

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Кафедра журналістики

**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**  
Проректор з науково-педагогічної  
роботи  
“ 26 ” 2018 р.



**Робоча програма навчальної дисципліни**  
**ПРОБЛЕМАТИКА ГАЗЕТНОГО ВИСТУПУ. СОЦІУМ. КУЛЬТУРА.**  
(назва навчальної дисципліни)

Рівень вищої освіти \_\_\_\_\_ перший (бакалаврський) \_\_\_\_\_  
Галузь знань \_\_\_\_\_ 0303 «Журналістика та інформація» \_\_\_\_\_  
Напрямок \_\_\_\_\_ 6.030301 «Журналістика» \_\_\_\_\_  
Освітня програма \_\_\_\_\_ Журналістика \_\_\_\_\_  
Спеціалізація \_\_\_\_\_ Журналістика \_\_\_\_\_  
Вид дисципліни \_\_\_\_\_ обов'язкова \_\_\_\_\_  
Факультет \_\_\_\_\_ філологічний \_\_\_\_\_

2018 / 2019 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою філологічного факультету

“22” червня 2018 року, протокол № 11

**РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:**

**Блажесвська Ю. М.** – кандидат наук із соціальних комунікацій, старший викладач кафедри журналістики Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Програму схвалено на засіданні кафедри журналістики.

Протокол від “13” червня 2018 року № 13.

Завідувач кафедри журналістики



(підпис)

**Хавкіна Л. М.**  
(прізвище та ініціали)

Програму погоджено методичною комісією філологічного факультету.

Протокол від “21” червня 2018 року № 5.

Голова методичної комісії філологічного факультету



(підпис)

**Гноєва Н. І.**  
(прізвище та ініціали)

## ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Основи журналістики» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалавра

06 «Журналістика»

спеціальність 061 «Журналістика»

спеціалізація – журналістика

**Предметом** вивчення навчальної дисципліни є специфіка становлення, розвитку й функціонування соціальної журналістики як атрибуту соціальної політики в державі та діяльності, спрямованої на висвітлення в сучасній пресі відповідних соціальних тем і проблем, функції соціальної журналістики, її морально-етичні й правові засади, масова соціально-значима інформація в її видах і формах тощо.

Програма навчальної дисципліни складається з таких розділів:

1. «Соціальна журналістика як атрибут соціальної політики й діяльність, предметом якої є соціальні проблеми»

2. «Загальні особливості висвітлення в сучасній пресі окремих актуальних соціальних проблем».

## МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни є

- ознайомлення студентів із теоретичними і практичними основами соціальної журналістики;
- усвідомлення четвертокурсниками ключових понять і процесів у цій комунікативній сфері;
- закріплення теоретичних знань із основ журналістської діяльності;
- вироблення практичних навичок аналізу чужих журналістських продуктів і створення власних медіаматеріалів.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни є

- ознайомити студентів із поняттям соціальної журналістики як атрибуту соціальної політики й діяльності, предметом якої є висвітлення соціальних проблем суспільства;
- розкрити соціальні й соціально-психологічні функції соціальної журналістики;
- дати поняття «соціальної проблеми» й «соціальної проблематики в ЗМІ»;
- розглянути джерела й методи збору суспільно-значущої інформації в рамках соціальної журналістики;
- розкрити специфіку жанрової своєрідності сучасної соціальної журналістики;
- ознайомити з пріоритетними темами соціальної журналістики;
- забезпечити розуміння четвертокурсниками принципів соціальної позиції журналіста, його соціальної відповідальності й професійної компетентності;
- закріпити розуміння понять «ефективність» і «дієвість» журналістської діяльності, «чинники впливовості журналістських матеріалів»;
- надати практичні знання зі створення журналістського тексту на соціальну проблематику, його основні компоненти, етапи створення та функції;
- виробити в студентів уміння працювати з доказами та аргументами в журналістиці;
- навчити студентів використовувати теоретичні знання на практиці;

- розвивати толерантне ставлення до інших, здатність чути чужу думку, розуміти плюралізм ідей, їх відносність;
- забезпечити розуміння студентами громадського статусу соціальної журналістики;
- розширити загальний гуманітарний світогляд майбутніх журналістів.

Згідно з вимогами освітньо-професійної (освітньо-наукової) програми студенти повинні досягти таких результатів навчання:

*Знати:*

- зміни в типології засобів масової інформації, які відбулися протягом останніх двох десятиліть;
- визначення понять «соціальна журналістика», «соціальна проблема», «соціальна проблематика», «соціальна реклама», варіативність підходів до них, рівні функціонування соціальних проблем, головні принципи відбору соціальних проблем на публічних аренах;
- типологічні особливості соціальної журналістики;
- пріоритетні теми соціальної журналістики;
- специфіку жанрової палітри найпоширеніших інформаційних, аналітичних і художньо-публіцистичних жанрів у рамках соціальної журналістики;
- загальні правила журналістського етикету, теорію соціальної відповідальності в інформаційному просторі сучасної журналістики;
- творчі прийоми й методи, найбільш актуальні для висвітлення соціальної проблематики у пресі;
- провідні джерела й методи збору суспільно-значущої інформації для журналіста;
- функції преси у висвітленні тих чи інших соціальних проблем;
- особливості інтерв'ювання окремих категорій населення (дітей, підлітків, жінок, які постраждали від насилля, людей з обмеженими можливостями тощо);
- обов'язки журналіста під час опрацювання й висвітлення у пресі окремих соціальних проблем;
- провідні вітчизняні й міжнародні законодавчі документи, які стосуються окремих соціальних проблем;
- головні напрямки державної політики щодо відповідних соціальних проблем;
- визначення соціального стереотипу як схематичного стандартизованого образу і шляхи його подолання у ЗМІ;
- роль преси у формуванні / розвінчуванні соціальних стереотипів;
- найчастотніші помилки, яких допускаються журналісти, працюючи в рамках соціальної проблематики у пресі, і шляхи їх уникнення;
- головні принципи створення й розповсюдження соціальної реклами, причини неефективності сучасної соціальної реклами, особливості рекламування соціальних служб;
- загальні тенденції сучасних медіа. Уміти:
- вільно оперувати поняттями, термінами, головними категоріями з курсу «Соціальна проблематика газетних виступів»;
- застосовувати отримані теоретичні знання в конкретній журналістській діяльності;
- використовувати відповідну термінологічну базу під час спілкування з представниками різних соціально вразливих груп;
- різнобічно аналізувати журналістський текст, спираючись на розуміння того, хто створив медіапродукт, для кого він призначений, які засоби вираження власної думки використав автор, до якого жанру належить текст, які його функції, головна ідея тощо;
- скласти систему потенційних джерел інформації для журналіста, обґрунтувати вибір пріоритетних методів збору суспільно-значущої інформації;

- викласти ту чи іншу інформацію у відповідному жанрі, залежно від мети матеріалу, його функцій, об'єкта, способу відображення дійсності тощо;
- відокремлювати факти від суб'єктивної думки, бачити необ'єктивність судження;
- належним чином використовувати статистичні дані в журналістських матеріалах;
- виявляти найпоширеніші соціальні стереотипи в сучасній українській пресі;
- інтерпретувати та декодувати медіатексти, щоб оцінити їх соціальну та практичну значущість, ключові ідеї, актуальність тощо;
- співвіднести емоційне сприйняття журналістського тексту з поняттєвими судженнями;
- визначати мотиви й комунікативні смисли журналістських текстів;
- запропонувати свій варіант "покращення" тих чи інших журналістських матеріалів на соціальну проблематику;
- створити модель журналістського тексту на відповідну тему для конкретної цільової аудиторії;
- висловити власну точку зору на певну теоретичну проблему з курсу «Соціальні проблематика газетних виступів», обґрунтувати її;
- виявляти рівень критичного мислення шляхом порівняння різних джерел інформації; демонструвати логічно-обґрунтовані судження;
- скласти офіційний запит на отримання відповідної інформації;
- розуміти, чим медіасприйняття відрізняється від аналізу журналістських матеріалів;
- розвивати уміння, знання й здібності, необхідні для аналізу способів, за допомогою яких сучасні ЗМІ конструюють соціальну реальність;
- експериментувати з різними формами й технологіями створення журналістського матеріалу, досліджуючи можливості їх використання у поданні соціально-значимої інформації.

1.3 Кількість кредитів: денне – 5/заочне – 8.

1.4 Кількість годин: денне – 180/заочне – 240.

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
денна форма навчання	заочна форма навчання
Нормативна	
Рік підготовки	
4-й	4-й
Семестр	
7-й	7-й
Лекції	
48 год.	4 год.
Практичні, семінарські	
16 год.	4 год.
Лабораторні	
-	-
Самостійна робота	
86 год.	104 год.

Індивідуальні завдання:	
год.	
Вид контролю:	
іспит	іспит

#### 1.6. Заплановані результати навчання

##### **Фахові компетентності**

**ФК 1.** Здатність визначати у інформаційному потоці актуальні, соціально значущі суспільно-політичні, економічні і культурні події, процеси та явища сучасності.

**ФК 2.** Здатність перевіряти надійність та достовірність отриманої інформації, аналізувати факти, виявляти головні та другорядні факти для практичної діяльності.

**ФК 3.** Здатність готувати (писати та редагувати) журналістські матеріали для ЗМК в різних жанрах: відображати дійсність способом інформування, тлумачення, коментування, інтерпретації фактів з урахуванням особливостей, технологічних вимог та аудиторії кожного виду ЗМК.

## 2. Тематичний план навчальної дисципліни

### РОЗДІЛ І

## СОЦІАЛЬНА ЖУРНАЛІСТИКА ЯК АТРИБУТ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ Й ДІЯЛЬНІСТЬ, ОБ'ЄКТОМ ЯКОЇ Є СОЦІАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ

### ТЕМА ПЕРША

#### Типологічні особливості й функції соціальної журналістики: варіативність тлумачень і визначень

Нова соціальна карта України. Варіативність підходів до визначення поняття «соціальна журналістика». Типологія соціально орієнтованих друкованих медіа: за предметно-тематичною спрямованістю (екологічні, медичні тощо), за адресатом (для школярів, молоді, чоловіків, жінок, людей пенсійного віку, людей з обмеженими можливостями тощо), за засновником (видання громадських організацій, державних установ) тощо. Соціально орієнтовані видання регіону (загальна характеристика соціальних рубрик, публікацій, діяльності провідних журналістів).

### ТЕМА ДРУГА

#### Поняття соціальної проблеми й соціальної проблематики в ЗМІ

Соціальна проблема як небажана суспільна ситуація або явище, яке може бути змінене й потребує негайного вирішення. Концептуальні підходи до визначення соціальної проблеми. Рівні функціонування соціальних проблем. Головні принципи відбору соціальних проблем на публічних аренах.

### ТЕМА ТРЕТЯ

#### Джерела й методи збору суспільно-значущої інформації

Людина, середовище, документ, статистика, інформаційні агентства, чутки й інші джерела суспільно-значущої інформації для журналіста: загальна характеристика. Власні розслідування й ідеї журналіста, інформація, завдання й пропозиції редактора чи колеги як редакційні джерела інформації для медійника. Спілкування, спостереження й робота з документами як головні методи збору суспільно-значущої інформації для журналіста: загальна характеристика. Метод журналістського розслідування як одна з форм соціального контролю в рамках соціальної журналістики.

### ТЕМА ЧЕТВЕРТА

#### Соціальна журналістика як сфера творчої діяльності

Жанрова палітра соціальної журналістики. Творчі прийоми й методи, найбільш актуальні для соціальної проблематики (індивідуальний творчий метод). Художньо-публіцистичний, емоційно-образний спосіб організації інформації в журналістських текстах соціальної тематики. Констатація і фактичний аргумент як приклади організації інформації в соціальній журналістиці. Загальні правила журналістського етикету. Теорія соціальної відповідальності в інформаційному просторі сучасної журналістики.

## **РОЗДІЛ ДРУГИЙ**

### **ЗАГАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ В СУЧАСНІЙ ПРЕСІ ОКРЕМИХ АКТУАЛЬНИХ СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ**

#### **ТЕМА П'ЯТА**

##### **Права дитини в фокусі української преси**

Місце дитини в суспільстві: історичний огляд. Основні напрямки всесвітнього руху за права дитини. Дитяча адвокація, дослідження дітей (їх ідей, прагнень, бажань і думок), дитяча самоорганізація й створення мереж як основні стратегії досягнення поставлених цілей щодо прав дітей. Міжнародні документи про права дитини. Вітчизняні законодавчі документи. Структура та зміст «Конвенції ООН про права дитини». Джерела отримання інформації з теми: загальний огляд. Національні урядові звіти про дотримання прав дітей як джерело інформації для журналістів. Функції ЗМІ у висвітленні рівноправності дітей. Особливості висвітлення теми дітей з обмеженими можливостями. Особливості інтерв'ювання дітей. Обов'язки журналіста під час роботи над темою прав дитини. Журналістське розслідування під час висвітлення прав дітей у пресі: тема розслідування й джерела інформації, методи збору інформації, план розслідування та його реалізація. Законодавчі та етичні аспекти діяльності журналістів під час опрацювання теми прав дітей.

#### **ТЕМА ШОСТА**

##### **Молодіжна проблематика й загальні особливості її висвітлення в друкованих медіа**

Молодь як соціально-демографічна спільнота із власним соціальним статусом і роллю в суспільстві. Вікові межі періоду молодості. Державна молодіжна політика як система ідей і теоретичних положень про місце й роль молодого покоління в суспільстві.

Головні засади державної молодіжної політики. Провідні молодіжні проблеми, до висвітлення яких повинні звертатися сучасні медіа. Соціальне самовизначення молоді. Політичне самовизначення молоді. Професійне самовизначення молоді. Економічне самовизначення молоді. Молодіжна субкультура як спільність людей (молоді), чії переконання, погляди на життя й поведінку відмінні від загальноприйнятих або просто приховані від широкої публіки, що відрізняє їх від більш широкого поняття культури, відгалуженням якої вони є. Стереотипне висвітлення молодіжної проблематики в сучасній пресі та шляхи його подолання (робота над джерелами інформації, образною системою матеріалів, стилістичними особливостями тощо).

#### **ТЕМА СЬОМА**

##### **Гендерна політика й сучасні мас-медіа**

Гендер як соціально-рольовий статус людини. «Чоловічі» проблеми в Україні. «Жіночі» проблеми. Гендерна асиметрія як непропорційна представленість соціальних і культурних ролей обох статей у різних сферах життя і в журналістиці в тому числі. Біологічні та гендерні ролі. Гендерні стереотипи. Гендерна соціалізація як процес, під час якого особа опановує відповідні до статі гендерні суспільні ролі. Головні чинники впливу соціокультурного середовища на особистість: сім'я, школа, групи однолітків, засоби масової інформації й інші. Гендерна дискримінація. Позитивна дискримінація. Гендерний розподіл праці. Українське законодавство з утвердження гендерної рівності. Соціальний стереотип як схематичний стандартизований образ чи уявлення про соціальний об'єкт, зазвичай емоційно забарвлений і такий, що володіє високою усталеністю. Гендерні стереотипи у ЗМІ. Сексизм. Роль ЗМІ у формуванні / розвінчуванні гендерних стереотипів і гендерних стандартів й утвердження в суспільстві гендерної культури. Висвітлення в медіа домашнього насильства як прояву гендерної дискримінації. Домашнє насильство як порушення прав людини. Державна політика в Україні щодо гендерної рівності.

## **ТЕМА ВОСЬМА**

### **Тема торгівлі людьми та її висвітлення у пресі**

Торгівля людьми як соціальна проблема. Географія та масштаби торгівлі людьми.. Найпоширеніші шляхи вербування. Протидія торгівлі людьми, основні етапи та документи. Структури й організації, задіяні в протидії торгівлі людьми в Україні. Функції ЗМІ в процесі протидії торгівлі людьми. Соціальні стереотипи під час висвітлення в пресі теми торгівлі людьми та їх подолання. Соціальна й юридична відповідальність журналіста перед своєю аудиторією, джерелами інформації, перед суспільством у цілому, редакційним колективом та самим собою під час роботи над зазначеною темою. Дифамація. Особливості підготовки матеріалів з теми: аналіз цільової аудиторії, інформаційний привід, достовірність повідомлення, специфіка роботи з джерелами інформації, з експертами (державні структури, громадські організації, міжнародні організації, постраждали). Актуальність, новизна, соціальна значимість, практична цінність і потенційна зацікавленість цільової аудиторії як провідні критерії відбору інформації про торгівлю людьми. Основні інформаційні приводи. Особливості співпраці журналістів з недержавними організаціями. Інтерв'ю з постраждалими. Головні принципи журналіста під час інтерв'ю. Особливості використання відповідної термінології під час висвітлення теми торгівлі людьми.

## **ТЕМА ДЕВ'ЯТА**

### **Організація й проведення сучасними засобами масової комунікації профілактики ВІЛ/СНІДу й наркоманії**

Наркоманія й ВІЛ/СНІД як соціальні проблеми. Медико-соціальні аспекти ВІЛ/СНІДу. Профілактика ВІЛ/СНІДу засобами масової інформації. Діяльність громадських організацій у сфері профілактики та протидії поширенню ВІЛ/СНІДу. Роль ЗМІ у формуванні толерантного ставлення суспільства до ВІЛ-позитивних людей. Стигматизація як процес віднесення людей до особливого класу й формування відповідного (переважно негативного) ставлення до них і мас-медіа. Етичні аспекти висвітлення теми. Законодавство України щодо висвітлення проблеми ВІЛ/СНІДу. Основні фактори наркотизації молодого покоління. Відомості про наркогенні речовини та ознаки їх вживання. Дія наркотичних речовин на організм споживача наркотиків. Поняття



про психічну та фізичну залежність. Етапи розвитку наркоманії. Головні функції журналістів під час висвітлення теми наркоманії. Загальні питання профілактики наркоманії серед неповнолітніх та молоді, формування здорового способу життя. Висвітлення у пресі діяльності державних, громадських і релігійних організацій як первинна й вторинна профілактика наркоманії. Висвітлення у пресі правопорушень, пов'язаних із незаконним обігом наркотиків. Загальні особливості медійної роботи над темою. Проблеми пропаганди наркоманії у пресі. Пропаганда наркоманії як результат неправильного висвітлення теми в сучасній пресі. Найчастотніші помилки, яких допускаються журналісти, працюючи в рамках теми. Підтеми, до висвітлення яких журналістам варто підходити з особливою обережністю. Джерела інформації для журналіста в рамках теми: загальна характеристика. Джерела, від яких варто відмовитися, або потрібно підходити з особливою виваженістю: наркоман, продавець товару, «фахівці». Найчастотніші стилістичні помилки, яких допускаються журналісти, працюючи над темою. Відповідальність журналіста за поширення недостовірної чи неврівноваженої інформації.

## ТЕМА ДЕСЯТА

### Соціальна реклама як ефективний освітній захід в рамках висвітлення соціальної проблематики в мас-медіа

Поняття «соціальна реклама»: варіативність визначень й особливості тлумачення. Історія соціальної реклами: загальна характеристика різних періодів її становлення й функціонування. Функції соціальної реклами, основні завдання й цілі. Основні принципи створення соціальної реклами. Загальні й спеціальні вимоги до соціальної реклами. Обмеження щодо реклами, розрахованої на неповнолітніх. Головні напрямки соціальної реклами. Особливості рекламування соціальних служб. Види соціальної реклами соціальних служб: іміджева реклама, стимулююча реклама, реклама стабільності. Структурно-необхідні елементи соціальної реклами соціальних служб. Ефективність і дієвість соціальної реклами. Причини неефективності соціальної реклами. Загальні особливості виготовлення та розміщення соціальної реклами. Соціальна реклама як компонент інформаційної кампанії.

#### 4. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
л		п	лаб.	інд.	с. р.	л		п	лаб.	інд.	с. р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Розділ 1. ВСТУП ДО КУРСУ «СОЦІАЛЬНА ПРОБЛЕМАТИКА ГАЗЕТНИХ ВИСТІПІВ»</b>												
Тема 1. Загальне поняття про соціально-орієнтовану журналістику	11	4	1	–	–	8		1	0,5	–	–	
Тема 2. Пріоритетні теми соціальної журналістики та особливості їх висвітлення	14	4	1	–	–	8		1	–	–	–	

Тема 3. Соціальна журналістика як сфера творчої діяльності	12	4	1	–	–	8		1	0,5	–	–	
Тема 4. Нормативно-правові аспекти роботи з соціальною проблематикою у ЗМІ	15	4	1	–	–	8		1	–	–	–	
Разом за розділом 1	53	16	4	–	–	32		4	1	–	–	
<b>Розділ 2. «ВАЖКІ ТЕМИ» В РАМКАХ СУЧАСНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ ЗМІ</b>												
Тема 1. Висвітлення у пресі проблеми торгівлі людьми	14	4	1	–	–	8		0,5	–	–	–	
Тема 2. Права дитини у фокусі ЗМІ	14	4	2	–	–	8		0,5	–	–	–	
Тема 3. Гендерна політика в Україні та ЗМІ	14	4	1	–	–	8		0,5	1	–	–	
Тема 4. Висвітлення домашнього насильства як прояву гендерної дискримінації	14	4	2	–	–	8		0,5	1	–	–	
Разом за розділом 2	56	16	6	–	–	32		2	2	–	–	
<b>Розділ 3. СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА В РАМКАХ СОЦІАЛЬНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ</b>												
Тема 1. Соціальна реклама: особливості трактування та функціонування	15	8	1	–	–	8		0,5	–	–	–	
Тема 2. Поняття про ефективність і дієвість соціальної реклами	11	4	2	–	–	8		0,5	–	–	–	
Тема 3. Соціальна реклама як компонент інформаційної кампанії	15	4	2	–	–	6		1	1	–	–	
Разом за розділом 3	41	16	5	–	–	22		2	1	–	–	
Усього годин	150	48	16	–	–	86	120	8	4	–	–	104

#### 4. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Загальне поняття про соціально-орієнтовану журналістику.	3
2	Пріоритетні теми соціальної журналістики та особливості їх висвітлення	3
3	Соціальна журналістика як сфера творчої діяльності	3

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
4	Висвітлення у пресі проблеми торгівлі людьми	3
5	Права дитини у фокусі українських ЗМІ	3
6	Гендерна політика в Україні та ЗМІ	3
7	Висвітлення домашнього насильства як прояву гендерної дискримінації	3
8	Соціальна реклама: особливості потрактування та функціонування	3
9	Поняття про ефективність і дієвість соціальної реклами	3
10	Нормативно-правові аспекти роботи з соціальною проблематикою у ЗМІ	3

#### **6. Самостійна робота**

Проаналізувати видання, яке висвітлює культурну проблематику за такими аспектами: назва, дата виходу, обкладинка, рубрики, жанри, зображальні елементи, теми, стиль викладу. Обрати один текст та проаналізувати його більш детально: заголовок, лід, структура, тема, джерела, глибина розкриття теми, місце автора у матеріалі, оформлення. Обсяг – 4 сторінки. Робота оцінюється у 10 балів.

#### **7. Індивідуальні завдання**

Написати українською мовою матеріал на суспільно важливу тему в інформаційному, аналітичному чи художньо-публіцистичному жанрі. Обсяг – 5 тис. знаків. Проаналізувати його за такими критеріями: за функціями, за джерелами й методами збору суспільно-значущої інформації, за композицією, за жанром, на предмет наявності інтертекстуальних елементів. Можливі попередні консультації з викладачем. Робота оцінюється у 10 балів.

#### **8. Методи навчання**

Лекції, практичні заняття з інтерактивними та евристичними методами навчання (мікрофон, рольові та імітаційні ігри, дискусія, дебати), самостійна робота студента, виконання індивідуального навчально-дослідного завдання.

#### **9. Методи контролю**

Опитування, захист студентами індивідуальних завдань, творчих робіт, оцінювання підготовлених ними доповідей та рівня активності студентів під час занять. Проведення контрольних робіт.

#### **Завдання 1**

Створити концепцію власного видання про українську культуру. Прописати такі аспекти: назва, тираж, кількість сторінок, рубрики, теми для першого номеру, специфіка оформлення, жанри, ілюстрації, аудиторія, на яку розраховане видання. Робота оцінюється у 15 балів.

## **Завдання 2**

Написати аналітичний матеріал на одну із соціальних проблем. Обсяг – 4 сторінки. Робота оцінюється у 10 балів.

## **Завдання 3**

Створити соціальну рекламу. Обґрунтувати актуальність вибраної теми. Запропонувати три варіанти соціальної реклами на обрану тему. Пояснити механізми впливу запропонованих ідей. Робота оцінюється у 13 балів.

## **Контрольна робота**

1. Конвенція ООН про права дитини: загальна характеристика та особливості використання у журналістиці (2 б.).
2. Роль ЗМІ у формуванні толерантного ставлення суспільства до ВІЛ-позитивних людей (2 б.).
3. Диференціювати жіночу та чоловічу пресу. Навести приклади (2 б.).
4. Творче завдання: придумати соціальну рекламу на одну із соціальних тем. Обґрунтувати актуальність, пояснити, чому реклама буде впливовою та на яку аудиторію розрахована (4 б.).

Загальна кількість балів – 10.

10 балів студент отримує, якщо повно, розгорнуто, логічно, послідовно розкриває усі питання. 7 балів студент отримує, якщо робота в цілому виконана повно, майже всі аспекти прокоментовані й проілюстровані, робота виконана самостійно. 5 балів студент отримує, якщо в роботі розкрито найменше половину запитань, вони достатньо прокоментовані, робота виконана самостійно. 2 бали студент отримує, якщо робота виконана поверхово, більшість запитань не розкрито або розкрито неповно, робота не містить послідовних коментарів, робота виконана самостійно. 0 балів студент отримує, якщо робота містить поверхні відповіді, робота має несамостійний характер.

Підсумковий контроль у формі письмового екзамену.

## **Запитання до іспиту**

1. Три сектори соціальної сфери: державний, комерційний і некомерційний. Механізми їх взаємодії.
2. Зміни в типології засобів масової інформації, які відбулися протягом останніх двох десятиліть.
3. Визначення поняття «соціальна журналістика»: варіативність підходів.
4. Громадський статус соціальної журналістики.
5. Головні завдання соціальної журналістики.
6. Типологія соціально орієнтованих друкованих медіа. Соціально орієнтовані видання регіону (загальна характеристика).
7. Поняття соціальної проблеми й соціальної проблематики в ЗМІ.
8. Концептуальні підходи до визначення соціальної проблеми. Рівні функціонування соціальних проблем. Головні принципи відбору соціальних проблем на публічних аренах.
9. Пріоритетні теми сучасної соціальної журналістики.
10. Соціальні програми в сучасній регіональній пресі.
11. Джерела й методи збору суспільно-значущої інформації (загальні характеристика).
12. Жанрова палітра соціальної журналістики.

13. Творчі прийоми й методи, найбільш актуальні для висвітлення у пресі соціальної проблематики.
14. Констатація і фактичний аргумент як приклади організації інформації в соціальній журналістиці.
15. Спеціалізація і громадянська позиція: робота з джерелами інформації, нормативно-правова база соціальної журналістики.
16. Загальні правила журналістського етикету. Теорія соціальної відповідальності в інформаційному просторі сучасної журналістики.
17. Права дитини в фокусі української преси (загальна характеристика).
18. Основні напрямки всесвітнього руху за права дитини. Міжнародні й вітчизняні законодавчі документи про права дитини.
19. Структура та зміст Конвенції ООН про права дитини (загальна характеристика).
20. Джерела отримання інформації з теми прав дитини (загальний огляд). Національні урядові звіти про дотримання прав дітей як джерело інформації для журналістів.
21. Функції ЗМІ у висвітленні рівноправності дітей.
22. Особливості висвітлення теми дітей з обмеженими можливостями.
23. Особливості інтерв'ювання дітей.
24. Журналістське розслідування під час висвітлення прав дітей у пресі.
25. Законодавчі та етичні аспекти діяльності журналістів під час опрацювання теми прав дітей.
26. Молодіжна проблематика й загальні особливості її висвітлення в друкованих медіа.
27. Головні засади державної молодіжної політики.
28. Провідні молодіжні проблеми, до висвітлення яких повинні звертатися сучасні медіа (соціальне, політичне, економічне, професійне самовизначення молоді) – загальна характеристика.
29. Порівняльна характеристика висвітлення молодіжної проблематики суспільно-політичними й молодіжними виданнями.
30. Стереотипне висвітлення молодіжної проблематики в сучасній пресі та шляхи його подолання.
31. Гендерна політика й сучасні мас-медіа.
32. Гендерні стереотипи у ЗМІ (загальна характеристика).
33. Роль ЗМІ у формуванні / розвінчуванні гендерних стереотипів і гендерних стандартів й утвердження в суспільстві гендерної культури.
34. Висвітлення в медіа домашнього насильства як прояву гендерної дискримінації.
35. Державна політика в Україні щодо гендерної рівності (загальна характеристика провідних документів).
36. Тема торгівлі людьми та її висвітлення у пресі.
37. Функції ЗМІ в процесі протидії торгівлі людьми.
38. Соціальні стереотипи під час висвітлення в пресі теми торгівлі людьми та їх подолання.
39. Загальні особливості підготовки матеріалів з теми торгівлі людьми.
40. Організація й проведення сучасними засобами масової комунікації профілактики ВІЛ/СНІДу й наркоманії.
41. Роль ЗМІ у формуванні толерантного ставлення суспільства до ВІЛ-позитивних людей. Стигматизація.
42. Етичні аспекти висвітлення у пресі теми ВІЛ/СНІДу.
43. Законодавство України щодо висвітлення проблеми ВІЛ/СНІДу.
44. Головні функції журналістів під час висвітлення теми наркоманії.
45. Проблеми пропаганди наркоманії у пресі. Найчастотніші помилки журналістів у рамках теми.
46. Соціальна реклама як ефективний освітній захід в рамках висвітлення соціальної проблематики в мас-медіа.

47. Функції соціальної реклами, її основні завдання й цілі.
48. Основні принципи створення соціальної реклами.
49. Загальні й спеціальні вимоги до соціальної реклами.
50. Обмеження щодо реклами, розрахованої на неповнолітніх.
51. Головні напрямки соціальної реклами в Україні.
52. Особливості рекламування соціальних служб.
53. Ефективність і дієвість соціальної реклами. Причини неефективності сучасної соціальної реклами.
54. Загальні особливості виготовлення та розміщення соціальної реклами.
55. Соціальна реклама як компонент інформаційної кампанії.

### 10. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота							Сума
к/р	с/р	інд./р	31	32	33	Іспит	
12	10	10	15	10	13	30	
							100

### Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка за національною шкалою	
	для чотирирівневої шкали оцінювання	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно	зараховано
70-89	добре	
50-69	задовільно	
1-49	незадовільно	не зараховано

### Критерії оцінки знань студента на іспиті

Оцінка **"відмінно"** (сума балів – 91-100) виставляється в тому випадку, коли студент вільно оперує ключовими поняттями, дає їм визначення, старанно відбирає ідеї, факти; логічно організує інформацію, що стосується питання; ідеї подає таким чином, щоб продемонструвати глибокі знання про предмет і здатність логічно мислити; робить поінформовані висновки; відповідь не містить фактичних неточностей; протягом семестру студент брав активну участь у роботі групи й надавав підтримку іншим членам групи, заохочуючи їх до навчання.

Оцінка **"добре"** (81-90 балів) виставляється студентові, коли він відбирає, визначає й описує ключові поняття, проблеми та ідеї; наводить факти, що підтримують деталі; робить поінформовані висновки; припускається незначних фактичних неточностей; протягом семестру брав активну участь у роботі групи.

Оцінка **"добре"** (71-80 балів) виставляється студентові, коли він відбирає, визначає й описує більшість ключових понять, проблем та ідей; робить поінформовані висновки,

однак припускається окремих фактичних неточностей; протягом семестру активно працював на практичних заняттях.

Оцінка *"задовільно"* (61-70 балів) виставляється тоді, коли студент відбирає, визначає й описує більше половини ключових понять, проблем та ідей; включає близько половини основних фактів, що підтримують деталі; подає більше половини правильної інформації, інша інформація може бути помилковою, неточною або відсутньою; робить неповні висновки; протягом семестру погано працював на практичних заняттях.

Оцінка *"задовільно"* (51-60 балів) виставляється тоді, коли студент відбирає, визначає й описує майже половину ключових понять, проблем й ідей; частково включає основні факти, що підтримують деталі; подає майже половину правильної інформації, інша інформація може бути помилковою або відсутньою; робить неповні поверхові висновки; протягом семестру брав пасивну участь у навчальному процесі.

Оцінка *"незадовільно"* (1-50 балів) виставляється, якщо студент оперує незначною кількістю ключових понять, проблем та ідей; не включає факти, які підтримували б деталі; подає помилкову, неточну інформацію або таку, що не стосується питання; знаходить і логічно організовує мало фактів; робить неточні висновки або вони відсутні зовсім; протягом семестру брав пасивну участь у навчальному процесі.

## 11. Рекомендована література

1. Богомолова Н. Н. Социальная психология печати, радио и телевидения / Н. Н. Богомолова. – М. : Из-во Московского ун-та, 1991. – 125с.
2. Валеологічна освіта та виховання: сучасні підходи, доступність і шляхи їх розвитку в Україні : збірник науково-практичних статей / Заг. редак. В. Оржеховської. – К. : Магістр, 1999. – № 5. – 120 с.
3. Гендерна політика в Україні : методичний посібник для державних службовців, представників органів місцевого самоврядування та ЗМІ / Упор. О. Плахотнік, І. Лазарук. – Х. : Райдер, 2007. – 44 с.
4. Гидденс Э. Устроение общества : очерк теории структуризации / Э. Гидденс; пер. с англ. И. Тюрина. – М. : Академический проект, 2005. – 528 с.
5. Говорун Т. В., Кікінежді О. М. Гендерна психологія : навчальний посібник / Т. В. Говорун, О. М. Кікінежді. – К. : Академія, 2004. – 308 с.
6. Николайшвили Г. Социальная реклама : теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Г. Николайшвили. – М. : Аспект Пресс 2008. – 192 с.
7. Освещение в средствах массовой информации проблемы торговли людьми : пособие для журналистов / Укл. А. Топчий, Т. Шевченко. – К. : Интертехнология, 2007. – 160 с.
8. Основи теорії гендеру : навчальний посібник / Відпов. Ред. М. Скорик. – К. : К.І.С., 2004. – 103 с.
9. Права дитини : посібник для журналістів / Упор. Зоринна О'Доннелл. – К. : Компас. – 117 с.
10. Протидія торгівлі людьми : інформаційно-аналітичний збірник / Під ред. С. Нетецького. – К. : Winrock International. – 2006. – 120 с.
11. Социальная реклама : учебное пособие / Под ред. Л. М. Дмитриевой. – М. : Юнити-Дана, 2009. – 271 с.
12. Топчий А., Шевченко Т. Освещение в средствах массовой информации проблемы торговли людьми : пособие для журналистов / А. Топчий, Т. Шевченко. – К. : Интертехнология, 2007. – 158 с.

### Допоміжна література

1. Аврамов Д. Профессиональная этика журналиста: парадоксы развития, поиски, перспективы / Д. Аврамов. – М. : Мысль, 1991. – 271 с.
2. Аналитические жанры газеты : хрестоматия / Сост. В. Пельт, М. Тузова. – М. : Изд-во МГУ, 1989. – 236 с.
3. Андрияшкин С. Компаративный анализ российского и зарубежного опыта социальной рекламы / С. Андрияшкин [Электронный ресурс] Режим доступа : [http://www.socreklama.ru/sr\\_article](http://www.socreklama.ru/sr_article)
4. Анжихина Н. Гендерные стереотипы в современных масс-медиа / Н. И. Анжихина // Гендерные исследования. – № 5. – 1998. – С. 261–273.
5. Анжихина Н. И. "Железная леди" или Баба Яга? "Женская тема" в современной российской прессе / Н. И. Анжихина // Материалы Первой Российской летней школы по женским и гендерным исследованиям "Валдай-96". – М. : МЦГИ, 1997. – С. 43–46.
6. Антипенко О. Социальная реклама: какая ее эффективность? / Ольга Антипенко // Экономическая Газета. – 2003. – 93 (710) от 02.12.2003.
7. Балаклицький М. Есе як художньо-публіцистичний жанр : навчальний посібник / М. Балаклицький. – Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2007. – 90 с.
8. Баутина П. В. Газетный дискурс социальной журналистики: попытка исследования / П. В. Баутина // Ученые записки Казанского ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2008. – Т. 150, кн. 4. – С. 22–32.
9. Безпальна Р. Запобігання домашньому насильству і торгівлі жінками : підручник з проведення тренінгів / Р. Безпальна. – К. : Ніч лава, 2001. – 256 с.
10. Бекешкіна І. Громадська думка в суспільствах, що трансформуються / І. Бекешкіна // Соціологія : теорія, методи, маркетинг. – 2001. – № 4. – С. 218–222.
11. Бергер Б. Социальное конструирование реальности / Б. Бергер; пер. с англ. Е. Руткевич. – М. : Медиум, 1995. – 323 с.
12. Берн Ш. Гендерная психология / Ш. Берн. – СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. – С. 203–219
13. Белоусов Ю. Л. Институціоналізація профілактики наркотизму в Україні / Ю. Л. Белоусов : автореф. дис. ... канд. соц. наук. – Харків, 2003. – 21 с.
14. Блумер Г. Социальные проблемы как коллективное поведение / Г. Блумер // Контексты современности–II : хрестоматия / Сост. и общ. ред. С. А. Ерофеева. – Казань : Изд-во Каз. унта, 2001. – С.30–47.
15. Брайант Д. Основы воздействия СМИ / Д. Брайант. – М., СПб., К. : Вильямс, 2004. – 425 с.
16. Бугрим В. Соціальна реклама в інформаційному суспільстві / В. Бугрим // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2004. – № 50. – С. 58–62.
17. Вагин И. Психология зла. Практика решения конфликтов / И. Вагин. – СПб. : Питер, 2001. – 200 с.
18. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навчальний посібник / З. Вайшенберг. – К. : Академія української преси, Цент вільної преси, 2004. – 262 с.
19. Валеева Р. Обзор деятельности средств массовой информации Республики Татарстан по формированию общественного мнения, направленного на противодействие злоупотребления наркотическими средствами и их незаконному обороту / Р. Валеева [Электронный ресурс] – Режим доступа : [http://www.narkotiki.ru/committee\\_5241.html](http://www.narkotiki.ru/committee_5241.html)
20. Вальтер фон Ла Рош. Вступ до практичної журналістики : навчальний посібник / За заг. Ред. В. Іванова / Вальтер фон Ла Рош. – К. : Академія української преси, 2005. – 229 с.
21. Вебер М. Избранное : образ общества / М. Вебер. – М. : Юрист, 1994. – 336 с.



22. ВИЧ/СПИД и СМИ : рекомендации для журналистов [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.aidsalliance.org.ua>
23. Владимиров В. М. Журналистика, особа, суспільство : проблема розуміння / В. М. Владимиров. – К. : КНУ ім. Т.Шевченка, 2003. – 220с.
24. Власенко Н., Виноградова Л., Калачова І. Гендерна статистика для моніторингу досягнення рівності жінок і чоловіків / Н. Власенко та ін. – К. : Інститут держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2000. –
25. Вместе против СПИДа : пособие в помощь педработникам и другим специалистам / В. Быкова и др. – Минск : Тонпик, 2003. – 86 с.
26. Воронина О. Свобода слова и стереотипный образ женщины в СМИ / О. Воронина // [Электронный ресурс] – Режим доступа <http://magazines.russ.ru/znamia/1999/2/voronina-pr.html>
27. Журналистам о репродуктивном и сексуальном здоровье : пособие / Вортник Б. и др. – К. : Семья, 2003. – 192 с.
28. Галкіна О. М. Деякі кримінологічні аспекти протидії торгівлі людьми / О. М. Галкіна // Форум права. – 2008. – №. 3. – С. 93–96.
29. Гейдар Л., Довбах Г. Соціальна реклама та інформування з проблеми ВІЛ/СНІД в Україні: можливості впливу на зміни в поведінкових практиках / Л. Гейдар, Г. Довбах // Соціальна педагогіка : теорія та практика : методичний журнал. – Луганськ : Видавництво ЛНПУ ім. Тараса Шевченка "Альма-матер", 2004. – С. 72–80.
30. Гендер в СМИ [Электронный ресурс] – Режим доступа [http://www.gender-az.org/shablon\\_ru.shtml?doc/ru](http://www.gender-az.org/shablon_ru.shtml?doc/ru)
31. Гендерна рівність та гідна праця : вибрані конвенції та рекомендації МОП з питань гендерної рівності. – К. : Міжнародна організації праці, 2009. – 152 с.
32. Гендерний аналіз українського суспільства. Інтеграція гендеру в національні державні програми. – К. : Український інститут соціальних досліджень, 2006. – 100 с.
33. Гендерний паритет в умовах розбудови сучасного українського суспільства. – К. : Український інститут соціальних досліджень, 2003. – 129 с.
34. Глобальный кризис – глобальные действия : спец. сессия Генеральной Ассамблеи ООН по ВИЧ/СПИДу. – Б.г.: Издательство ООН, 2001. – 40 с.
35. Глушко О. Журналістське розслідування : історія, теорія, практика : навчальний посібник / О. Глушко. – К. : Арістей, 2006. – 142 с.
36. Гобсбаум Е. Вік екстремізму : коротка історія ХХ віку / Е. Гобсбаум. – К. : Альтернативи, 2001. – 544 с.
37. Гоне Ж. Освіта і засоби масової інформації / Ж. Гоне; пер. з франц. М. Марченко. – К. : К.І.С., 2002. – 100 с.
38. Грабельников А. Работа журналиста в прессе : учебное пособие / А. Грабельников. – М. : РИП-холдинг, 2001. – 364 с.
39. Григораш Д. Журналистика у термінах і виразах : словник / Д. Григораш. – Львів : Вища школа, 1974. – 296 с.
40. Гриценко О. Суспільство, держава, інформація / О. Гриценко. – К. : Київський ун-т, 2001. – 165с.
41. Даниленко С. Європейська журналістика : система підготовки журналістів у Німеччині / С. Даниленко // Вісник Київського університету. Серія: Журналистика. – К., 1996. – Вип. 3. – С. 91–99.
42. Державна програма протидії торгівлі людьми на період до 2010 року (затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 7 березня 2007р. № 410.) [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://women.library.kr.ua/articles.php?lng=ru&pg=572>
43. До дискусії про журналістську етику : збірка статей / І. О. Чемерис, Н. Л. Лігачова, Б. І. Глуховський. – К. : Республіка, 2002. – 150 с.

44. Евгеньева Т., Федорова А. «Позвони родителям!» или «Проголосуй за мистера Х!» // Со-общение. – 2000. – №10, октябрь [Электронный ресурс] Режим доступа : <http://www.soob.ru/soob/00/00-10-11/data/cont2.htm>.
45. Еверетт Д. Навчальний посібник репортера / Д. Еверетт. – К. :Index ПроМедіа, 1999. – 23 с.
46. Журналист в поисках информации : сборник материалов для работников СМИ и будущих журналистов / Отв. ред. А. Симонов. – М. : Галерея, 2000. – 111 с.
47. Забадыкина Е. Сексизм в средствах массовой информации / Е. Забадыкина // [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.a-z.ru/women/texts/zadabyk2r.htm>
48. Закон України «Про ратифікацію Конвенції Організації Об'єднаних Націй проти транснаціональної організованої злочинності та протоколів, що її доповнюють (Протоколу про попередження і припинення торгівлі людьми, особливо жінками і дітьми, і покарання за неї і Протоколу проти незаконного ввозу мігрантів по суші, морю і повітря)» // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 2004. – № 19. – Ст. 263. [Електронний ресурс] – Режим доступу : [http://gska2.rada.gov.ua/pls/zweb\\_n/webproc4\\_2?id](http://gska2.rada.gov.ua/pls/zweb_n/webproc4_2?id)
49. Законотворчість: забезпечення рівних прав та можливостей для жінок та чоловіків. – К. : Заповіт, 2006. –
50. Закусило М. Про що говорить і мовчить соціальна реклама / М. Закусило // Телекритика. – 2005. – № 12. – С. 47–48.
51. Засурский Я. Роль средств массовой информации в обществе / Я. Засурский // Вестник Московского университета. Серия 10 : Журналистика. – 1995. – № 2. – С. 3–6.
52. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості : навчальний посібник / В. Здоровега. – Львів : ПАІС, 2000. – 180 с.
53. Здравомыслова О. М., Кигай Н. И. Личностные установки журналиста-профессионала: гендерный аспект / О. М. Здравомыслова, Н. И. Кигай // Гендер: язык, культура, коммуникация : сборник докладов. – Москва, 2002. – С.137–149.
54. Зернецька О. Нові засоби масової комунікації (соціокультурний аспект) / О. Зернецька. – К. : Наукова думка, 1993. – 131с.
55. Сучасні підходи у сфері охорони здоров'я та його популяризації / Зимівель Н. та ін. – К. : Науковий світ, 2003. – 95 с.
56. Информационные жанры газетной публицистики : хрестоматия / Сост. В. Пельт, М. Тузова. – М. : Изд-во МГУ, 1986. – 259 с.
57. Иванов В. Соціологія масової комунікації / В. Иванов. – К. : Центр вільної інформації, 1999. – 211 с.
58. Иванов Д. Проблеми формування професійної культури українського журналіста в умовах сучасного медіапростору [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://journlib.univ.kiev.ua>
59. Карпенко В. Преса і незалежність України : практика медіа-політики 1988–1998 рр./ В. Карпенко. – К. : Ін-т журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, Нора-Друк, 2003. – 355с.
60. Ким М. Жанры современной журналистики / М. Ким. – СПб : Изд-во В. Михайлова, 2004. – 335 с.
61. Кола Д. Политическая социология / Доминик Кола / Пер. с фр.; предисл. А.Б. Гофмана. – М. : Весь мир, 2001. – 406 с.
62. Колядюк Р. Соціальна реклама – інструмент впливу на масову свідомість та стиль життя у суспільстві / Р. Колядюк // Теорія і практика соціальної реклами в Україні : тези доповідей наукової конференції. – К., 2004. – С. 44–45.

63. Комарова Н. Про деякі аспекти дитячої праці в Україні / Н. Комарова // Український правопис прав людини. – К. : Українська правнича фундація, 1999. – С. 45–49.
64. Копистянська Н. Жанр, жанрова система у просторі літературознавства / Н. Копистянська. – К. : Артвертеп, 2005. – 368 с.
65. Корню Даніель. Етика засобів масової інформації / Даніель Корню, Пер. з франц. С. Гринцевич. – К. : КІС, 2004. – 130 с.
66. Короткіх Л. В. Протидія торгівлі людьми : методичні рекомендації з організації виховної роботи / Л. В. Короткіх. – Луганськ, 2008. – 10 с.
67. Крупський І. В. Українська газета як художньо-поліграфічний феномен : історія, сучасний стан, перспективи розвитку / І. В. Крупський. – Львів : ЛДУ, 1993. – 103с.
68. Кузнецова О. Аналітичні методи в журналістиці / О.Кузнецова. – Львів : Вид-во ЛНУ, 2002. – 117 с.
69. Кузнецова О. Журналістська етика та етикет: Основи теорії, методики, дослідження трансформації незалежних видань України, регулювання моральних порушень / О. Кузнецова. – Л. : Світ, 1998. – 411 с.
70. Курилович Н. Женщины и средства массовой информации / Н. Курилович [Электронный ресурс] – Режим доступа : [http://www.cacedu.unibel.by/widm/Bulletins/n2/Bn2a5\(wem%20and%20SMI\).htm](http://www.cacedu.unibel.by/widm/Bulletins/n2/Bn2a5(wem%20and%20SMI).htm)
71. Лазутина Г. Профессиональная этика журналиста : учебное пособие / Г. Лазутина. – М. : Аспект-Пресс, 2000. – 240 с.
72. Левченко К. Б., Черепаха К. В. Ставлення населення України до проблеми торгівлі людьми та організації надання допомоги потерпілим від торгівлі людьми / К. Б. Левченко, К. В. Черепаха. – К. : Ла Страда-Україна, 2007. – 4 с.
73. Лизанчук В., Кузнецова О. Методи збирання і фіксації інформації в журналістиці : навчальний посібник / В. Лизанчук, О. Кузнецова. – К. : МНК ВО при Мінвузі УРСР, 1991. – 200 с.
74. Лицом к лицу со СПИДом : Приоритеты общества в условиях глобальной эпидемии : программный доклад об исслед. Всемирного банка. – Б.г.: Весь мир, 1998. – 289 с.
75. Лубкович І. Соціологічні методи збору інформації // Лубкович І. Соціологія і журналістика : навчальний посібник / І. Лубкович. – Львів : Видав. Центр ЛНУ імені Івана Франка, 2002. – С.37–80.
76. Лукина М. Технология интервью : учебное пособие для вузов / М. Лукина. – М. : Аспект-Пресс, 2005. – 192 с.
77. Любимова А. Пропаганда наркомании в отечественных СМИ / А. Любимова [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://army.lv/ru>
78. Люди и ВИЧ. – К.: Международный Альянс по ВИЧ/СПИД в Украине, 2001. – 350 с.
79. МакКрем С. Как интервьюировать детей : руководство для журналистов и других / Сара МакКрем. – М. : ПрессВайз, 2000. – 60 с.
80. Малин И. Мониторинг СМИ : Заметки о наркомании: почему мы обманываемся и почему нас обманывают / И. Малин [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://managd.com/site/?act=news&id=80284>
81. Маркова Н. СМИ и наркомания / Н. Маркова [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.narcom.ru/parents/parents/21.html>
82. Масова комунікація : підручник / А. Москаленко та ін. – К. : Либідь, 1997. – 216 с.
83. Матеріали Відділу боротьби зі злочинами, пов'язаними з торгівлею людьми Департаменту Карного розшуку МСВ України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://ctu.mvs.gov.ua/ukr/phenomenon/>
84. Мельник Г. Общение в журналистике : секреты мастерства / Г. Мельник. – СПб., М., Х., Минск : Питер, 2005. – 216 с.

85. Мертон Р. К. Социальная структура и аномия / Р. К. Мертон // СоцИс. – 1992. – № 2. – С.11–24.
86. Мертон Р. К. Социальная структура и аномия / Р. К. Мертон // СоцИс. – 1992. – № 3. – С.104–113.
87. Мисонжников Б. Я. СМИ как субъект моделирования гендерных отношений / Б. Я. Мисонжников // Женщина в массовой коммуникации: штрихи к социокультурному портрету. – М., 1998. – С. 122–124.
88. Місьо М., Н. Петрова. Правничі засади діяльності журналістів в Україні / М. Місьо, Н. Петрова. – К. : IREX ПроМедіа, 2002. – 100 с.
89. Молоді люди, які вживають ін'єкційні наркотики. Поінформованість, усвідомлення ризику ВІЛ-інфікування, поведінка : аналітичний звіт за результатами опитування споживачів ін'єкційних наркотиків у рамках проекту «Профілактика ВІЛ/СНІДу серед молодих людей, які вживають наркотики ін'єкційним шляхом». – К. : Представництво ЮНІСЕФ в Україні, 2001. – 64 с.
90. Мурікан Ж. Журналістське розслідування / Ж. Мурікан. – К. : ІМІ, 2003. – 200 с.
91. Обрителько Б. Реклама і рекламна діяльність : курс лекцій / Б. Обрителько. – К. : МАУП, 2002. – 240 с.
92. Оссовський В. Громадська думка: теоретичні та методологічні проблеми дослідження / В. Оссовський. – К. : СтилоС, 2001. – 168 с.
93. Оцінка ефективності програми «Здоров'я та розвиток молоді» (1997-2001). – К. : Представництво державного фонду ООН в Україні, 2002. – 96 с.
94. Парсонс Т. Понятие общества : компоненты и их взаимоотношения / Т. Парсонс [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000943/st000.shtml>
95. Полач Д. Социальные проблемы с конструкционистской точки зрения / Д. Полач // Средства массовой коммуникации и социальные проблемы : хрестоматия. – Казань : Изд-во Каз. ун-та, 2000. – С.57–67.
96. Помазан О. Гендерні проблеми і мас-медіа / О. Помазан // Гендерний аналіз українського суспільства. – К. : ПРООН, 1999. – С. 91–102.
97. Права дитини : щомісячний журнал. – 2004– 2010.
98. Про становище молоді в Україні : щорічна доповідь Президентів України, Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України. – К. : Український інститут соціальних досліджень, 2009. – 160 с.
99. Про становище сімей в Україні : доповідь за підсумками 2009 року. – К. : Державний комітет молодіжної політики, спорту і туризму України, Український інститут соціальних досліджень, 2009. – 200 с.
100. Протидія епідемії ВІЛ/СНІДу в молодіжному середовищі : знання, ставлення, поведінка : аналітичний звіт за результатами опитування «Знання. Ставлення. Поведінка» у рамках проекту «Профілактика ВІЛ/СНІДу серед молодих людей, які вживають наркотики ін'єкційним шляхом». – К. : Представництво ЮНІСЕФ в Україні, 2001. – 77 с.
101. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты : учебное пособие / Смелкова З. и др. – М. : Флинта, Наука, 2003. – 320 с.
102. Роль СМИ в разрушении традиционных полоролевых моделей и семейных ценностей [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.pravoverie.ru/kolybel/modules.php>
103. Рудий В. Законодавство України у сфері боротьби з ВІЛ/СНІДом. Сучасний стан і шляхи вдосконалення / В. Рудий. – К. : Відродження, 2003. –
104. Рэндалл Д. Универсальный журналист / Д. Рэндалл; пер. с англ. А. Порьяза, под ред. В. Харитоновна. – Вел. Новг., СПб, 1999. – 180 с.

105. Рябова Т. Б. Гендерные стереотипы и гендерная стереотипизация : методологические подходы [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.ivanovo.ac.ru/win1251/library/text/konf/006.pdf>
106. Савельева И. Если вы пишете о СПИДе... Журналистам о СПИДе / И. Савельева. – М. : Российский фонд "Имена", Рубикон, 1999. – 120 с.
107. СМИ и ВИЧ/СПИД : как изменить ситуацию [Электронный ресурс] – Режим доступа : [http://data.unaids.org/publications/irc-pub06/jc1000-media\\_ru](http://data.unaids.org/publications/irc-pub06/jc1000-media_ru)
108. Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество / П. Сорокин. – М. : Политиздат, 1992. – 543 с.
109. Соціально-просвітницькі тренінги з формування мотивації до здорового способу життя та профілактики ВІЛ/СНІДу: Навчально-методичний посібник / Страшко С. та інші. – К.: Освіта України, 2006. – 260 с.
110. Становище жінок в Україні : реалії та перспективи : парламентські слухання. – К., 2004. – 157 с.
111. Стейнар К. Исследовательское интервью / К. Стейнар. – М. : Смысл, 2003. – 302 с.
112. Сучасна жіноча преса в Україні : покажчик / Упорядники А. М. Волобуєва, Н.М. Сидоренко. – К. : Дослідницький центр історії української преси, 1998. – 76 с.
113. Таловов В. Труд журналиста : методика и техника журналистского наблюдения / В. Таловов. – Л., 1992. – 190 с.
114. Тедстром Д. Люди з ВІЛ будуть виходити на вулиці / Д. Тедстром // Час новин. – 2004. – 29 листопада.
115. Тематична державна доповідь про становище дітей в Україні : праця дітей в Україні. – К. : Український інститут державних досліджень, 2001. – 127 с.
116. Теплюк В. М. Социальная ответственность журналиста / В. М. Теплюк. – М. : Мысль, 1984. – 208с.
117. Тертычный А. Жанры периодической печати : учебное пособие для вузов / А. Тертычный. – М. : Аспект-Пресс, 2000. – 312 с.
118. Тертычный А. Расследовательская журналистика / А. Тертычный. – М. : Аспект-Пресс, 2002. – 300 с.
119. Торгівля людьми : навчально-методичний посібник / Заг. ред. К. Б. Шевченко та О. А. Удалової. – К. : Версо-04, 2005. – 210 с.
120. Торгівля людьми [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://217.69.40.171/ukrainian/traffic/human-trafficking/>
121. Шендеровський К. Медіакомунікації та соціальні проблеми : зб. навч.-метод. матер. і наук. статей : у 3 ч. / упор., ред. К. С. Шендеровського; Київ. нац. ун-т; Ін-т журналістики. – К., 2012. – Ч. 1. – 288 с.
- 122.
123. Уиллмен Дж. Журналистские расследования : современные методы и техника / Дж. Уиллмен. – М., 1998. – 180 с.
124. Федотова Л. Реклама в социальном пространстве : социологическое эссе / Л. Федотова. – М. : NCV Publisher, 1996. – 272 с.
125. Феннето Э. Интервью и опросник : формы, процедуры, результаты / Э. Феннето. – Спб., М., Х., Минск : Питер, 2004. – 159 с.
126. Фихтелиус Э. Десять заповедей журналистики / Пер. со шведс. В. Менжун. – Kalmar : Fojo, 2003. – 155 с.
127. Формування здорового способу життя молоді : проблеми і перспективи / О. Яременко та ін. – К.: Український інститут соціальних досліджень, 2000. – 100 с.
128. Фуллер Р., Майерс Р. История социальной проблемы / Р. Фуллер, Р. Майерс // Контексты современности-II : хрестоматия. – Казань : Изд-во Каз. унта, 1998. – С. 54–114.

129. Хилгартнер С., Боск Ч. Рост и упадок социальных проблем: концепция публичных арен / С. Хилгартнер, Ч. Боск // Средства массовой коммуникации и социальные проблемы : хрестоматия. – Казань : Изд-во Каз. ун-та, 2000. – С.82–90.
130. Человек и общество : хрестоматия / Под ред. С. Макеева. – К. : Ин-т социологии НАН Украины, 1999. – 336 с.
131. Чиж Э. Права ребенка : что надо знать, прежде чем говорить о правах ребенка / Э. Чиж. – М. : ПрессВайз, 2004. – 40 с.
132. Чічановський А. Новина в журналістиці / А. Чічановський. – К. : Грамота, 2003. – 48 с.
133. Шалаева Д. Этико-правовые проблемы СПИДа / Д. Шалаева // Социальная профилактика и здоровье. – 2003. – № 3. – С. 49–50.
134. Шматко Н. А. Плюрализация социального порядка и социальная топология / Н. А. Шматко // СоцИс. – 2001. – № 9. – С. 14–19.
135. Шум Ю. Журналистское расследование : от теории к практике / Ю. Шум – М. : Галерея, 2002. – 120 с.
136. Щодо розкриття та розслідування торгівлі людьми : методичні рекомендації / Уклад. О. М. Литвинов та ін.; Харк. нац. ун-т внутр. справ, Науково-дослідна лабораторія з проблем розкриття злочинів. – Х. : ХНУВС, 2006. – 73 с.
137. Ямпольская Р. М. Женская пресса. Ее типологические особенности / Р. Ямпольская // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 1995. – №1. – С.15– 25.
138. Alternative report on the implementation of the united nations convention on the rights of the child in Ukraine. – К. , 2009. – 8137–144.4 p.
139. Dines G. & Humez, J. Gender, race, and class in media: a text-reader. – The University of North Carolina Press, 2003. – 150 p.
140. Loseke D.R. Thinking About Social Problems : An Introduction to Constructionist Perspectives / Loseke D.R. – Hawthorne, 2003. – 100 p.
141. Manning N. Constructing Social Problems // Social Problems and Welfare Ideology / Manning, N. (ed.). – Aldershot, 1985. – P. 13-18.