

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Перший проректор



Майя НІКОЛАЄВА

2023 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**МЕДІАГРАМОТНІСТЬ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ**

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Галузь знань: 03 Гуманітарні науки

Спеціальність: 035 – філологія

Спеціалізації:

035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська

035.043 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – німецька

035.051 Романські мови та літератури (переклад включно), перша – іспанська

035.055 Романські мови та літератури (переклад включно), перша – французька

Освітньо-професійні програми:

Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська

Германські мови та літератури (переклад включно), перша – німецька

Романські мови та літератури (переклад включно), перша – іспанська

Романські мови та літератури (переклад включно), перша – французька

Робоча програма навчальної дисципліни «Медіаграмотність в інформаційному суспільстві». – Одеса: ОНУ, 2023. – 15 с.

Розробники: Іванова О. А., доктор наук із соціальних комунікацій, професор, декан факультету журналістики, реклами та видавничої справи

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри журналістики, реклами та медіакомунікацій

Протокол № 1 від “1” 09 2023 р.

Завідувач кафедри

(підпис)

(Ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Погоджено із гарантом ОПП Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська

Наталя БІГУНОВА

Погоджено із гарантом ОПП Германські мови та літератури (переклад включно), перша – німецька

Інесса АЗАРОВА

Погоджено із гарантом ОПП Романські мови та літератури (переклад включно), перша – іспанська

Олена ГРИГОРОВИЧ

Погоджено із гарантом ОПП Романські мови та літератури (переклад включно), перша – французька

Мальвіна МАРІНАШВІЛІ

Схвалено навчально-методичною комісією (НМК) факультету журналістики, реклами та видавничої справи

Протокол № 1 від “1” 09 2023 р.

Голова НМК

(підпис)

(Ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Переглянуто та затверджено на засіданні кафедри журналістики, реклами та медіакомунікацій

Протокол № \_\_\_ від “\_\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

Завідувач кафедри

(підпис)

(Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Переглянуто та затверджено на засіданні кафедри журналістики, реклами та медіакомунікацій

Протокол № \_\_\_ від “\_\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

Завідувач кафедри

(підпис)

(Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, спеціалізація, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		<i>очна форма навчання</i>	<i>заочна форма навчання</i>
Загальна кількість: кредитів – 3 годин – 90 змістових модулів – 2	Галузь знань: 03 Гуманітарні науки Спеціальність: 035 Філологія Спеціалізації: 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська 035.043 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – німецька 035.051 Романські мови та літератури (переклад включно), перша – іспанська 035.055 Романські мови та літератури (переклад включно), перша – французька Рівень вищої освіти Перший (бакалаврський)	Вибіркова	
		<b><i>Рік підготовки:</i></b>	
		2-й	2-й
		<b><i>Семестр</i></b>	
		3-й	4-й
		<b><i>Лекції</i></b>	
		20 год.	6 год.
		<b><i>Практичні, семінарські</i></b>	
		10 год.	4 год.
		<b><i>Лабораторні</i></b>	
		0 год.	0 год.
		<b><i>Самостійна робота</i></b>	
		60 год.	80 год.
Форма підсумкового контролю: <i>залік</i>			

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета курсу** – формування основних уявлень та навичок щодо принципів та форм безпечного медіаспоживання та інформаційної поведінки в умовах інформаційного суспільства. Для ефективного засвоєння змісту дисципліни спеціальні знання та навички не є обов'язковою вимогою, оскільки курс передбачає власне знайомство зі сферою масової комунікації.

Предметом вивчення дисципліни «Медіаграмотність в інформаційному суспільстві» є закономірності, форми і контекст інформаційного споживання та рецептивної масовокомунікаційної поведінки громадянина, що живе в епоху глобалізації, медіатизації, мережовості, диджиталізації, яка отримала назву «інформаційне суспільство». Дисципліна знайомить здобувачів зі специфікою професійних форм масової комунікації, деякою спеціальною термінологією, стандартами та принципами інформаційної діяльності задля безпечного споживання інформації.

### **Завдання навчальної дисципліни передбачають:**

- розуміння задач та потенційних можливостей журналістики, реклами та піару як соціокультурних явищ і соціальних інститутів;
- усвідомлення відповідальності споживача інформації про небезпеку та загрози, що може нести інформаційне середовище реципієнту;
- усвідомлення особливостей інформаційної політики масмедіа;
- розуміння, здатність розпізнавати під час споживання масмедійного продукту стандартів якісної журналістики;
- формування уявлень про медіаграмотність як навичку та медіаекологію як напрям досліджень медіа.

Процес вивчення дисципліни спрямований на формування елементів таких компетентностей:

### **Інтегральної (ІК):**

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі філології (лінгвістики, літературознавства, перекладознавства) та методики навчання іноземних мов та зарубіжної літератури у процесі професійної діяльності або навчання, що передбачає застосування теорій та методів філологічної й педагогічної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

### **Загальних (ЗК):**

**ЗК01.** Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

**ЗК02.** 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.

**ЗК04.** Здатність бути критичним і самокритичним.

**ЗК05.** Здатність учитися й оволодівати сучасними знаннями.

**ЗК06.** Здатність до пошуку, опрацювання та аналізу інформації з різних джерел.

**ЗК07.** Уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми; приймати обґрунтовані рішення в професійній діяльності.

**ЗК08.** Здатність працювати в команді та автономно.

**ЗК10.** Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

**ЗК12.** Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій для вирішення завдань у практичних ситуаціях.

### **Програмні результати навчання (ПР):**

**ПР 03.** Організувати процес свого навчання й самоосвіти.

**ПР 04.** Розуміти фундаментальні принципи буття людини, природи, суспільства.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен *знати:*

- особливості журналістики, реклами, піару як багатогранних та невід’ємних явищ сучасного життя, як важливих соціальних інститутів, що виробляють цінний ресурс для споживання – інформацію;
- правила медіаграмотної поведінки споживача інформації в інформаційному просторі;

*вміти:*

- бачити журналістські, рекламні та піар-явища, процеси;
- оцінювати рівень дотримання стандартів інформаційної діяльності.

### 3. Зміст навчальної дисципліни

#### Змістовий модуль 1. Журналістика, реклама, піар як професія. Стандарти якісної журналістики та інформаційної діяльності

##### ТЕМА 1. Соціальні комунікації – спілкування з масовою аудиторією

1. Уявлення про масову комунікацію / соціальні комунікації як процес.
2. Ланцюг Лассвелла як модель масової комунікації.
3. Феномен масової аудиторії: цільова та потенційна аудиторія журналістики, реклами, піару. Сегментація аудиторії.
4. Журналістика серед інших видів масової комунікації. Журналістика та реклама. Журналістика та піар. Журналістика та пропаганда. : спільне та відмінне.

##### ТЕМА 2. Відповідальність журналістики. Кодекс журналістської етики

1. Відповідальність журналіста перед аудиторією.
2. Відповідальність журналіста перед професією.
3. Відповідальність журналіста перед колективом.
4. Відповідальність журналіста перед владою.

##### ТЕМА 3. Тематика та проблематика в журналістиці, рекламі, піарі

1. Уявлення про тему повідомлення. Соціальна значимість тематики в журналістиці, рекламі, піарі.
2. Тематична спеціалізація в журналістиці, рекламі, піарі.
3. Уявлення про проблему, яка піднімається в журналістському, рекламному, піар-матеріалі.
4. Зв'язок теми та проблеми в повідомленні. Уявлення про інформаційну політику ЗМІ та проблемно-тематичні лінії. Феномен рубрикації.
5. Правило наближення інтересів аудиторії.

##### ТЕМА 4. Журналістські стандарти

1. Уявлення про стандарти журналістики як правила для дій журналіста під час виконання професійних обов'язків.
2. Визначення стандарту оперативності. «Конфлікт» оперативності з якістю. Актуальність як оперативність, актуальність як значущість.
3. Визначення стандарту точності. Правила цитування. «Конфлікт» точності з оперативністю. Недопустимість використання «мови ворожнечі».
4. Визначення стандарту достовірності, посилення на джерела. Ненадійні джерела інформації. Захист джерел інформації журналістом.
5. Визначення стандарту відокремлення фактів від коментарів. Засоби втілення стандарту відокремлення фактів від коментарів.
6. Визначення стандарту контраверсійності, балансу думок, точок зору. Уявлення про неупередженість журналіста. Уникнення фальшивого балансу.
7. Визначення стандарту повноти. Уявлення про бекграунд. Вичерпність представлення теми, проблеми, події.

Визначення стандарту доступності.

## **Змістовий модуль 2. Медіаграмотність як соціальна навичка людини в інформаційному суспільстві.**

### **ТЕМА 5. Масова комунікація та медіаграмотність як спосіб поведінки в інформаційному середовищі**

1. Масова комунікація як поле маніпулювання масовою свідомістю. Поняття про медіавплив.
2. Закономірності масової комунікації, що спричинюють маніпулювання аудиторією: «когнітивний дисонанс», «спіраль мовчання» тощо.

Медіаграмотність як стратегія уникання маніпулятивних впливів масової комунікації.

### **ТЕМА 6. Форми прихованого медіавпливу. Небезпека інформаційних маніпуляцій.**

1. Порушення стандартів журналістики та його наслідки для медіааудиторії.
2. Уявлення про «джинсу» як матеріали в медіа, що містять приховані наміри щодо споживача інформації та питання замовності в професійній інформаційній діяльності.
3. Феномен пропаганди та інформаційної війни.
4. 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 7. Медіаграмотність та інформаційна гігієна.**

1. Уявлення про фейк та дівфейк.
2. Правило 5 «С» та таблоїдизація ЗМІ.
3. Ознаки дезінформації.
4. Принципи медіаграмотної поведінки.

#### 4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
	Очна форма				Заочна форма			
	Усього	у тому числі			Усього	у тому числі		
		л	п	ср		л	п	ср
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Змістовий модуль 1. Журналістика, реклама, піар як професія. Стандарти якісної журналістики та інформаційної діяльності.</b>								
ТЕМА 1. Соціальні комунікації – спілкування з масовою аудиторією.	12	2	2	8	10			10
ТЕМА 2. Відповідальність журналістики. Кодекс журналістської етики.	10	2		8	10			10
ТЕМА 3. Тематика та проблематика в журналістиці, рекламі, піарі.	12	2	2	8	10			10
ТЕМА 4. Журналістські стандарти.	14	4	2	8	19	2	2	15
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>48</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>32</b>	<b>49</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>45</b>
<b>Змістовий модуль 2. Медіаграмотність як соціальна навичка людини в інформаційному суспільстві.</b>								
ТЕМА 5. Масова комунікація та медіаграмотність як спосіб поведінки в інформаційному середовищі.	12	2	2	8	12	2		10
ТЕМА 6. Форми прихованого медіавпливу. Небезпека інформаційних маніпуляцій.	15	4	1	10	10			10
ТЕМА 7. Медіаграмотність та інформаційна гігієна.	15	4	1	10	19	2	2	15
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>42</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>28</b>	<b>41</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>35</b>
<b>Усього годин</b>	<b>90</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>60</b>	<b>90</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>80</b>



## **5. Теми семінарських занять**

Семінарські заняття не передбачені

## **6. Теми практичних занять**

### **ТЕМА 1. Соціальні комунікації – спілкування з масовою аудиторією.**

Практичне заняття 1 (2 год).

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

ОЦІНЮВАННЯ: максимально – 20 балів.

### **ТЕМА 3. Тематика та проблематика в журналістиці, рекламі, піарі.**

Практичне заняття 2 (2 год).

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

ОЦІНЮВАННЯ: максимально – 20 балів.

### **ТЕМА 4. Журналістські стандарти.**

Практичне заняття 3 (2 год).

1. Проаналізувати кілька матеріалів ЗМІ на дотримання журналістських стандартів.
2. Відшукати в матеріалах ЗМІ приклади публікацій з ознаками замовності.
3. Описати механізм роботи правила 5 «С» та навести приклади його застосування сучасними ЗМІ.
4. Навести приклади дезінформації в повідомленнях ЗМІ.

ОЦІНЮВАННЯ: максимально – 20 балів.

### **ТЕМА 5. Масова комунікація та медіаграмотність як спосіб поведінки в інформаційному середовищі.**

Практичне заняття 4 (2 год).

1. Навести приклади масовокомунікаційних висловлювань, що вміщують наміри переконання, навіювання та маніпулювання. Пояснити свою позицію.
2. Навести приклади використання технологій масовокомунікаційного впливу, представлених в інформаційному просторі: ефект ореолу, тенденційний підбір фактів, наклеювання ярликів тощо.

ОЦІНЮВАННЯ: максимально – 20 балів.

## **ТЕМА 6. Форми прихованого медіавпливу. Небезпека інформаційних маніпуляцій.**

### **ТЕМА 7. Медіаграмотність та інформаційна гігієна.**

#### Практичне заняття 5 (2 год).

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

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

ОЦІНЮВАННЯ: максимально – 2x10=20 балів (по 10 балів за тему).

### **7. Теми лабораторних занять**

Лабораторні заняття не передбачені

### **8. Самостійна робота**

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Очна форма	Заочна форма
1	ТЕМА 1. Соціальні комунікації – спілкування з масовою аудиторією.	8	10
2	ТЕМА 2. Відповідальність журналістики. Кодекс журналістської етики.	8	10
3	ТЕМА 3. Тематика та проблематика в журналістиці, рекламі, піарі.	8	10
4	ТЕМА 4. Журналістські стандарти.	8	15
5	ТЕМА 5. Масова комунікація та медіаграмотність як спосіб поведінки в інформаційному середовищі.	8	10
6	ТЕМА 6. Форми прихованого медіавпливу. Небезпека інформаційних маніпуляцій.	10	10
7	ТЕМА 7. Медіаграмотність та інформаційна гігієна.	10	15
	<b>Усього:</b>	<b>60</b>	<b>80</b>

### **КОНТРОЛЬНА РОБОТА**

#### **для студентів заочної форми навчання**

1. Розкрийте та поясніть власне уявлення про відповідальність журналіста: перед ким та як саме він несе відповідальність. Які наслідки має безвідповідальна поведінка журналіста?
2. Знайдіть три матеріали в місцевій пресі (друкованих ЗМІ чи онлайн) та поясніть, чим вони цікаві особисто вам та аудиторії загалом.
3. Проаналізуйте три матеріали зі ЗМІ на дотримання журналістських стандартів, обґрунтуйте власну позицію.

## ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

1. Опишіть три проблеми, що, на вашу думку, турбують зараз пересічного українця та потребують детального висвітлення у ЗМІ, обґрунтуйте свою позицію.
2. Наведіть приклад неетичної поведінки журналіста та поясніть у чому полягає порушення ним етичного кодексу журналіста. Запропонуйте варіант покарання для такого журналіста та накресліть перспективу можливих кроків для уникнення подібних ситуацій в професійній діяльності працівників масмедіа.
3. Знайдіть кілька матеріалів у ЗМІ України, де порушено максимальну кількість стандартів журналістики, обґрунтуйте свою позицію та порівняйте вибрані вами публікації з іншими матеріалами цього ЗМІ, аби скласти враження про тенденції щодо дотримання стандартів у цьому масмедіа.

## 9. Методи навчання

Словесні (лекція, пояснення)

Робота з науковим матеріалом, монографіями, статтями, підручниками (під керівництвом викладача, самостійна робота студентів)

Кейс-стаді.

## 10. Форми контролю та методи оцінювання

### Поточний контроль:

- письмові творчі роботи;
- письмові роботи з виконання самостійних завдань.

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

**Підсумковий контроль:** залік. Результати опанування дисципліни підсумовуються викладачем з урахуванням балів, набраних здобувачами за виконання завдань для самостійної роботи та відповідей на практичних заняттях.

## 11. Питання для поточного контролю

### Змістовий модуль 1

1. Уявлення про масову комунікацію / соціальні комунікації як процес.
2. Ланцюг Лассвелла як модель масової комунікації.
3. Феномен масової аудиторії. Сегментація аудиторії.
4. Журналістика серед інших видів масової комунікації. Відповідальність журналіста перед аудиторією, професією, владою.
5. Уявлення про тему повідомлення. Соціальна значимість тематики в журналістиці, рекламі, піарі.
6. Уявлення про проблему, яка піднімається в журналістському, рекламному, піар-матеріалі.
7. Правило наближення інтересів аудиторії.

8. Уявлення про стандарти журналістики як правила для дій журналіста під час виконання професійних обов'язків.
9. Визначення стандарту оперативності.
10. Визначення стандарту точності. Правила цитування. Недопустимість використання «мови ворожнечі».
11. Визначення стандарту достовірності, посилання на джерела.
12. Ненадійні джерела інформації. Захист джерел інформації журналістом.
13. Визначення стандарту відокремлення фактів від коментарів.
14. Визначення стандарту контраверсійності, балансу думок, точок зору.
15. Уявлення про неупередженість журналіста.
16. Визначення стандарту повноти. Уявлення про бекграунд.
17. Визначення стандарту доступності.

### Змістовий модуль 2

1. Масова комунікація як поле маніпулювання масовою свідомістю. Поняття про медіавплив.
2. Закономірності масової комунікації, що спричиняють маніпулювання аудиторією: «когнітивний дисонанс», «спіраль мовчання» тощо.
3. Медіаграмотність як стратегія уникання маніпулятивних впливів масової комунікації.
4. Уявлення про «джинсу» як матеріали в медіа, що містять приховані наміри щодо споживача інформації.
5. Феномен пропаганди.
6. Феномен інформаційної війни.
7. Загальні уявлення про медіаекологію.
8. Уявлення про фейк та дїпфейк.
9. Правило 5 «С» та таблоїдизація ЗМІ.
10. Ознаки дезінформації.

### Критерії оцінювання

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 соціально-комунікативних 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;	правильно виконує надані завдання, з незначними помилками; має стійкі навички

	доволі вдало узагальнює та систематизує навчальну інформацію, але припускається незначних порушень аналітичного рівня.	застосування набутих знань та умінь для розуміння основ медіадіяльності для рецепції журналістського продукту, що відповідає стандартам.
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 письмових завдань; має ускладнення щодо використання набутих знань до базових вимог щодо рецепції масмедійних творів
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

## 12. Розподіл балів, які отримують студенти.

Поточний контроль							Сума балів
Змістовий модуль №1				Змістовий модуль №2			
T	T	T	T	T	T	T	100
1	2	3	4	5	6	7	
20	-	20	20	20	10	10	
14	14	14	14	14	14	16	

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

Набрати бали за кожною темою здобувачі можуть на практичних заняттях (5 занять по 20 балів відповідно за темою практичного заняття), або відповівши на запитання за кожною темою (7 тем по 14 та 16 балів відповідно за змістовими модулями).

Підсумковий контроль за дисципліною – залік.

Загальна оцінка виставляється за результатами поточного контролю. Якщо за результатами поточного контролю студент набрав менше 60 балів, або якщо він набрав 60 і більше балів, проте хоче поліпшити свій підсумковий

результат, він повинен виконати залікове завдання (див. Перелік питань для поточного контролю) і з урахуванням його результатів одержати відповідну кількість залікових балів із дисципліни.

### Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	<b>A</b>	відмінно	зараховано
85-89	<b>B</b>	добре	
75-84	<b>C</b>		
70-74	<b>D</b>	задовільно	
60-69	<b>E</b>		
35-59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

### 13. Навчально-методичне забезпечення

1. Іванова О., Мойсеєва О. Місцева преса: посібник для ЗМІ. Як регіональним журналістам працювати за часів нових медіа та кризи демократії. Київ, 2019. 232 с.
2. Робоча програма навчальної дисципліни «Медіаграмотність в інформаційному суспільстві». Одеса: ОНУ, 2023. 15 с.
3. Силабус навчальної дисципліни.

### 14. Рекомендована література

#### Основна

4. Закон України «Про друковані засоби масової інформації». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12#Text>
5. Закон України «Про інформацію». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>
6. Іванова О. А. Управління громадською думкою в умовах інформаційного суспільства: стратегічний підхід. Діалог: Медіастудії, 2018. Вип. 24. С.8-41.
7. 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%d1%97-zhurnalistiki.html

8. Михайлин І. Л. Основи журналістики: підручник. Київ, 2011. 496 с.

#### **Додаткова**

1. Богуславський О. Журналістська освіта сьогодні, або Хочеться по-нашому, але так, як у них. URL: <http://www.mediakrytyka.info>.
2. Квіт С.М. Масові комунікації. Київ, 2008. 206 с.
3. Почепцов Г.Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ, 2017. 260 с.

#### **15. Електронні інформаційні ресурси**

Наукова бібліотека ОНУ імені І. І. Мечникова. URL: <http://lib.onu.edu.ua/ua/elektronnaya-biblioteka/>

Одеська національна наукова бібліотека. URL: <http://biblioteka.od.ua/>

Одеська обласна універсальна наукова бібліотека. URL: <http://odnb.odessa.ua/>

Офіційний сайт факультету журналістики, реклами та видавничої справи. URL: <http://fj.onu.edu.ua/library/>