичний аналіз розвитку системи масової комунікації

Три рівні комунікаційної культури. Інформаційне суспільство та його ознаки. Конвент-аналіз продукції масової комунікації.

Тема 6. Організація ефективного спілкування масової комунікації

Умови успішної комунікації. Мовленнєві тактики. Соціально-обумовлені і етноспецифічні фактори забезпечення успішної комунікації. Фактори специфіки і бізнес-комунікації.

Тема 7. Міжнародні комунікації

Поняття міжнародних комунікацій. Процес глобалізації в міжнародних комунікаціях як сучасний феномен розвитку ЗМК. Дисперсність і дивергентність системи масової комунікації. Інформаційні технології в період глобалізації. Інтернаціональні мульти-медіа – конгломерати. Міжнародні проекти: вплив на громадську думку.

Тема 8. Міжнародні організації в галузі масової комунікації

Україна та її місце в системі міжнародних комунікацій. Проблеми входження України в світовий інформаційний простір. Концепція розвитку інформаційних систем у державі.

ЗАРУБІЖНА ЖУРНАЛІСТИКА

Тема 1. Концептуальні засади та зміст курсу. Соціокультурні та геополітичні фактори розвитку ЗМІ

Предмет і завдання курсу. Основні поняття. Журналістика як соціальний інститут і вид соціокультурної діяльності. Загальна характеристика ЗМІ у світі. Вітчизняна і зарубіжна

преса. Національна, транснаціональна і світова (глобальна системи) засобів масової інформації. Етнонаціональний і соціально-політичний аспекти становлення системи масової інформації в державі. Зовнішні і внутрішні детермінанти функціонування національної журналістики як соціальної системи.

Специфіка регіонального, субконтинентального і глобального рівнів діяльності ЗМІ.

Тема 2. Історичні етапи розвитку світової журналістики. Журналістика країн Європи: історичні традиції і сучасність

Основні періоди еволюції журналістики. Преса в стародавні часи і середньовіччя. Друковані засоби інформації в епоху Відродження. Становлення і розвиток національних газетно-журнальних видань XVII–XVIII ст. Удосконалення, диференціація і розширення системи періодичної преси XIX – поч. XX ст.: світові тенденції. Особливості розвитку ЗМІ в XX ст. Європейські традиції газетно-журнальної преси та їх вплив на становлення преси на інших континентах. Історія і сучасний стан журналістики окремих європейських країн. Загальна характеристика сучасних ЗМІ на європейському континенті.

Тема 3. Історія і сучасний стан журналістики в Росії

Російська преса XIX – поч. XX ст. і європейський контекст. ЗМІ Росії в умовах тоталітаризму. Трансформація суспільства (перехід до демократії і ринкової економіки) і становлення нових форм журналістської діяльності. Монополізація та модернізація преси, радіомовлення і телебачення Росії та їх вплив на розвиток ЗМІ в країнах СНД.

Тема 4. Засоби масової інформації країн Північної Америки

Історичні закономірності розвитку преси США і Канади XIX – XX ст. Преса, телебачення і радіомовлення країн Північної Америки на сучасному етапі: структура, інформаційний потенціал.

Головні газетно-журнальні та радіотелевізійні корпорації. Загальнонаціональна та регіональна преса.

Тема 5. Преса, телебачення і радіомовлення країн Латинської Америки

Історія і особливості сучасного розвитку журналістики в Латинській Америці. Залежність від північноамериканських монополій. Національна специфіка розвитку преси, радіомовлення і телебачення в окремих країнах континенту. Роль ЗМІ в політичному, економічному та культурному житті латиноамериканських країн.

Тема 6. Журналістика країн Африки. Журналістика Австралії та Океанії

Руйнування колоніальної системи і початок становлення національної преси в Африці. Боротьба за політичну та економічну незалежність і розвиток засобів масової інформації на африканському континенті (ЮНЕСКО). Транснаціональні монополії слова в Африці. ЗМІ арабських країн. Специфіка розвитку преси в Австралії та Океанії. Найвпливовіші газети, радіо і телекорпорації на континенті. Високий рівень концентрації преси в Австралії: причини і наслідки. Провінційна і “приміська” періодична преса. Тенденції до монополізації ЗМІ в республіках Океанії.

Тема 7. Засоби масової інформації країн Азії.

Особливості розвитку журналістики в Азії. Проблема неписьменності та її вплив на ситуацію в сфері засобів масової інформації. Нерівномірний характер розвитку преси, телебачення та радіомовлення в різних країнах і регіонах Азії. ЗМІ провідних країн Азії.

Тема 8. Сучасні тенденції становлення і розвитку зарубіжних ЗМІ. Зарубіжні інформаційні агентства

Науково-технічна революція і ЗМІ. Комунікаційний “вибух” та явище “інформаційного голоду”. Газетно-видавничі монополії. Міжнародні організації в сфері ЗМІ. Роль і функції міжнародних організацій ЗМІ. ООН та ЮНЕСКО і розвиток ЗМІ на планеті. Світові журналістські організації. МОЖ. МФЖ. ОІРТ. Світові організації

інформаційних агентств. “Велика шістка” світових інформаційних агентств. Національні агентства. Об’єднання (пули) інформаційних агентств. Пул інформаційних агентств, що не приєдналися (НАПМАК).

Тема 9. Типологія друкованих видань за рубежом. Перспективи розвитку ЗМІ: світові тенденції

Принципи організації системи періодичної преси. Централізація і регіональність. Види і типи газет. Тижневик як тип видання. “Елітарна” і “масова” преса. Журнали: їх місце і роль у структурі друкованих видань.

Характерні особливості розвитку зарубіжних ЗМІ в сучасних умовах та можливості їх прогнозування. Перспективні моделі функціонування засобів масової інформації в розвинутому суспільстві. Нове політичне мислення та видозміни в ЗМІ. Перспективи розвитку технічного арсеналу світової журналістики.

СОЦІОЛОГІЯ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Тема 1. Структура та зміст соціології масової комунікації

Об’єкт та предмет вивчення соціології масової комунікації. Загальна формула масової комунікації Г.Д.Лассвелла, її складові. Завдання та методи соціології масової комунікації. Історія розвитку соціології масової комунікації. Зв’язок соціології масової комунікації з журналістикою. Масова комунікація як соціальне явище. Масова комунікація як об’єкт соціологічного дослідження. Історія соціології масової комунікації. Соціологія масової комунікації як наука.

Тема 2. Загальне поняття про соціологію

Визначення соціології як науки. Соціологія у колі інших наук. Історія розвитку соціологічних знань. Структура соціологічного знання: теоретична соціологія; теорія середнього рівня; емпірична соціологія. Основні функції соціології. Соціальні та соціологічні дослідження. Організація і проведення конкретно-соціологічного дослідження. Методи відбору та обробки інформації. Логіка проведення соціологічного дослідження. Об’єкт, предмет, мета та завдання соціологічного дослідження. Одиниці спостереження, їх типологізація. Роль гіпотези у соціологічному дослідженні. Стратегічні плани дослідження: розвідувальний, аналітичний та експериментальний.

Тема 3. Соціологія громадської думки і журналістика

Історія дослідження громадської думки. Поняття „громадська думка”. Соціологія громадської думки. Суб’єкт та об’єкт громадської думки. Динаміка формування громадської думки. Взаємозалежність індивідуальних та громадських думок. Чинники, що впливають на формування громадської думки: тип суспільства, ступінь розвитку демократичних свобод. Динаміка громадської думки. Вплив засобів масової комунікації на громадську думку. Роль ЗМК у формуванні громадської думки.

Тема 4. Соціологічні методи дослідження ЗМК

Поняття про соціологічні методи. Методологія, методика і техніка соціологічних досліджень. Теоретичні і емпіричні методи. Властивості соціологічних методів. Поняття опитування. Переваги та недоліки соціологічного опитування. Опитування, його види: анкетування та інтерв’ювання. Отримання достовірної інформації. Специфіка складання соціологічної анкети. Основні фази опитування. Типи запитань.

Поняття спостереження. Переваги та недоліки соціологічного спостереження. Види соціологічного спостереження: включене та невключене, відкрите та приховане (інкогніто), формалізоване та неформалізоване, польове та лабораторне. Етапи проведення соціологічного спостереження. Вимоги до складання програми спостереження.

Поняття експерименту як соціологічного методу. Переваги та недоліки соціологічного експерименту. Різновиди експерименту.

Тема 5. Контент-аналіз – формалізований метод дослідження документів

Історичні етапи розвитку контент-аналізу. Історичні витoki контент-аналізу. Напрями дослідження методу контент-аналізу (60-і–80-і роки). Контент-аналітичні дослідження в Англії, Франції, Німеччини.

Етапи й процедура контент-аналізу. Вибір категорій аналізу. Дослідження проведенe в 20-і роки ХХ століття М.Уїллі. Виділення одиниць аналізу, їх джерела. Дослідження американських соціологів. Квантифікація й інтерпретація даних дослідження. Математичні методики і моделі. Методика «випадків, що збігаються» Ч. Осгуда. Категорія оцінки в контент-аналізі. Структура оцінки. Елементи структури оцінної рамки. Методика аналізу преси в аспекті оцінності. Види оцінки. Методика дослідження оцінки парламентської діяльності.

Тема 6. Традиційна методика дослідження структури і змісту масової комунікації.

Визначення документа як об'єкта аналізу соціології масової комунікації. Поняття змісту документів, класифікація документів для проведення соціологічного дослідження. Надійність і достовірність документів. Загальні методи аналізу документів (класичні, журналістський, історичний, літературний, лінгвістичний методи).

Тема 7. Соціологічне вивчення комунікатора

Місце видавничих органів у системі ЗМК. Тріада діяльності видавця: мета – засіб – результат. Редакційний колектив і його специфіка. Комунікатор як об'єкт соціологічного дослідження. Керівництво органами масової комунікації. Основні напрямки вивчення комунікатора. Взаємовідношення комунікатора з іншими складовими комунікаційного процесу. Основні напрямки вивчення комунікатора. Соціологічні дослідження творчого процесу журналіста. Комунікатор і аудиторія. Позаштатні автори. Листи як об'єкт соціологічного дослідження. Соціологічна служба редакції. Соціологічні лабораторії при ЗМК: їхні цілі, методи, шляхи розвитку.

Тема 8. Соціологічні дослідження аудиторії засобів масової комунікації

Розвиток конкретних соціологічних досліджень аудиторії. Історія вивчення аудиторії. Сутність аудиторії. Її характеристики, основні форми і типи. Реальна і потенційна аудиторія. Спеціалізована і масова аудиторія. Цільова аудиторія. Специфіка аудиторії окремих ЗМК. Напрямки вивчення аудиторії. Методи вивчення аудиторії: опитування, загальні та спеціалізовані інтерв'ю, поштова анкета, пресова анкета, анкета експерта, щоденникові опитування, групова співбесіда, спостереження, вивчення листів, соціально-психологічний експеримент.

МОНІТОРИНГ ЗМК

Тема 1. Масова комунікація як соціальна категорія

Поняття та статус масової комунікації. Засоби масової комунікації. Статус мас-медіа. Напрями вивчення масової комунікації. Парадигма тотального впливу. Парадигма ефектів масової комунікації. Двоступенева модель масової комунікації. Сучасні тенденції розвитку медіа. Комерційна модель медіа.

Тема 2. Традиційна методика дослідження змісту масової комунікації

Визначення документа як об'єкта аналізу соціології масової комунікації. Поняття змісту документів. Класифікація документів. Класифікація документів для проведення соціологічного дослідження. Надійність і достовірність документів. Загальні методи аналізу документів. Журналістський аналіз тексту. Історичний метод. Літературний та лінгвістичний методи.

Тема 3. Цінності та символи у масовій комунікації

Взаємодія цінностей та символів у масовій комунікації. Ціннісна інтерпретація текстів у контент-аналізі. Триступенева інтерпретація документів. Цінності політичної

свідомості. Мета й завдання контент-аналітичних досліджень. Можливості якісно-кількісного аналізу. Зіставлення контент-аналізу з якісними методами.

Тема 4. Історичні етапи розвитку методу контент-аналізу

Історичні витoki контент-аналізу. Напрями дослідження методу контент-аналізу (60-і – 80-і роки). Утилітарно-прагматичний, психолінгвістичний, соціально-критичний методи. Контент-аналітичні дослідження в Англії, Франції, Німеччині. Розвиток контент-аналізу в СРСР.

Тема 5. Загальні характеристики процесу контент-аналізу

Об'єкт контент-аналітичного дослідження Предмет контент-аналізу. Надійність, достовірність та валідність контент-аналізу. Проблема вибірки.

Тема 6. Етапи й процедура контент-аналізу

Вибір категорій аналізу. Виділення одиниць аналізу. Квантифікація й інтерпретація даних дослідження. Медіа у сучасному світі. Комунікація без комунікації. Медіа та публічна сфера. Сутність і можливості контент-аналізу. Характеристика контент-аналізу як методу. Типи та види аналізу змісту.

Тема 7. Українська політична преса у виборчій кампанії

Поняття політичної комунікації. Політична преса. Політичні інститути. Політичні суб'єкти. Політичні партії. Каталог проблем у пресі: самостійність вибору. Каталоги цінностей у пресі. Публічні оцінки політичних інститутів.

Тема 8. Економічні орієнтації у пресі

Економічні орієнтації у пресі. Ринкові реформи. Контроль над економікою. Іноземні інвестиції. Державний сектор. Бізнес-сфера. Модернізація.

Тема 9. Моніторинг системи відповідностей у пресі

Традиціоналістський консерватизм. Ліберальний прагматизм. Неоконсервативні тенденції.

РЕКЛАМА ТА ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Тема 1. Реклама та PR. Сутність понять

Місце рекламних та PR-технологій в системі масової комунікації. Місце реклами та PR в системі взаємодії ЗМІ з громадськістю. Реклама та PR в умовах професійної діяльності журналіста. Концептуальні розбіжності в рекламних та PR-технологіях. Агітація, пропаганда, маркетинг як технології впливу на свідомість громадськості: спільне та відмінності (в порівнянні з рекламою та PR).

Тема 2. Реклама та рекламна діяльність

Етапи рекламної діяльності. Класифікація реклами на основі: її видів; способів передачі інформації; методів поширення; характеру емоційного впливу; характеру взаємодії; інтенсивності; предмету рекламування; цілей; соціальних сфер; типів рекламодавців; форми використання носіїв та охоплення споживчої аудиторії.

Тема 3. Класифікація реклами на основі етапів життєвого циклу товару. Маркетингові дослідження

Етапи життєвого циклу товару. Рекламні кроки на 1, 2, 3 та 4 етапі. Зміни в характері ринку продавців, споживачів та покупців на кожному з етапів. Види споживачів та покупців. Поняття маркетингових комунікацій і їхня відповідність різним етапам життєвого циклу товару. Стратегія ті цілі маркетингових комунікацій на різних етапах. Поняття маркетингових досліджень. Класифікація маркетингових досліджень за рівнем аналізу, об'єктами дослідження, методами збирання первинної інформації. Кількісні та якісні дослідницькі методи в маркетингу. Поняття анкети та вимоги до анкет в маркетингових

дослідженнях. Поняття генеральної та вибіркової сукупності в маркетингових дослідженнях. Якісні методи та їхні характеристики: фокус-групи, глибинне інтерв'ю, спостереження.

Тема 4. Позичування товару на ринку

Поняття позиціонування товару. Врахування психологічної структури особистості при визначенні методів реклами і позиціонуванні товару на ринку. Стратегії позиціонування. Поняття рекламного креативу. Три складові успішної рекламної кампанії: слогін, імідж лідера, створення перемагаючої географічної коаліції. Процес сегментації споживацької аудиторії. Три основні теорії позиціонування товару на ринку: Теорія УТП Россера Рівса, Теорія іміджу Девіда Огілві, Теорія позиціонування Джека Траута і Россера Рівса.

Тема 5. Рекламне звернення

Рекламні звернення в друкованих ЗМІ. Рекламне звернення як засіб трансформації цілей рекламодавця. 2 стадії рекламних звернень. Макет рекламного звернення і сценарій. Етапи процесу створення рекламних звернень. Зв'язок змісту рекламних звернень та результатів маркетингових досліджень. Поняття уточнень у рекламних зверненнях. Правила складання тексту рекламного звернення. Особливості побудови телевізійного рекламного продукту. Кольорове оформлення рекламного звернення. Особливості аудіореклами. Характеристика рекламних звернень згідно з Законом України про рекламу.

Тема 6. Композиція та елементи рекламного звернення

Композиція рекламного звернення. Можливі змісти рекламних звернень. Заголовок, його функція в рекламному зверненні.

Слоган як структурна та змістовна одиниця в рекламному зверненні. Мотивація та аргументи як складова рекламного слогана. Поняття ключового слова, види ключових слів. Групи слоганів.

Зав'язка, інформаційний блок, додаткова інформація в рекламному зверненні.

Тема 7. Рекламна кампанія

Цілі рекламної кампанії. Види реклами за роллю в рекламній кампанії. Імідж-реклама, стимулююча реклама, реклама стабільності. Характеристика видів реклами і каналів поширення. Медіа-планування. План рекламної кампанії: отримання загальних відомостей про рекламодавця, визначення стратегічних цілей, термінів проведення рекламної кампанії, цільової аудиторії, формування бюджету, створення плану рекламних заходів. 1-й етап РК: розробка товарного знаку та фірмового стилю. 2-й етап – технології директ-мейл. 3-й етап - організація некомерційних звернень. 4-й етап – друкована реклама. 5-й етап – реклама в пресі. 6-й етап – телереклама. 7-й етап – радіореклама. 8-й етап – виставки. 9-й етап – зовнішня реклама. 10-й етап – спонсорство.

Методика підбиття підсумків рекламної кампанії.

Тема 8. Робота рекламної агенції та відділів реклами. Перспективні напрямки рекламної діяльності

Структура рекламної агенції. Критерії роботи рекламної агенції. Перспективні напрямки рекламної діяльності: брендинг, напрямки створення брендингу. Директ-маркетинг. Реклама в Інтернет. Реклама в зовнішньоекономічній діяльності. Рекламне законодавство України.

Тема 9. Паблік Рілейшнз: значення, зміст, історія становлення

Визначення та зміст PR. Громадськість та громадська думка. PR – мистецтво порозуміння. Роль PR в сучасному українському суспільстві. Значення використання PR-діяльності в суспільних процесах для ефективного керування ними. Становлення PR як галузі знань та сфери діяльності: Перікл. Томас Джеферсон. Сем Блек. Психологічні та соціологічні засади PR.

Тема 10. Комунікація в PR

Основи комунікації в PR. Вербальні комунікації в PR. Публічні виступи. Цілі публічного PR-виступу. Правила складання текстових матеріалів для виступів. Створення новин спеціалістом PR з метою впливу, здивування, набуття відомості особою, створення конфлікту або драматизації події. Невербальні комунікації. Поняття комунікативно-дистанційних зон. Інтер'єр приміщення, використання невербальних знаків та символів, створення обстановки спілкування.

Тема 11. Робота з різними групами громадськості

PR як явище масової комунікації. Масові комунікації та засоби масової інформації. Робота фахівця PR з представниками ЗМІ: інформаційні агенції, преса, радіо, телебачення. Організація та проведення інтерв'ю, моніторинг ЗМІ, робота з пресою. Підготовка матеріалів для преси. Специфіка розміщення матеріалів в пресі. Жанри інформаційної публіцистики: репортаж, інтерв'ю замітка, звіт, виступ. Жанри аналітичної та художньої публіцистики: бесіда, огляд, коментар, кореспонденція, нарис, замальовка, есе, памфлет. Організація та проведення прес-конференцій, відеоконференцій, створення фільмів, роликів. Фільм та аудіовізуальні засоби в PR. Відео-нюз-реліз. Інтернет в PR. Формування та моніторинг громадської думки засобами Інтернету.

Тема 12. Засоби внутрішньоорганізаційних комунікацій та взаємини з державою і місцевою громадськістю

Демократизація управління як основний фактор внутрішньоорганізаційних комунікацій. Внутрішній PR. Листки новин. Управлінські комунікації. Внутрішнє відео. Інтернет як засіб внутрішньоорганізаційних комунікацій. Безпосередні комунікації з керівництвом. Чутки.

Тема 13. Менеджмент Паблік Рілейшнз

Теоретичні основи та методи організації служби PR, планування PR-кампаній, формування проблем та знаходження шляхів їхнього вирішення. Взаємодія PR-підрозділів з різними групами громадськості та ЗМІ. Організація роботи PR-відділів установ, PR-агенцій, PR-відділів ЗМІ.

Тема 14. Паблік Рілейшнз в багатонаціональному середовищі

Глобалізація і PR. рівні культури: національний, регіональний, глобальний. Етноспецифіка рекламних та PR -комунікацій. Поняття адаптації PR-повідомлення для різних національних та культурних спільнот.

Тема 15. Рекламний та PR -проект: можливості взаємодії

Промо-кампанія, підготовка системи рекламних та PR-акцій. Зв'язок між ними, закономірності використання. Медіа-планування. План рекламної кампанії: отримання загальних відомостей про рекламодавця, визначення стратегічних цілей, термінів проведення рекламної кампанії, цільової аудиторії, формування бюджету, створення плану рекламних заходів. PR-кампанія, вироблення стратегії, створення креативної ідеї, слоганів, текстів звернень в різних жанрах. Логіка поєднання рекламних та PR-технологій.

ПРОБЛЕМАТИКА ЗМІ

Проблематика ЗМІ як елемент змісту журналістського твору

Тема 1. Концептуальні засади та зміст курсу

Проблематика ЗМІ як елемент змісту журналістського матеріалу, що певною мірою визначає творчий процес. Предмет і завдання курсу. Структура курсу. Загальна характеристика проблемно-тематичних напрямків періодичного видання, програми. Проблема з точки зору рівня соціальної реальності, протяжності у часі, націленості публікацій. Три аспекти аналізу проблематики: змістовий, функціональний і соціально-оціночний. Література до курсу. Пошук літератури в бібліотеках та читальних залах. Конспектування лекцій та першоджерел. Порядок проведення семінарських занять, виконання самостійних завдань, написання курсових робіт.

Політична та економічна проблематика

Тема 2. Політична проблематика

Політична журналістика. ЗМІ як один з найважливіший чинників розвитку політичної системи. Динаміка розвитку ролі ЗМІ в політичних процесах. Принципи об'єктивності, гласності, демократизму ЗМК. Свобода слова. Роль та місце ЗМІ у відносинах між громадянським суспільством та правовою державою. Політична комунікація та політична журналістика. Співвідношення між журналістськими та політичними полями. Політична журналістика в новітній історії України. Преса і електорат: специфіка взаємовідносин. Політична кампанія у пресі. Постановка політичної проблеми та окреслення шляхів її розв'язання у ЗМІ. Фактори ефективності впливу журналістського тексту. Сучасна українська політична портретистка. Політична журналістика в інформаційному суспільстві.

Тема 3. Проблемно-жанрові особливості аналізу і підготовки матеріалів з економічної тематики

Історія та тенденції розвитку економічної преси. Суспільні функції економічної журналістики. Українська спеціалізована економічна преса. Економічна проблематика на сторінках загальнонаціональних ЗМІ. Основні напрямки економічної політики України на шпальтах суспільно-політичних видань. Фінанси. Підприємництво. Інвестування. Сільське господарство. Нерухомість. Пільгове оподаткування. Проблеми роздержавлення. Переділ власності. Рейдерство. Захист споживачів. Методи і прийоми висвітлення економічних тем. Джерела економічної інформації. Написання економічних текстів для різних типів видань.

Екологічна проблематика

Тема 4. Проблемно-жанрові особливості аналізу та підготовки матеріалів на теми екології

Актуальність проблеми захисту навколишнього середовища. Розвиток екологічної журналістики. Деградаційний антропогенний вплив на природу. Основні чинники екологічного лиха в Україні. Урбанізація. Екологічні проблеми міста. Екологічна небезпека воєнних дій. Запобігання ядерній катастрофі. Забруднення довкілля відходами хімічної та 20ро. видів промисловості. Марнотратне ставлення до природних ресурсів. Проблеми заповідних територій. Міжнародні конфлікти через стан навколишнього середовища. Жанрові форми та мовностилістичні прийоми масово інформаційної діяльності у висвітленні екотематики. Використання термінології в екологічних матеріалах.

Тема 5. Медіаекологія

Екологія ноосфери. Патогенний текст. Медіанасильство: психологічна привабливість зла; романтизація насильства; екранний тероризм; аргументи прихильників екранного насильства; метафізичний вимір насильства; профілактика.

Наука та інновації

Тема 6. Наука і техніка

Інноваційні технології. К-суспільство (Knowledge society). Фундаментальні дослідження у галузі найважливіших проблем природничих, суспільних та гуманітарних наук. Проблеми демографічної політики, розвитку людського потенціалу і формування громадянського суспільства. Збереження навколишнього середовища і стабільний розвиток. Новітні біотехнології; діагностика і методи лікування найпоширеніших захворювань. Нові комп'ютерні засоби і технології інформатизації суспільства. Новітні технології і ресурсозберігаючі технології в енергетиці, промисловості і агропромисловому комплексі. Новітні речовини і матеріали. Жанрові особливості публікацій із заданої тематики.

Тема 7. Проблема науково-популярної журналістики і популяризації науки

Скорочення кількості публікацій і передач на теми науки. Відсутність глибокого публіцистичного освоєння сучасного стану наукової сфери. Недофінансування галузі. Наука

і влада. Наука і держава. Особистісний потенціал в науці. “Відтік мізків”. Підвищення суспільного престижу наукової діяльності.

Проблеми культури

Тема 8. Проблеми культури на сторінках сучасних видань

Музика. Кінематограф. Театр. Образотворче мистецтво. Сучасні мистецькі напрями. Сприйняття мистецького твору: відбір і фіксація (виписки, нотатки, цитати, власні враження). Зіставлення сприйнятого із реальним життям, формування попередніх висновків. Розуміння естетичної природи мистецтва, його різновидів. Літературно-мистецька критика на сторінках спеціалізованих та загальнополітичних часописів.

Тема 9. Проблемно-жанрові особливості аналізу та підготовки матеріалів на теми мови й літератури

Мовна проблематика. Двомовність. Надмір лексичних запозичень. Суржик. Сленг. Висвітлення питань літератури та літературної критики. Обізнаність з історією і сучасним станом літератури. Розуміння тенденцій сучасного світу, обізнаність із запитам та потребами сучасної публіки. Вміння зіставляти мистецькі твори з вимогами життя. Володіння образним стилем. Організація планомірного огляду літературного процесу. Літературна критика на сторінках спеціалізованих та загальнополітичних якісних видань.

Соціальна й релігійна проблематика

Тема 10. Проблемно-жанрові особливості аналізу та підготовки матеріалів з соціальної тематики

Соціальна норма і престиж преси. Інформаційний процес і соціокультурна реальність. Соціальні програми. Безробіття. Перекваліфікація кадрів. Бідність. Безпритульність. Освіта: державні та приватні навчальні заклади. Проблеми молоді. Збереження історичної спадщини. Проблеми депопуляції. Сім'я. Здоров'я. Пропаганда здорового способу життя.

Тема 11. Релігійна проблематика

Проблеми взаємин церкви і держави, церкви і влади. Міжконфесійні неузгодження. Релігійна нетерпимість. Фанатизм. Релігійні війни і роль ЗМІ (інспірація, ескалація, розв'язання конфліктів). Релігійна проблематика на шпальтах загальнополітичних видань. Проблеми релігії на сторінках спеціалізованих часописів. Роль спеціалізованих часописів у формуванні світогляду суспільства і особистості, специфіка і концептуальні особливості висвітлення подій і фактів суспільного та культурного життя.

Морально-етична проблематика

Тема 12. Проблемно-жанрові особливості аналізу та підготовки матеріалів з морально-етичної проблематики

Мораль як духовно-культурний механізм регуляції поведінки особистості та соціальних груп за допомогою уявлень про належне, в яких узагальнені норми. Цінності, зразки поведінки, принципи ставлення до інших індивідів та соціальних груп. Специфіка моральної свідомості. Регулятивні можливості моралі. Роль ЗМІ у формуванні вселюдського, універсального масштабу морального світосприйняття й виходу за межі групових, етнічних, національних інтересів до обривів людства як єдиного цілого. Роль преси в духовному відродженні нації..

Правова проблематика. Висвітлення міжнародної та військової проблематики

Тема 13. Проблеми правового виховання в сучасних ЗМІ

Поняття права. Джерела права. Українське законодавство та міжнародні договори. Право ЗМІ. Інститут права ЗМІ в Україні. Поняття оціночних суджень. Звільнення від відповідальності за висловлювання оціночних суджень. Звільнення від відповідальності за поширення суспільно значимої інформації. Особливості правового захисту репутації певних

категорій осіб: політики, судді, державні службовці. Захист приватного життя. Поняття публічної особи. Співвідношення особистого і приватного.

Тема 14. Міжнародна проблематика

Висвітлення у ЗМІ взаємовідносин: Україна – ЄС, Україна – НАТО, Україна – СЕП. Вплив мас-медіа на зовнішню політику. Легалізація (“відмивання”) доходів, отриманих злочинним шляхом як міжнародна проблема. Екологія України як міжнародна проблема. Міжнародне розв’язання глобальних проблем. Міжнародна співпраця розвідок. Міжнародна проблема нерозповсюдження ядерної зброї. Проблема міжнародного тероризму.

Тема 15. Військова проблематика

Висвітлення ЗМІ воєнної політики держави в умовах трансформаційних процесів. Обороздатність регулярної армії. Оновлення матеріально-технічної бази. Утилізація застарілих видів озброєнь. Проблеми створення професійної армії. Роль воєнної науки в реформуванні збройних сил. Вплив економічного чинника на збройні сили України. Національний та релігійний фактори в збройних силах України. Роль ЗМІ у сприйнятті суспільством збройних сил.

Проблеми спортивного життя та дозвілля

Тема 16. Спортивна проблематика

Роль ЗМІ у розвитку Олімпійського спорту. Особливості висвітлення спорту в суспільно-політичних і спортивних виданнях. Компетентність спортивних журналістів: професійна і предметна. Актуальні проблеми сучасного спорту: фізкультура і спорт; спорт масовий і професійний; пошук і підготовка молодих кадрів для різних видів спорту, тренерів і суддів, менеджерів спортивних організацій. Випадки неправильного суддівства. Допінг. Травматизм. Матеріально-технічне і кадрове забезпечення підготовки спортсменів.

Тема 17. Розважальна проблематика

Релаксаційні можливості якісних і популярних друкованих ЗМІ: кросворди, карикатури, гумористичні оповідання, вікторини, тести, сенсаційно-викривальні репортажі, інтерв’ю-сповіді “зірок” естради, кіно, спорту і політики (іноді — на межі кітчю).