

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Факультет журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

2024 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Політичні комунікації та ЗМІ: Мас-медіа та політика

для здобувачів

спеціальності

061 «Журналістика»

рівня вищої освіти

першого (бакалаврського)

освітньої програми

061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Київ - 2024

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА	
Код ЄДРПОУ 45307965	
Програма № <u>2553/24</u>	
Научний відділ моніторингу якості освіти	
<u>Григорук</u> (підпис)	<u>24</u> (прізвище, ініціали)
« <u> </u> »	20 <u>24</u> р.

Київський університет імені Бориса Грінченка

Факультет журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю



ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

« _____ » 2023

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ЗМІ: МАС-МЕДІА ТА ПОЛІТИКА

для студентів

спеціальності

061 «Журналістика»

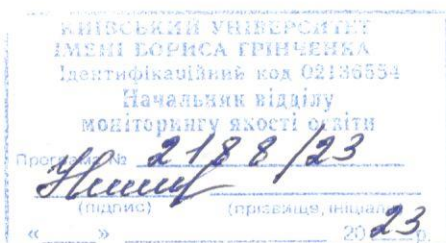
рівня вищої освіти

першого (бакалаврського)

освітньої програми

061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Київ - 2023



Розробник:

Стадніченко О.І., кандидат політичних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю.

Викладач:

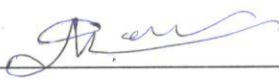
Стадніченко О.І., кандидат політичних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю.

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю.

Протокол № 1 від «23» серпня 2023 року

Завідувач кафедри  Л. М. Новохатько

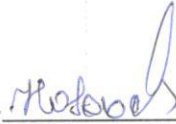
Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми
_____ 2023 р.

Гарант освітньої програми  М. М. Нетреба

Робочу програму перевірено
_____ 2023 року

Заступник декана Факультету журналістики
з науково-методичної та навчальної роботи  В. Є. Сошинська

Пролонговано:

на 2024/2025 н.р.  (Новохатько Л.М.), "28" 08 2024 р., протокол № 1
на 20____/20____ н.р. _____, "____" ____ 20____ р., протокол № ____
на 20____/20____ н.р. _____, "____" ____ 20____ р., протокол № ____
на 20____/20____ н.р. _____, "____" ____ 20____ р., протокол № ____

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ЗМІ: Мас-медіа та політика		
	Денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Курс	3	
Семестр	5	
Кількість змістових модулів з розподілом:	2	
Обсяг кредитів	2	
Обсяг годин, в тому числі	60	
аудиторні	28	
модульний контроль	4	
семестровий контроль	10	
самостійна робота	18	
форма семестрового контролю	іспит	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Курс «ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ЗМІ: Мас-медіа та політика» покликаний формувати теоретичну та прикладну бази фахівця із зв'язків з громадськістю. Головна мета курсу – сформувати уявлення здобувачів про політику як організаційну, регулятивну і контрольну сферу життя суспільства.

Завдання дисципліни передбачають такі процеси:

- розвивати *інтегральну компетентність*: здатність виконувати складні спеціалізовані завдання в галузі журналістики, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і

характеризується невизначеністю умов щодо забезпечення ефективності комунікаційної діяльності;

- розвивати *загальні компетентності*

ЗК 3. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 8. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 10. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК 11. Здатність спілкуватися державною мовою.

- розвивати *спеціальні компетентності*

СК 2. Здатність формувати інформаційний контент.

СК 3. Здатність створювати медійний, рекламний та PR-продукт для вирішення завдань внутрішньої і зовнішньої комунікації.

СК 5. Здатність ефективно просувати створений медійний, рекламний та PR-продукт.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

Навчання за дисципліною спрямоване на отримання таких **результатів за ОПП 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю», освітнього рівня першого «бакалаврського»:**

РН 3. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.

РН 4. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.

РН 8. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.

РН 10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігати та примноження суспільних і /культурних цінностей і досягнень.

РН 11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.

РН 14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.

РН 15. Створювати грамотний медійний, рекламний та PR-продукт з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.

РН 17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет- платформах.

В результаті здобувач повинен:

- орієнтуватися в основах медіаграмотності, знати і вміти критично оцінювати новини про політику;
- розуміти сутність політичного життя, політичних відносин і процесів, про суб'єкт і об'єкт політики, конституційні права людини і громадянина, місце і значення політичних систем і режимів у житті держави і громадянського суспільства;
- вміти самостійно мислити у процесі аналізу нестандартних (творчих) проблемних питань.
- вести моніторинг різних джерел (телерадіоновини, друковані мас-медіа, інтернет-видання тощо) політичної інформації;
- здійснювати політологічний аналіз подій, що відбуваються в країні і поза її межами та складати прогнози розвитку подальших подій та політичної ситуації.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторні			Модульний контроль	Самостійна робота	Семестровий контроль
		Лекції	Семінари	Практич			
Модуль 1. Мас-медіа як галузь суспільно-політичної діяльності							
Тема 1. Інформація і мас-медіа в інформаційну епоху.	4	2				2	
Тема 2. Політика як об’єкт мас-медіа.	6	2	2			2	
Тема 3. Редакційна політика і новинні медіа.	6	2	2			2	
Тема 4. Мас-медіа і громадська думка.	8	4		2		2	
Тема 5. Свобода слова і «мова ворожнечі».	4			2		2	
Модульний контроль 1	2				2		
Разом за модуль 1	30	10	4	4	2	10	
Модуль 2. Медійні аспекти політичних режимів та їх регулювання							
Тема 6. Мас-медіа і демократія.	4			2		2	
Тема 7. Медіа у виборчому процесі.	6	2	2			2	
Тема 8. Сучасні медіа-системи: світові моделі комунікації.	4			2		2	
Тема 9. Політична медіаграмотність.	4			2		2	
Модульний контроль 2	2				2		
Разом за модуль 2	20	2	2	6	2	8	
Семестровий контроль	10						10
Всього	60	12	6	10	4	18	10

5. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1. Мас-медіа як галузь суспільно-політичної діяльності

Тема 1. Інформація і мас-медіа в інформаційну епоху.

Виникнення і розвиток основних медіа. Домінування друкованих видань, преси у формуванні суспільної думки. Початок “ери телебачення”. Сучасні визначення мас-медіа. Підходи до розгляду медіа як соціального інституту і як каналу комунікації (М. Маклюен, Д. Белл, Г. Почепцов). Класифікація мас-медіа (друковані / електронні) та їх відмінності. Базові функції медіа в суспільстві (відносно суспільства, культури та особи). Медіа та інформація, яку вони поширюють. Типи контенту в медіа та ознаки різних типів інформації. Практичні маркери: шість типів контенту: новини, думка/коментар, реклама, соціальна реклама, PR, пропаганда. Різниця між фактами та судженнями. Ознаки фактів та суджень.

Тема 2. Політика як об’єкт мас-медіа.

Поняття політики та політичної системи. Роль інформації у функціонуванні політичної системи. Політична комунікація та інформація - розмежування понять. Поняття публічної політики, підстави публічності. Політизація медіа і медіатизація політики. Вплив медіа на суспільно-політичні процеси. Новинні стандарти. Джерела новин. Принципи побудови новини. Світові новинні агентства. Українські новинні агентства. Професійні новинні стандарти. Типи контролю над медіа по Герберу. Функції медіа в моделі демократичної та в моделі авторитарної держави. Формування політичної і соціальної толерантності в обох режимах. Нормативні моделі взаємодії мас-медіа та держави.

Тема 3. Редакційна політика і новинні медіа.

Новинні стандарти. Джерела новин. Принципи побудови новини. Світові новинні агентства. Українські новинні агентства. Професійні новинні стандарти. Відповідальність за порушення новинних стандартів. Замовні матеріали та їх ознаки. «Джинса». Залежність змісту новин від редакційної політики. Найбільші медіа власники в Україні. «Етичний кодекс українського журналіста». Вплив медіа власників на редакційну політику. Протидія порушенню журналістської етики. Порушення стандарту балансу думок. Баланс думок і структура матеріалу. Баланс думок та аргументація. Дотримання балансу думок в умовах війни. Новинні стандарти. Стандарти достовірності та точності. Критерій правдивої інформації. Джерела інформації та їх перевірка: контрольні питання. Особливості цитування інформації та стандарт точності. Стандарт повноти інформації. Стандарт відокремлення фактів від суджень. Випадки необхідності журналістських коментарів. Інтернет-технології та новини.

Тема 4. Мас-медіа і громадська думка.

Зміст понять «громадська думка» і «суспільна свідомість». Вплив медіа на формування громадської думки: погляди У. Ліппмана (стереотипізація), Е. Ноель-Нойман (спіраль мовчання), Г. Маркузе (одновимірний людина). Вивчення поглядів французької школи на проблему і достовірність громадської думки. Аналіз робіт П. Бурдьйо ("Громадської думки не існує"), П. Шампань ("Робити думка - нова політична гра"), Ж. Бодрійяр ("У тіні мовчазної більшості").

Тема 5. Свобода слова і «мова ворожнечі».

Стереотипи та «мова ворожнечі» «Мова ворожнечі» vs свобода слова. Ознаки «мови ненависті» та розгляд технік її передання. Як повідомити про «мову ворожнечі» у соціальних мережах. Визначення дискримінаційних практик та поведінки. Сутність та методи запобігання «мові ворожнечі». Законодавче регулювання «мови ворожнечі» у Україні і в світі. Стереотипи в інформаційному просторі. Застосування стереотипів під час створення інформаційного продукту.

Модуль 2. Медійні аспекти політичних режимів та їх регулювання

Тема 6. Мас-медіа і демократія.

Свобода слова. Утилітарний і ліберальний підхід до пояснення свободи слова. Медіа як «четверта гілка влади». Класифікація медіа за політичною орієнтацією. Індекс свободи преси. Рейтинг України в «Індексі свободи преси». Публічна інформація. Як реалізувати право на доступ до публічної інформації. Інформаційний запит. Індекс демократії. Правові обмеження права доступу до інформації. Порядок спростування недостовірної інформації. Ознаки, які виокремлюють публічну інформацію з-поміж інших видів інформації. Призначення публічної інформації. Принципи побудови роботи з публічною інформацією у державах Європи. Доступ до публічної інформації. Сучасні тенденції у забезпеченні доступу громадян до публічної інформації за кордоном. Доктрина інформаційної безпеки в Україні. Правові і етичні норми журналістської діяльності стосовно інформації. Історія світової та української цензури. Обмеження функціонування політичної журналістики (відкрита та прихована цензура). Цензура та самоцензура. Порівняльна характеристика. Як працює цензура та самоцензура в нашій країні. Результат від цензури та самоцензури. Позитивний та негативний ефект впливу цензури та самоцензури. «Джинси». Приклади політичної джинси.

Тема 7. Медіа у виборчому процесі.

Значення виборів в політичній системі. Прозорість і конкурентність виборів. Стандарти висвітлення виборів засобами масової інформації під час виборчого процесу у західних країнах Основні стандарти висвітлення виборів у західних країнах. Правові засади висвітлення виборів в Україні та їх співвідношення з

українським законодавством. Участь мас-медіа в інформаційному забезпеченні виборів. Маніпуляційна складова в діяльності медіа на виборах. Функціональна діяльність мас-медіа в періоди виборчих кампаній. Інформаційні технології у виборчих кампаніях. Інтернет-технології у виборчих кампаніях на Заході та в Україні.

Тема 8. Сучасні медіа-системи: світові моделі комунікації.

Суспільна комунікація за демократії: від «чотирьох теорій» до «трьох моделей» та «двох моделей» сучасної медіа-системи в Європі та світі. Поняття медіасистеми. Характеристика режиму в Україні стосовно використання ЗМІ у суспільстві стосовно теорій. 5 Сучасні медіа-системи. Головні відмінності засобів масової інформації та їх функціонування у різних країнах. Величезний взаємовплив політики і медіа. Класична праця Ф. Сіберта, Т. Пітерсона та В. Шрамма «Чотири теорії преси». Переваги та вади «Чотирьох теорій». «Сучасні медіасистеми» Д. Галліна і П. Манчіні. Три моделі медіа Д. Галліна і П. Манчіні. Функціонування моделей сучасної медіасистеми в Європі та світі. Розвиток «моно медіа-системи» до «дуальної медіа-системи». Співіснування приватних та громадських засобів масової інформації на одному медіа-ринку серед країн-членів ЄС та світу.

Тема 9. Політична медіаграмотність.

Стадії формалізації концепції медіаосвіти. Основні положення Концепції впровадження медіа-освіти. Директива 2010/13/ЄС Європейського Парламенту та Ради ЄС. Суспільне значення медіаосвіти та медіаграмотності. Основні завдання медіаосвіти. Професійна медіа компетентність. Визначення та сутність поняття «медіаграмотність». Принципи медіаграмотності. Ключові рівні медіа грамотності. Ключові теорії медіаосвіти. Протекціоністська теорія. Теологічна / релігійна теорія. Етична теорія. Теорія медіаосвіти як розвиток «критичного мислення». Ідеологічна теорія медіаосвіти. Екологічна теорія медіаосвіти. Теорія медіаосвіти як джерела «задоволення потреб» аудиторії. «Практична» теорія медіаосвіти, теорія практичної медійної діяльності / активності. Культурологічна теорія медіаосвіти. Естетична (художня) теорія медіаосвіти. Семіотична теорія медіаосвіти. Соціокультурна теорія медіаосвіти. Основні здобутки та напрацювання науковців у сфері медіаосвіти та поширення медіаграмотності.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень здобувачів

Вид діяльності здобувача	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	5	5	1	1
Відвідування практичних занять	1	2	2	3	3
Відвідування семінарських занять	1	2	2	1	1
Робота на практичному занятті	10	2	20	3	30
Робота на семінарському занятті	10	2	20	1	10
Самостійна робота	5	2	10	3	15
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Загальна кількість балів за модуль			84		85
Максимальна кількість балів	169				
Коефіцієнт	$169 : 60 = 2.82$				

6.2. Завдання самостійної роботи (здобувач обирає перші 5 із запропонованих у переліку або проходить онлайн курс)

1. Традиційні медіа. Типи медіа та їх власники. Пропонується скласти особистий перелік українських медіа. Дані внести в табличку, поділивши медіа на види та за формою власності: приватні/ державні / суспільне мовлення. Складіть рейтинг журналістських стандартів: від найважливіших до найменш важливих. Проаналізувати принципи журналістики.
2. Підготувати інформацію про кібернетично-інформаційну модель політичної системи К. Дойча, У. Віннера, У. Шрамма.
3. Провести тематичний аналіз пропагандистських повідомлень. Аналіз психологічних методів впливу масової комунікації на аудиторію.

4. Медіа і демократія «Індекс свободи преси». Складіть перелік країн за величиною індексу від найвищого до найнижчого. Порівняти дані інших країн з Україною та дати відповідь на питання: які проблеми зі свободою преси наявні в Україні. Слід поміркувати над варіантами, що допомогли б покращити ситуацію.
5. Знайдіть та проаналізуйте: Приклади політичної та комерційної «джинси». Поясніть, чому Ви зробили саме такий розподіл, якими ознаками користувались?
6. Он-лайн курс «Медіаграмотність для громадян» за посиланням <https://irex.mocotms.com>
7. Он-лайн курс «Very Verified: онлайн-курс з медіаграмотності» за посиланням <https://verified.ed-era.com/ua>

Критерії оцінювання самостійної роботи

- ☐ відсутність плагіату;
- ☐ відповідність змісту;
- ☐ повнота і ґрунтовність викладу;
- ☐ доказовість і логічність викладу;
- ☐ термінологічна коректність;
- ☐ здатність до обґрунтування висновків;
- ☐ володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді;
- ☐ дотримання вимог до створення презентацій.

6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Контрольна модульна робота включає 20 тестових завдань. За кожну правильну відповідь — максимально 1 або 2 бали, в залежності від складності питання.

Кількість модульних контрольних робіт – 2 (за кожну – 25 балів), виконання кожної є обов'язковою вимогою.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Підсумкове оцінювання знань здобувачів зі змістового модуля «Мас-медіа та політика» відбувається у межах іспиту з дисципліни «Політичні комунікації та ЗМІ». Здобувачі виконують завдання, які включають теоретичний і практичний компоненти.

Критерії оцінювання завдання:

- глибоке знання теорії і практики політичних студій;
- ґрунтовне знання термінологічного апарату політичних студій;
- повнота і змістовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- здатність до обґрунтування висновків;

- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

6.5. Орієнтовний перелік питань семестрового контролю

1. Окресліть роль медіа у суспільно-політичному житті.
2. Охарактеризуйте роль мас-медіа в «еру телебачення».
3. Опишіть лінійну модель масової комунікації.
4. Розкрийте можливості медіа у формуванні громадської думки.
5. Визначте основні способи керування інформацією і конструювання новин.
6. Охарактеризуйте теорію «Agenda-setting»: ключові моменти та особливості застосування.
7. Визначте відомі вам медійні методи формування громадської думки.
8. Поясніть поняття та розкрийте особливості таких медійних ефектів, як праймінг та фреймінг. Наведіть приклади.
9. Охарактеризуйте явище політичного лобізму як PR-технології .
10. Окресліть проблему публічності політики.
11. Розкрийте сутність поняття «Спіраль мовчання».
12. Надайте характеристику методам виборчої політичного маніпулювання.
13. Проаналізуйте поняття «громадська думка» і «суспільна свідомість».
14. Охарактеризуйте моделі взаємодії мас-медіа і держави.
15. Поясніть принцип дії політичної пропаганди.
16. Теорія порядку денного М. Мак-Кобса і Д. Шоу.
17. Теорія гейткіперів К. Левіна і мас-медіа.
18. Теорія стереотипів і мас-медіа.
19. Теорія когнітивного дисонансу.
20. Теорія користі і задоволення у політичній сфері.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
відмінно	100-90
дуже добре	82-89
добре	75-81
задовільно	69-74
достатньо	60-68
незадовільно	0-59

7. Рекомендовані джерела

Основна література:

1. Абетка політична. Засоби масової інформації і політика : навч. посіб. За наук.ред. док.наук держ. упр. О.В.Радченка; Редактор-упорядник М. Д. Городок, [автори-упоряд. С.В. Герасимчук, М.Д.Городок, Ю.В. Микитюк]; Вид. 11-е, доп. і перероб. Київ : Вид-во «Березовська», 2016. 48с. URL: <https://iri.org.ua/sites/default/files/resources/%D0%97%D0%B0%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%B8%20%D0%97%D0%9C%D0%86%20%D1%96%20%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B00.pdf> (дата вернення: 18.08.2024).
2. Галлін Д., Манчіні П. Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики. Київ : Наука. 2008. 320 с.
3. Гончарук-Чолач Т.В. ЗМІ у політичному житті суспільства. Київ : Ліра. 2020. 280 с.
4. Гороховський О. М. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи. Дніпро : Ліра. 2017. 133 с.
5. Гуцол О., Гуцол Р.-У. Медіа та політика: як ЗМК впливають на політичні уподобання та переконання студентів. *Інтегровані комунікації*. 2024. 1 (17). С. 115 – 122. URL: <https://intcom.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/318/269> (дата вернення: 18.08.2024).
6. Політика: взаємодія реальності і міфу: монографія / Ю. Ж. Шайгородський. Київ : Знання України. 2009. 400 с.
7. Про медіа : Закон України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2023, №№ 47-50, ст.120). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (дата вернення: 18.08.2024).
8. Почепцов Г. Пропаганда 2.0. Київ : Фоліо. 2018. 800 с.
9. Штромайер, Герд. Політика і мас-медіа. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія». 2008. 303 с.

Додаткова література:

1. Данько-Сліпцова А. Політико-комунікаційні процеси формування сучасного інформаційного суспільства : дис. канд. політ. наук : 23.00.02. Київ. 2021.
2. Зражевська Н. Масова комунікація і культура. Черкаси. 2006. 213 с.
3. Інформаційне суспільство в Україні: глобальні виклики та національні можливості / Д. В. Дубов, О. А. Ожеван, С. Л. Гнатюк. Київ : НІСД. 2010. 64 с.
4. Кара-Мурза С.Г. Маніпуляція свідомістю : навч. посіб. Київ : Оріяни. 2006. 528 с.
5. Квіт С.М. Масові комунікації : підручник для студентів ВНЗ. Київ : Вид. дім

- «Києво-Могилянська академія». 2008. 206 с.
6. Кібербезпека: світові тенденції та виклики для України / Д. Дубов, В.Ожеван. Київ : НІСД. 2012. 30 с.
 7. Ковалевський В. Теоретико-методологічні засади розвитку політичних комунікацій в Україні. *Світоглядно-теоретичний вимір сучасної української політики*. К.: ІПіЕНД ім. І.Ф.Кураса НАН України. 2010. С.145– 159.
 8. На шляху до «розумного суспільства»: інформаційні технології як фактор суспільних перетворень в Україні. Київ : НІСД. 2011. 25 с.
 9. Федорищак Х., Мосора Л. Місце та роль ЗМІ у сфері публічної політики. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Політичні науки та публічне управління, 2022. 1(61), С. 86-91.
 10. Як розпізнати фейк? Правила The Huffington Post. Веб-сайт. CERT-UA. URL: <https://cert.gov.ua/about-us> (дата звернення: 12.08.2024).
 11. Як соцмережі впливають на політику в Україні: висновки дослідження. *Інтерньюз Україна* : вебсайт. <https://internews.ua/opportunity/social-network-research> (дата звернення: 12.08.2024).

Освітні ресурси неурядових організацій з питань медіаправа та громадської думки:

Академія української преси. URL: <http://www.aup.com.ua>.
 Детектор медіа. URL: <http://detector.media>
 Медіакритика. URL: <http://www.mediakrytyka.info>
 Медіапсихологія і медіа освіта. URL: <http://www.mediaosvita.org.ua>
 FAKE OFF. URL: <http://fakeoff.org/uk>
 Stopfake.org. URL: <http://www.stopfake.org>

8. Навчально-методична картка дисципліни «Політичні комунікації: Мас-медіа і політика»

Разом: 60 год., лекції – 12 год., семінарські заняття – 6 год., практичні заняття – 10 год., самостійна робота – 18 год., модульний контроль – 4 год.

Модулі	Модуль І			Модуль ІІ		
Назва модуля	Мас-медіа як галузь суспільно-політичної діяльності			Медійні аспекти політичних режимів та їх регулювання		
Кількість балів за модуль	84			85		
Лекції	Відвідування – 5 б.			Відвідування – 16.		
Теми лекцій	Інформація і медіа інформаційну	Політика як об’єкт мас-медіа	Редакційна політика і новинні медіа.	Медіа та громадська думка.	Медіа та громадська думка..	Медіа у виборчому процесі.
теми практичних занять	Мас-медіа і громадська думка.	Свобода слова і «мова ворожнечі».		Мас-медіа і демократія.	Сучасні медіа-системи: світові моделі комунікації.	Політична медіаграмотність.
Теми семінарських занять	Політика як об’єкт мас-медіа	Редакційна політика і новинні медіа.		Медіа у виборчому процесі.		
Самостійна робота	Самостійна робота 1-2 – 10 б.			Самостійна робота 3-5 – 15 б.		
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота №1 – 25 б.			Модульна контрольна робота №2 – 25 б.		
Підсумковий контроль	Всього 169 балів					