Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Кафедра журналістики

 “**ЗАТВЕРДЖУЮ**”

Проректор

з науково-педагогічної роботи

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

«\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2019 р.

# Робоча програма навчальної дисципліни

**МЕДІАОСВІТА І МЕДІАГРАМОТНІСТЬ**

рівень вищої освіти третій (освітньо-науковий)

галузь знань 06 Журналістика

спеціальність 061 Журналістика

освітня програма журналістика

вид дисципліни за вибором

факультет філологічний

2019 / 2020 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою факультету

«28» серпня 2019 року, протокол № 1

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: Нечаєва Н. В., кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Програму схвалено на засіданні кафедри журналістики

Протокол від «27» серпня 2019 року № 1

 Завідувач кафедри журналістики

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Хавкіна Л. М.

 (підпис)

Програму погоджено методичною комісією філологічного факультету

Протокол від «28» серпня 2019 року № 1

 Голова методичної комісії філологічного факультету

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Гноєва Н. І.

 (підпис)

**1. Опис навчальної дисципліни**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Найменування показника | Галузь знань (предметна область), напрям, спеціальність, рівень вищої освіти / освітньо-кваліфікаційний рівень | Характеристика навчальної дисципліни |
| денна форма навчання | заочна форма навчання |
| Кількість кредитів – 3 | Спеціальність:061 ЖурналістикаНауковий ступінь:доктор філософії | Вибіркова |
| Рік підготовки |
| 2-й |  |
| Індивідуальне завданняне передбачене | Семестр |
| Загальна кількість годин 90 | 4-й |  |
| Лекції |
| Тижневих годин для денної форми навчання:семінарських – 2,самостійної роботи аспіранта – 5 | 14 год. |  |
| Семінарські |
| 4 год. |  |
| Самостійна робота |
| 72 год. |  |
| Вид контролю |
| Іспит |  |

**2. Мета та завдання навчальної дисципліни**

2.1. **Метою** викладання навчальної дисципліни є надання уявлення про сучасні соціокомунікаційні процеси і пояснення значущості медіаосвіти в глобалізованому інформаційному світі; ознайомлення аспірантів з основними напрямками медіаосвіти, її аудиторіальною стратифікацією, завданнями і викликами масовокомунікаційних перетворень; сформування розуміння залежності рівня медіаосвіти суспільства і здатності його протистояти позитивним і негативним наслідкам впливу медіа; дати уявлення про медіаграмотність як про нову форму соціалізації людини, можливість глибокого розуміння сучасних суспільно-політичних, громадянських, культурних проблем, і водночас як про механізм отримання новітніх знань за допомогою медіаконтенту телебачення, преси, Інтернет, радіо, кіно тощо.

2.2. Основними **завданнями** вивчення дисципліни є

* вивчення понятійного апарату медіаосвіти;
* характеристика основних етапів історичного розвитку медіаосвіти у світі;
* аналіз сучасної соціокультурної ситуації, особливостей розвитку медіаосвіти в різних країнах, її звʼязок з медіаграмотністю, медіакультурою і медіапсихологією;
* вивчення медіаосвітніх методик у вищій школі.

2.3. У результаті вивчення курсу аспірант повинен

* **знати**: сучасну наукову парадигму в галузі медіаосвіти й медіаграмотності та динаміку її розвитку, місце медіаосвітньої науки серед інших гуманитарних дисциплін і її міждисциплінарні зв’язки, базові поняття медіаосвіти й медіаграмотності, принципи аналізу медіатекстів із застосуванням методів виявлення маніпулятивного впливу медіа на аудиторію з метою формування культури медіаграмотного споживання;
* **уміти**: самостійно здійснювати науково-дослідну діяльність з використанням сучасних методів дослідження та інформаційно-комунікаційних технологій; критично аналізувати й оцінювати сучасні наукові досягнення, генерувати нові ідеї при вирішенні дослідницьких і практичних завдань, у тому числі в сфері впровадження медіаосвітніх програм у вищій школі; проектувати і здійснювати комплексні дослідження, у тому числі з урахуванням впливу медіа на сучасне суспільство; брати участь у роботі українських і міжнародних дослідницьких колективів щодо вирішення наукових і науково-освітніх завдань покращення оволодіння методами практичного використання медіатехнологій і ефективної протидії медіавпливу в суспільстві і вищій школі зокрема; виявляти актуальні для науки і практики проблеми медіадосліджень і виконувати дослідницьку роботу, ефективно використовувати наявний вітчизняний і зарубіжний досвід і теоретичні знання у сфері медіаосвіти і медіаграмотності; самостійно здійснювати науково-дослідну діяльність у медіасфері, виконувати всі необхідні етапи медіадослідження (обґрунтування актуальності дослідження, розробка методології, програми, методики, аналіз результатів та їх презентація).

**3. Виклад змісту навчальної дисципліни**

**Тема 1.Поняття медіаосвіти і медіаграмотності, місце і роль медіаосвіти в інформаційному світі.** Медіаосвіта як напрям у педагогіці і психології. Звʼязок медіаосвіти з іншими науками. Мета і завдання медіаосвіти (формування усвідомленого критичного ставлення до споживаної інформаційної продукції, профілактика медіаадикцій, навчання навичкам захисту від маніпулятивних стратегій і впливів мас-медіа тощо). Звʼязок медіаосвіти з іншими науками. Медіаосвіта і проблема інформаційно-психологічної безпеки особистості. Розробленість проблем медіаосвіти в міждисциплінарних дослідженнях.

**Тема 2. Становлення сучасної медіаосвіти: світовий досвід.** Основні історичні етапи розвитку медіаосвіти в зарубіжних країнах. Розвиток медіаосвіти в США, Канаді, Австралії, Великобританії, Франції і Німеччині в 20–30-х, 40–50-х, 60-70-х, 80–90-х роках XX століття. Роль ЮНЕСКО та Ради Європи в розвитку принципів медіаосвіти. Міжнародні конференції з медіаосвіти.

**Тема 3.Медіаосвіта і медіакультура: аудіовізуальна культура в глобалізованому суспільстві.** Специфіка аудіовізуальної медіакультури та її роль у сучаснійсоціокультурній ситуації. Компʼютерні системи й Інтернет. Специфіка аудіовізуальної медіакультури. Особливості сучасної соціокультурної ситуації і роль медіакультури в суспільстві при тривалому інтенсивному розвитку масової комунікації. Специфіка і взаємозвʼязок різних видів медіа. Медіакритика і кінокритика: цілі, завдання, функції. Інтернет та мультимедійні компʼютерні системи. Компʼютерні ігри. Інтернет портали, сайти, тексти. Інтернет преса. Інтернет сайт – як синтезована модель аудіовізуальних та друкованих медіа.

**Тема 4. Медіаграмотність в умовах медіаполікультуралізму: вплив медіа на соціокультурне становлення людини.** Короткий огляд розвитку преси, фотографії, звукозапису, кіно, радіо, телебачення, відео, Інтернету. Особливості сучасної соціокультурної ситуації (інтенсивний розвиток звукозорової цінності інформації, компʼютерної техніки, кабельного, ефірного, супутникового телебачення, відео, DVD, CD-ROM, IMAX, Інтернету тощо). Специфіка спілкування, контакту аудиторії з масмедіа та роль у цьому процесі феномену масової (популярної) культури. Медіаосвіта в сучасному світі і її вплив на розвиток особистості. Медіаосвітні проекти як фактор подолання соціокультурних, психологічних барʼєрів у комунікативній сфері.

**Тема 5. Медіаграмотність і медіапсихологія: психологічні аспекти медіакомунікативного впливу і формування медіаімунітету як основи безпечного існування індивіда в сучасному медіасвіті.** Компетентність і психологічна культура особистості. Медіакомпетентність як результат медіаосвіти та властивість особистості. Медіакомунікативна компетентність, медіаграмотність, медіаосвіченість, медіазахищеність співвідношення понять. Структура та критерії медіакомпетентності. Види грамотності й освіченості у ставленні до ЗМІ (за Майровіцем). Поняття «медіаімунітет». Медіакомпетентність як форма і компонент формування культурно-психологічної компетентності особистості. Роль культурно-психологічної компетентності в процесі здійснення медіакомунікативної взаємодії.

**Тема 6. Сучасні медіаосвітні технології і професійні компетенції у сфері медіаосвіти.** Медіаосвітні технології у Франції (Ж. Гонне, Е. Бевор, В. Бреда, Ж. Жакіно, Р. Ла Бордері та ін), Британії (К. Безелгет, Д. Букінгем, Дж. Баукер, Е. Харт, Л. Мастерман, Я. Уолл та ін), Німеччини (Б. Бахмайєр, Х. Нейзито, С. Ауфенангер та ін), Канаді (К. Ворсноп, Б. Дункан, Дж. Пандженте, Ж. Пьетта, А. Карон та ін), Австралії (П. Гринвей, Р. Куїн, Б. МакМахон і ін), США (Дж. Гербнер, Д. Консідайн, Р. Кʼюбі, К. Тайнер, Р. Хоббс і ін). Основні технологічні аспекти: доступ до медіа (включаючи термінологію); аналіз медіатекстів; оцінка медіатекстів (критична оцінка медіатекстів в історичному, соціальному і культурному контексті, включаючи розуміння відносин між аудиторією, медіатекстом і навколишньою дійсністю) та ін. Показники професійних знань і умінь, необхідних науковцям для медіаосвітньої діяльності.

**Тема 7. Науково-практичні аспекти вивчення й організації медіаосвітніх програм.**

Цілі і завдання організації і проведення наукових досліджень у галузі медіаосвіти і медіакультури. Методологічні принципи дослідження (принцип цілісного вивчення явищ, комплексного використання методів дослідження, принцип обʼєктивності, принцип вивчення явищ у розвитку, принцип історизму та ін). Характеристика основних типів наукових досліджень в галузі медіакультури та медіаосвіти Соціологічні, педагогічні, історичні, мистецтвознавчі, культурологічні, психологічні наукові дослідження в області медіакультури та медіаосвіти. Роль наукових фондів та грантових конкурсів в організації сучасних досліджень.

**4. Структура навчальної дисципліни**

|  |  |
| --- | --- |
| Назви тем | Кількість годин |
| Денна форма | Заочна форма |
| Усь-ого | у тому числі | Усь-ого | у тому числі |
| л | п | лаб | інд | с/р | л | п | лаб | інд | ср |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| МЕДІАОСВІТА І МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНОЇ ЕПОХИ  |
| Тема 1. Поняття медіаосвіти і медіаграмотності, місце і роль медіаосвіти в інформаційному світі. | 12 | 2 |  |  |  | 10 |  |  |  |  |  |  |
| Тема 2. Становлення сучасної медіаосвіти: світовий досвід. | 12 | 2 |  |  |  | 10 |  |  |  |  |  |  |
| Тема 3. Медіаосвіта і медіакультура: аудіовізуальна культура в глобалізованому суспільстві. | 12 | 2 | 2 |  |  | 10 |  |  |  |  |  |  |
| Тема 4. Медіаграмотність в умовах медіаполікультуралізму: вплив медіа на соціокультурне становлення людини. | 12 | 2 |  |  |  | 10 |  |  |  |  |  |  |
| Тема 5. Медіаграмотність і медіапсихологія: психологічні аспекти медіакомунікативного впливу і формування медіаімунітету як основи безпечного існування індивіда в сучасному медіасвіті. | 14 | 2 | 2 |  |  | 10 |  |  |  |  |  |  |
| Тема 6. Сучасні медіаосвітні технології і професійні компетенції у сфері медіаосвіти. | 12 | 2 |  |  |  | 10 |  |  |  |  |  |  |
| Тема 7. Науково-практичні аспекти вивчення й організації медіаосвітніх програм. | 14 | 2 |  |  |  | 12 |  |  |  |  |  |  |
| Підсумковий контроль |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Разом за семестр | 90 | 14 | 4 |  |  | 72 |  |  |  |  |  |  |

**5. Теми лекційних занять**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №з/п | Назва теми | Кількістьгодин(стаціонар) | Кількістьгодин(з/в) |
| 1. | Поняття медіаосвіти і медіаграмотності, місце і роль медіаосвіти в сучасному технократичному світі. | 2 |  |
| 2. | Становлення сучасної медіаосвіти: світовий досвід. | 2 |  |
| 3. | Медіаосвіта і медіакультура: аудіовізуальна культура в глобалізованому суспільстві. | 2 |  |
| 4. | Медіаграмотність в умовах медіаполікультуралізму: вплив медіа на соціокультурне становлення людини. | 2 |  |
| 5. | Медіаграмотність і медіапсихологія: психологічні аспекти медіакомунікативного впливу і формування медіаімунітету як основи безпечного існування індивіда в сучасному медіасвіті. | 2 |  |
| 6. | Сучасні медіаосвітні технології і професійні компетенції у сфері медіаосвіти. | 2 |  |
| 7. | Науково-практичні аспекти вивчення й організації медіаосвітніх програм. | 2 |  |
| Підсумковий контроль |  |  |
|  | **Усього**  | **14** |  |

**6. Теми семінарських занять**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №з/п | Назва теми | Кількістьгодин(стаціонар) | Кількістьгодин(з/в) |
| 1. | Критичний аналіз медіатекстів. | 2 |  |
| 2. | Медаімунітет і медіакомпетентність як умови ефективної поведінки та інформаційної безпеки особистості в сучасному медіасвіті. | 2 |  |
| Підсумковий контроль |  |  |
|  | **Усього**  | **4** |  |

**7. Самостійна робота**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №з/п | Назва теми | Кількістьгодин | Форма контролю |
| 1 | Глобальне медіасередовище і його вплив на соціум. | 10 | Включено до поточного та підсумкового контролю |
| 2 | Законодавча база регуляції медіапростору. | 10 |
| 3 | Міжнародні норми регуляції доступу до інформації. | 10 |
| 4 | Проблеми формування безпечного медіасередовища. | 10 |
| 5 | Формування ціннісних орієнтації медіа: проблеми традиції, толерантності, втручання в інтимне. | 10 |
| 6 | Нові медіа і нові стандарти поширення інформації. | 10 |
| 7 | Мультимедійність і створення нового інформаційного продукту: науково-практичний аспект | 12 |
|  | Разом | 72 |  |

**8. Методи навчання**

1.Словесні методи: розповідь, бесіда, лекція.

2. Наочні методи: демонстрація, мультимедійна презентація, ілюстрація.

3. Практичні методи: розв’язання проблемних завдань

а) в усній формі;

б) у письмовій формі (конспекти, проекти, переклади та ін.)

4. Робота з підручником.

5. Відеометод, аудіометод.

6. Метод самоконтролю.

**9. Методи контролю**

Оцінювання підготовлених самостійно питань. Підсумковий контроль проводиться у формі письмового іспиту.

* Мультимедійна презентація – 30.
* Екзаменаційна письмова відповідь – 40.

**Мінімальна кількість балів, які повинен набрати аспірант, – 50% навчального матеріалу семестру – 30 балів.**

**Аспірант допускається до підсумкового семестрового контролю за умови набрання мінімальної кількості – 30 балів.**

**Шкала оцінювання**

* повне й вичерпане висвітлення питання – відмінно (100 – 90)
* загалом правильне з окремими неточностями – добре (89 – 70)
* правильне висвітлення половини проблем – задовільно (69 – 50)

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

**9. Рекомендоване методичне забезпечення**

**Базова література**

1. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. – Харьков: Изд-во гуманит. университет, 2007.
2. Жижина М. В. Медиакультура: культурно-психологические аспекты. – М.: Вузовская книга, 2009.
3. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. – М.: Академический Проект, 2006.
4. Мельник Г. С. Mass-media: психологические процессы и эффекты. – СПб.: Вагриус, 1996.
5. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф.Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ: Центр вільної преси, 2012. — 352 с.
6. Медиа / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли. – М.: Юнити-Дана, 2005.
7. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003.
8. Страшнов С. Л.. Основы массового медиаобразования : учебное пособие. – Воронеж : Фак. журналистики ВГУ, 2009 .— 174 с. :
9. Федоров А. В. Медиаобразование и медиаграмотность. Учебное пособие для вузов. – Таганрог, 2004.

**Допоміжна література**

1. Барт Р. Мифологии. – М., 2000.
2. Бахтин М. М. Работы 1920-х гг. – Киев, 1994.
3. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. – М., 1979.
4. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. – М., 1993.
5. Беньямин В. Произведения искусства в эпоху его технической воспроизводимости.
6. Бжезинский З. Великая шахматная доска. – М., 2005.
7. Библер В. С. На гранях логики культуры. – М., 1997.
8. Библер В. С. От наукоучения к логике культуры. – М., 1991.
9. Бодрийяр Ж. Система вещей. – М., 1995.
10. Борев В. Ю., Коваленко А. В. Культура и массовая коммуникация. – М., 1986.
11. Вебер М. Избранные произведения. – М., 1990.
12. Владимиров В. М. Хаос — Розуміння — Масова комунікація [Текст] : [монографія] / В. М. Владимиров. — К. : КиМУ, 2006. — С. 165–166, 239.
13. Володарі медіа-імперій, від Шпрінгер до Мердока, або новий феодалізм – «Le Monde Diplomatique» [Електронний ресурс] // Інтернет-видання «Аратта». – Режим доступу : http://www.aratta-ukraine.com/text\_ua.php?id=67.
14. Выготский Л. С. Психология искусства. – М., 1968.
15. Генис А. Вавилонская башня. Искусство настоящего времени. – М., 1997.
16. Горбачев М. С. и др. Грани глобализации. Трудные вопросы современного развития. – М., 2003.
17. Грабельников А. А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. – М., 2001.
18. Гриняев С. Поле битвы – киберпространство. – Минск, 2004.
19. Гриценко О. Мас-медіа у відкритому інформаційному суспільстві й гуманістичні цінності : монографія. – К. : ВПЦ «Київський університет», 2002. – 204 с.
20. Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П. Основы межкультурной коммуникации. – М., 2002.
21. Гуревич П. С. Философия культуры. – М., 1995.
22. Делез Ж. Кино/Ад-Мергинем. – М., 2004.
23. Делез Ж. Логика смысла. – М., 1993.
24. Деррида Ж. Позиции. – Киев, 1996.
25. Дьякова Е. Г. Массовая коммуникация и власть. – Екатеринбург, 2002.
26. Егоров В. Телевидение между прошлым и будущим. – М., 1999.
27. Ерасов Б. С. Социальная культурология. Изд. 2-е. – М., 1997.
28. Журналистика и политика/Под ред. М. М. Ковалевой, Д. Л. Стровского. – Екатеринбург, 2004.
29. Зимен С. Бархатная революция в рекламе. – М., 2003.
30. Каган М. С. Философия культуры. – СПб., 1996.
31. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием в России сегодня. – М., 2001.
32. Кассирер Э. Политические мифы//Реклама: Внушение и манипуляция. – М., 2001.
33. Кастельс М. Галактика Интернет. – Екатеринбург, 2004.
34. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура. – М., 2000.
35. Кемеров В. Е. Введение в социальную философию. – М, 2001.
36. Кириллова Н. Медиакультура: от модерна к постмодерну. – М., 2005.
37. Кириллова Н. Медиасреда российской модернизации. – М., 2005.
38. Кириллова Н. Менеджмент культуры. Изд. 2-е – Екатеринбург, 2004.
39. Коган Л. Н. Теория культуры. – Екатеринбург, 1994.
40. Кристева Ю. Разрушение поэтики. Избр. труды. – М., 2004.
41. Кропотов С. Л. Экономика текста в неклассической философии искусства Ницше, Батая, Фуко, Деррида. – Екатеринбург, 1999.
42. Лифтон Г. Д. Технология «промывки мозгов». – М., 2004.
43. Лотман Ю. М. Культура и взрыв. – М., 1992.
44. Лотман Ю. М. Об искусстве. – СПб., 1994.
45. Луман Н. Реальність мас-медіа. — К.: ЦВП, 2010. — 157 с.
46. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. – М. – Жуковский, 2003.
47. Маркузе Г. Одномерный человек. – М., 1994.
48. Мельник Г. С. Mass media: психологические процессы и эффекты. – СПб., 1996.
49. Михалкович В. И. Изобразительный язык средств массовой коммуникации. – М., 1986.
50. Михалкович В. И. Кино и телевидение или о несходстве сходного//Киноведческие записки. – М., 1996. Опыт российской модернизации XVIII – XX веков/Под ред. В. В. Алекссева. – М., 2000.
51. Ортега-и-Гассет Х. Дегуманизация искусства и другие работы. – М., 1991.
52. Основные кодексы и законы Российской Федерации. – СПб, 2002.
53. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера/Под ред. Г. П. Иванова др. – М. 2003.
54. От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже тысячелетий/Под ред. Я. Засурского, Е. Вартановой. – М., 2000.
55. Очерки истории российского телевидения/Под ред. В. В. Егорова и др. – М.,1999.
56. Почепцов Г. Г. Информационные войны. – М. – К., 2000.
57. Потятиник, Б. В. Медіа: ключі до розуміння / Б. В. Потятиник. – Львів : ПАІС, 2004. – 312 с.
58. Разлогов К. Коммерция и творчество. Враги или союзники? – М., 1992.
59. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. – М., 2003.
60. Романовский И. Масс медиа. Словарь терминов и понятий. – М., 2004.
61. Савчук В. Конверсия искусства. – СПб., 2001.
62. Соссюр Ф. Труды по языкознанию. – М., 1977.
63. Социальная философия. Словарь/Под ред. В. Кемерова и В. Керимова. – М., 2003.
Становление СМИ в России как инструмента демократии: политика государства и частных корпораций/Под ред. А. Н. Чумикова и др. – М., 2003.
64. Тоффлер Э. Метаморфозы власти. – М., 2003.
65. Тоффлер Э. Третья волна. – М., 1999.
66. Тульчинский Г. Л. Менеджмент в сфере культуры. – СПб., 2001.
67. Ульяновский А. А. Мифодизайн рекламы. – СПб., 1995.
68. Федоров А. В. Медиаобразование: история, теория и методика. – Ростов, 2001.
69. Формирование и сохранение культурного наследия в информационном обществе. – СПб.: ЮНЕСКО, 2004.
70. Фромм Э. Бегство от свободы. – М., 1989.
71. Фуко М. Археология знания. – Киев, 1996.
72. Хайзенга Й. Homo Ludens. Человек играющий. – М., 2003.
73. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. – СПб. – М., 2001.
74. Цуладзе А. Политическая мифология. – М., 2003.
75. Юзвишин И. И. Основы информациологии. – М., 2000.
76. Юнг К. Архетипы и символ. – М., 1991.
77. Ямпольский М. Видимый мир. Очерки ранней кинофеноменологии. – М., 1993.
78. Ясперс К. Смысл и назначение истории. – М., 1991.
79. Agnew H. E. Advertising Media: How to weigh and measure. – New York: D. Van Nostrand, 1932. – 280 p.
80. Alexander J.C. The Civil Sphere. – N.Y.: Oxford University Press, 2006.
81. Appadurai A. Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization. – Minneapolis: University of Minnesota Press. – 1996. – 330 p.
82. Archer M. Art since 1960. New edition. – London: Thames&Hudson, 2006. – 256 p.
83. Ardevol E. Cyberculture: Anthropological perspectives of the Internet / Ardevol E. – Режим доступу: www.media-anthropology.net/lboro\_ardevol.pdf.
84. Bazalgette, С., Bevort, Е., Savino, J. (Eds.) Media Education Worldwide. – Paris: UNESCO, 1992. – 256 p.
85. Bewes T. Reification, or the anxiety of late capitalism. London: Verso Press, 2002. - 239 p.
86. Bignell. J. Postmodern Media Culture// J. Bignell. – Edinburg : Edinburg University Press, 2001. – 240 р.
87. Buckingham, D. Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture. – Cambridge, UK: Polity Press, 2003. – 219 p.
88. Carey J.W. Communication as culture. Esseys on media and society. – N.Y.–London: Routledge, 1991. – 241 p.
89. Chomsky N. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media (with Edward Herman). – New York: Pantheon Books, 1988.
90. Chomsky N. Media Control. The Spectacular Achievements of Propaganda / N. Chomsky. – NY. : Seven Stories Press, 2002. – 103 p.
91. Chomsky N. Powers and Prospects: Reflections on Human Nature and the Social Order. – Boston: South End Press, 1996.
92. Communication / Ellen Berry, Mikhail Epstein. – New York : St. Martin's Press, 1999. – Р. 25. – Режим доступу : http://old.russ.ru/antolog/intelnet/fs\_transculture.html
93. Couldry N. The Place of Media Power: Pilgrims and Witnesses of the Media Age. – Routledge, 2000. – 238 p.
94. Crane D. The production of culture: media and the urban arts. – Sage Publications, 1992. – 198 p.
95. Cultural industries: a challenge for the future of culture. – P.UNESCO, 1982.
96. Czitrom D. J. Media and the American mind: From Morse to McLuhan. – Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1982. – 335 p.
97. Darley A. Visual digital culture: surface play and spectacle in new media genres. — Routledge, 2000. – 225 p
98. Davis D. Art and the Future. – New York: Praeger Publishers, 1974. – 156 p.
99. Dijk T. A. van. Discourse as Structure and Process / Т. А. van Dijk. — London, Thousand Oaks, New Delhi : SAGE Publications, 1997. — 368 p.
100. Duncan D. The Possibility of Freedom in a. Post-Modern Media Culture/ D. Duncan [Електронний ресурс]. Режим доступу: www.ou.edu/oslep/seminars/08-09/DuncanSyllabus.pdf
101. Duncan J. Visual search and stimulus similarity / J. Duncan, G. Humphreys // Psychological Review. — 1989. — Vol. 96. — P. 433—458.
102. Duncan J. Visual search and visual attention / Posner M., Marin O. (eds.). — N. J. : Lawrence Erlbaum Associates, 1985. — 493 p.
103. Eco U. Interpretation and History / U. Eco // Interpretation and Overiconterpretation / Eco U., Rorty R., Culler J., Brooke-Rose C. / [еd. by S. Collini]. — Cambridge : Cambridge Univ. Press, 1996. – P. 23–45.
104. Federman, I (Ed.) National Television Violence Study. – Vol. 2. – Santa Barbara: Center for Communication and Social Policy University of California, 54 p.
105. Girard A. Cultural industries: a handicap or a new opportunity for cultural development? // Cultural industries: a challenge for the future of culture. - P. UNESCO, 1982.
106. Hall St. Culture, Society and the Media. – London, New York, 1986.
107. Hall, St. [The Rediscovery of ideology, or return of the oppressed](http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/125715.html) // Culture, Society and the Media / Eds. Gurevitch, M. Bennett, T., Curran, J., Woollacott, J. – London, New York: Routledge. 1986.
108. Hart, A. Understanding Media: A Practical Guide. – London: Routledge, 1991. –268 p.
109. Innis H. Bias of communication. – Toronto-Buffalo-London: University of Toronto Press. – 1991. – 226 p.
110. Innis H. Empire and Communication. – Oxford: Clarendon Press, 1950. – 280 p.
111. Innis. H. Bias of Communication / H. Innis. – Toronto: University of Toronto Press, 1951.
112. Innis. H. Empire and Communications / H. Innis. – Oxford: University of Oxford Press, 1950.
113. Kellner D. Media Culture : Cultural studies, identity and politics between the modern and postmodern / D. Kellner. – London; NY, 2000. – 357 p.
114. Kris E., Leites N. Trends in the Twentieth Century Propaganda // Reader in Public Opinion and Communication Ed. by Berelson B., Janowitz M.– New York, 1953.
115. Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. – New Brunswick (U.S.A.) and London (LIK): Transaction Publishers, 1997. – 484 p.
116. Lash, S. Critiques of Information / S. Lash. – London; Thousand Oaks (Ca.): Sage Publications, 2002.
117. Lasswell H. D. The Structure and Function of Communication in Society // Mass Communications / Ed. by Schramm. – W. Urbana, 1960.
118. Lasswell H. D. The Structure and Function of Communication in Society / H. D. Lasswell // The Communication of Ideas. ; [еd. : L. Bryson]. — New York : Harper and Brothers, 1948. – P. 37–51.
119. Layirsfeld P. Merton R.Mass Communication, popular taste and organized social action. Bryson, (ed.) The Communication of Ideas. – N.Y.: Harper and Brothers, 1948.
120. Lazarsfeld P. F., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice. – N. Y., 1948 .
121. Marcuse H. Some Social Implications of Modern Technology // The Essential Frankfurt School Reader. – N.Y., 1995.
122. Masterman, L., Marlet, F. Media Education in 1990 Europe. – Strasbourg: Council of Europe. 1994. – P. 6–59.
123. Schudson M.The Menu of Media Research // Media, Audience and Social Structure / Ed. by Ball-Rokeach S. J., Cantor G.C. – Newbury Park, 1986.
124. McQuail D.Mass Communication and Public Interest: Towards Social Theory for Media Structure and Performance. In: *Cmwley D., Mitehell D.*Communication Theory Today. – Polity Press, 1994. – P. 241–254.
125. Morse M. Virtualities: television, media art, and cyberculture. – Indiana University Press, 1998. – 266 p.
126. Propaganda and the Public Mind: Conversations with Noam Chomsky (with David Barsamian). – Cambridge, MA: South End Press, 2001.
127. Riesman David. The lonely crowd: a study of the changing American character. – N. Y., 1950.
128. Stevenson, Nick. Understanding Media Cultures. Social Theory and Mass Communication. London & Thousands Oaks, Calif. – 1995. http://www.getcited.org/?PUB=103320851&showStat=
129. Teun, A. van Dijk.Opinions and Ideologies in the Press / Ed. by Allan Bell and Peter Garret // Approach to Media Discours. – Blackwell Publishers Ltd., 1998.
130. Thompson Kenneth. Moral Panic. – London: Routledge, 1997.
131. Thompson, J. The Media and Modernity. A Social Theory of the Media / J. Thompson ; Stanford University Press. 1995.

**Інформаційні ресурси**

**Canada**

Association for Media Literacy: http://interact.uoregon.edu/MediaLit/

Barry Duncan: Barry's Bulletin from the Media Awareness Net work:

http://www.media-awareness.ca/eng/med/class/multilib/

Canadian Association for Media Education (CAME):

http://www.mediastudies.com

Canadian Association of Media Education Organizations (CAMEO):

<http://interact.uoregon.edu/MediaLit/CAMEO/index.html>

Institute of Media Ecology

http://www.franco.lviv.ua/mediaeco

**United Kingdom**

British Film Institute:

http://www.bfi.org.uk

British Film Institute & British Media Educators:

http://www.mediaed.org.uk

Center for the Study of Children, Youth and Media

(Institute of Education, University of London):

http://www.ccsoline.org.uk/mediacentre/home.html

Media Education Centre (MEC):

http://www.soton.ac.uk/~mec/

Media Education Wales:

http://www.mairtom.demon.co.uk/mediaed

Media Education:

www.ruralmedia.co.uk

Press Wise Trust

http://www.presswise.org.uk

**USA**

Alliance for a Media Literate America

http://www.AMLAinfo.org

Catholic Communications Campaign:

http://www.nccbuscc.org

Center for Media Education (CME):

http://epn.org/cme

http://www.cme.org

Center for Media Literacy:

http://www.medialit.org

Citizens for Media Literacy:

http://www.main.nc.us/cml

[www.clemi.org](http://www.clemi.org)

[www.mediaosvita.com.ua](http://www.mediaosvita.com.ua)

www.mediaosvita.org.ua.

www.mediastudies.com

www.medialiteracy.com

www.bfi.org.uk

www.jff.de

www.media-awareness.ca

**План лекцій із курсу «Медіаосвіта і медіаграмотність»**

***Лекція 1.* Поняття медіаосвіти і медіаграмотності, місце і роль медіаосвіти в інформаційному світі.** Медіаосвіта як напрям у педагогіці і психології. Звʼязок медіаосвіти з іншими науками. Мета і завдання медіаосвіти (формування усвідомленого критичного ставлення до споживаної інформаційної продукції, профілактика медіаадикцій, навчання навичкам захисту від манипулятивних стратегій і впливів мас-медіа тощо). Звʼязок медіаосвіти з іншими науками. Медіаосвіта і проблема інформаційно-психологічної безпеки особистості. Розробленість проблем медіаосвіти в міждисциплінарних дослідженнях.

***Лекція 2.* Становлення сучасної медіаосвіти: світовий досвід.** Основні історичні етапи розвитку медіаосвіти в зарубіжних країнах. Розвиток медіаосвіти в США, Канаді, Австралії, Великобританії, Франції і Німеччині в 20–30-х, 40–50-х, 60-70-х, 80–90-х роках XX століття. Роль ЮНЕСКО та Ради Європи в розвитку принципів медіаосвіти. Міжнародні конференції з медіаосвіти.

***Лекція 3.* Медіаосвіта і медіакультура: аудіовізуальна культура в глобалізованому суспільстві.** Специфіка аудіовізуальної медіакультури та її роль у сучаснійсоціокультурній ситуації. Компʼютерні системи й Інтернет. Специфіка аудіовізуальної медіакультури. Особливості сучасної соціокультурної ситуації і роль медіакультури в суспільстві при тривалому інтенсивному розвитку масової комунікації. Специфіка і взаємозвʼязок різних видів медіа. Медіакритика і кінокритика: цілі, завдання, функції. Інтернет та мультимедійні компʼютерні системи. Компʼютерні ігри. Інтернет портали, сайти, тексти. Інтернет преса. Інтернет сайт – як синтезована модель аудіовізуальних та друкованих медіа.

***Лекція 4.* Медіаграмотність в умовах медіаполікультуралізму: вплив медіа на соціокультурне становлення людини.** Короткий огляд розвитку преси, фотографії, звукозапису, кіно, радіо, телебачення, відео, Інтернету. Особливості сучасної соціокультурної ситуації (інтенсивний розвиток звукозорової цінності інформації, компʼютерної техніки, кабельного, ефірного, супутникового телебачення, відео, DVD, CD-ROM, IMAX, Інтернету тощо). Специфіка спілкування, контакту аудиторії з масмедіа та роль у цьому процесі феномену масової (популярної) культури. Медіаосвіта в сучасному світі і її вплив на розвиток особистості. Медіаосвітні проекти як фактор подолання соціокультурних, психологічних барʼєрів у комунікативній сфері.

***Лекції 5.* Медіаграмотність і медіапсихологія: психологічні аспекти медіакомунікативного впливу і формування медіаімунітету як основи безпечного існування індивіда в сучасному медіасвіті.** Компетентність і психологічна культура особистості. Медіакомпетентність як результат медіаосвіти та властивість особистості. Медіакомунікативна компетентність, медіаграмотність, медіаосвіченість, медіазахищеність співвідношення понять. Структура та критерії медіакомпетентності. Види грамотності й освіченості у ставленні до ЗМІ (за Майровіцем). Поняття «медіаімунітет». Медіакомпетентність як форма і компонент формування культурно-психологічної компетентності особистості. Роль культурно-психологічної компетентності в процесі здійснення медіакомунікативної взаємодії.

***Лекція 6.* Сучасні медіаосвітні технології і професійні компетенції у сфері медіаосвіти.** Медіаосвітні технології у Франції (Ж. Гонне, Е. Бевор, В. Бреда, Ж. Жакіно, Р. Ла Бордері та ін), Британії (К. Безелгет, Д. Букінгем, Дж. Баукер, Е. Харт, Л. Мастерман, Я. Уолл та ін), Німеччини (Б. Бахмайєр, Х. Нейзито, С. Ауфенангер та ін), Канаді (К. Ворсноп, Б. Дункан, Дж. Пандженте, Ж. Пьетта, А. Карон та ін), Австралії (П. Гринвей, Р. Куїн, Б. МакМахон і ін), США (Дж. Гербнер, Д. Консідайн, Р. Кʼюбі, К. Тайнер, Р. Хоббс і ін). Основні технологічні аспекти: доступ до медіа (включаючи термінологію); аналіз медіатекстів; оцінка медіатекстів (критична оцінка медіатекстів в історичному, соціальному і культурному контексті, включаючи розуміння відносин між аудиторією, медіатекстом і навколишньою дійсністю) та ін. Показники професійних знань і умінь, необхідних науковцям для медіаосвітньої діяльності.

***Лекція 7.* Науково-практичні аспекти вивчення й організації медіаосвітніх програм.**

Цілі і завдання організації і проведення наукових досліджень у галузі медіаосвіти і медіакультури. Методологічні принципи дослідження (принцип цілісного вивчення явищ, комплексного використання методів дослідження, принцип обʼєктивності, принцип вивчення явищ у розвитку, принцип історизму та ін). Характеристика основних типів наукових досліджень в галузі медіакультури та медіаосвіти Соціологічні, педагогічні, історичні, мистецтвознавчі, культурологічні, психологічні наукові дослідження в області медіакультури та медіаосвіти. Роль наукових фондів та грантових конкурсів в організації сучасних досліджень.

**Плани семінарських занять із курсу «Медіаосвіта і медіаграмотність»**

**Тема заняття 1. Критичний аналіз медіатекстів.**

*Питання*

1. Виявлення і розгляд змісту епізодів медіатекстів.
2. Аналіз логіки авторського мислення: у розвитку конфліктів, характерів,ідей, просторово-часового та аудіовізуального ряду, монтажу тощо.
3. Визначення авторської концепції та обґрунтування особистого ставлення до тієї або іншої позиції творців медіатексту.
4. Проблемні колективні обговорення і компʼютерних ігор, інтернет-сайтів і т. д.: зіставлення і обговорення рецензій, статей, книг професіоналів.

**Література**

1. Духанин В. Н. Православие и мир кино. — М.: Drakkar, 2005. — 190 c.
2. Пензин С. Н. Кино и эстетическое воспитание: методологические проблемы. — Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1987. — 176 с.
3. Потятиник Б. В. Віртуальна оаза в пустелі реального // Оаsіs. 2002. — № 1. — С. 28 — 48.
4. Федоров А.В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. М.: МОО «Информация для всех», 2012. 182 с. http://edu.of.ru/medialibrary/default.asp?ob\_no=110888
5. Федоров А. В. Развитие медиакомпетентности студентов в процессе медиаобразования. Saarbrucken: Lambert Academіc Publіshіng, 2010. — 580 с.
6. Хилько Н. Ф. Роль аудиовизуальной культуры в творческом самоосуществлении личности. — Омск: Изд-во Сиб. фил. Рос. ин-та культурологии, 2001. — 446 с.
7. Хилько Н. Ф. Социокультурные аспекты экранного медиатворчества. — М.: Изд-во Российского ин-та культурологии, 2004. — 96 с.
8. Эко У. Будущее образца 1984. 16.11.2007. http://www.phіlosophy.ru/lіbrary/eco/іnternet.html
9. Эко У. От Интернета к Гуттенбергу: текст и гипертекст. 1998(а). 20.05.1998. http://www.phіlosophy.ru/lіbrary/eco/іnternet.html
10. Baron M., Rother L. Medіa Educatіon — an Agent of Change. 2003. – http://edu.of.ru/medіaeducatіon
11. Buckіngham D., Sefton-Green J. Multіmedіa Educatіon: Medіa Lіteracy іn the Age of Dіgіtal Culture // Medіa Lіteracy іn the Іnformatіon Age. — New Brunswіck (USA) and London (UK): Transactіon Publіshers, 1997. — P. 199 — 211.
12. Grіpsrud J. Understandіng Medіa Culture. — London — New York: Arnold & Oxford Unіversіty Press Іnc., 1999. — 330 p.
13. Hall S., Whannel P. The Popular Arts. — London: Hutchіnson, 1964.
14. Hart A. Understandіng Medіa: a Practіcal Guіde. — London: Routledge, 1991. — 268 p.
15. Masterman L. Teachіng the Medіa. — London: Comedіa Publіshіng Group, 1985. — 341 p.
16. Masterman L. 18 Prіncіples of Medіa Educatіon. 1998a http://www.screen.com/mnet/eng/med/class/support/medіacy/edec/masterman.htm
17. McLuhan M. Understandіng Medіa. — New York: McCraw-Hіll, 1964.
18. Pungente J. J., O’Malley M. More Than Meets the Eye: Watchіng Televіsіon Watchіng Us. — Toronto: McClelland & Stewart Іnc., 1999. — 255 p.
19. Rumіnskі H., Hanks W. Crіtіcal Thіnkіng // Chrіst W.G. (Ed.). Medіa Educatіon Assessment Handbook. — Mahwan, New Jersey: Lawrence Erlbaum Assoc. Publіshers, 1997. — P. 143 — 164.

**Тема заняття 2. Медаімунітет і медіакомпетентність як умови ефективної поведінки та інформаційної безпеки особистості в сучасному медіасвіті.**

*Питання*

1. Роль і функції культурно-психологічної компетентності в процесі здійснення медіакомунікативної взаємодії.
2. Аналіз програм формування медіакомпетентності.
3. Розробка рекомендацій щодо розвитку медіаімунітету особистості.

**Література**

1. Адлер А. Понять природу человека / Пер. с нем. — СПб.: Академический проект, 1997. — 256 с.
2. Аронсон Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию / Пер. с англ. под общ. ред. В. С. Магуна. — М.: Аспект Пресс, 1998. — 517 с.
3. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М.: Изд-во «РИП-Холдинг», 2004.
4. Богомолова Н. Н. Социальная психология массовой коммуникации.М.: Аспект Пресс, 2008.
5. Бодалев А. А. Восприятие и понимание человека человеком. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982. — 200 с.
6. Викентьев И. Л. Приемы рекламы и publіc relatіons. — СПб.: ТРИЗ-ШАНС, 1995. — 228 с.
7. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. Харьков: Изд-во гуманит. университет, 2007.
8. Жижина М. В. Медиакультура: культурно-психологиеские аспекты. М.: Вузовская книга, 2009.
9. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. — К.: Орияны, 2000. — 448 с.
10. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М.: Академический Проект, 2006.
11. Кузнецова Ю. М., Чудова Н. В. Психология жителей Интернета. М.: Издательство «ЛКИ», 2008.
12. Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы. — СПб.: Питер, 2003. — 368 с.
13. Мельник Г. С. Mass-media: психологические процессы и эффекты. СПб.: Вагриус, 1996.
14. Проблемы медиапсихологии / Сост. Е. Е. Пронина. М., 2002.
15. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003.

**Практичні питання до контрольної роботи**

1. Аналіз запропонованого медіатексту, розгляд змісту і структури.
2. Аналіз медіатексту з метою виявлення логіки авторського мислення: ідеї, часопростору, аудіовізуального ряду, монтажу тощо.
3. Виявлення авторської концепції й пояснення власного ставлення до висловлених у тексті думок.
4. Аналіз медіатексту на наявність маніпулятивних практик, їх конкретизація і критичне обговорення можливості їх застосування.
5. Проблемне колективне рецензування запропонованого медіатексту (книги, статті, радіопередачі, фільму, телепередачі, кліпу, компʼютерної гри, інтернет-сайту тощо), співставлення вашої оцінки з думкою професійних медіакритиків.

Питання до контрольної роботи

1. Вплив обʼєктивних і субʼєктивних причин на сприйняття медіатексту.
2. Структурний аналіз медіатексту.
3. Аналіз медіатексту за Т. Шмєльовою.
4. Стереотипний аналіз медіатексту.
5. Іконографічний аналіз медіатексту.
6. Культиваційний аналіз медіатексту.
7. Міфологічний аналіз медіатексту.
8. Контент-аналіз медіатексту.
9. Семіотичний аналіз медіатексту.
10. Герменевтичний аналіз медіатексту.
11. Медіапсихологічні засади сприйняття аудіовізуальних текстів.
12. Маніпулятивні технології медіавпливу.
13. Провідні психологічні прийоми захисту від маніпулятивного медіавпливу.

**Питання до іспиту з курсу «Медіаосвіта і медіаграмотність»**

1. Медіаосвіта як знакова система.
2. Медіакультура України в умовах соціальної модернізації.
3. Новий погляд на інформацію. Інформація як влада, бізнес і знання.
4. Компʼютеризація як чинник створення нової інфосфери.
5. Інтернет як простір вільної комунікації.
6. Концепція медіасередовища.
7. Інтеграція глобальної, загальнонаціональної та регіональної медіасередовища в контексті соціальної модернізації.
8. Медіаосвіта та соціалізація особистості.
9. Першочергові завдання інформаційної політики України.
10. Реклама в просторі медіакультури.
11. Провідні світові медіаосвітні технології.
12. Поняття медіаграмотність.
13. Законодавче регулювання медіапростору як протидія його маніпулятивному впливу.
14. Критичне мислення і медіаграмотність.
15. Риси критичного мислення.
16. Поняття аудіовізуальної грамотності.
17. Критичне осмислення як принцип сприйняття аудіовізуальної продукції.
18. Психологія медіакультури: практичне значення.
19. Психологія медіаспоживання.
20. Технології підсвідомого впливу в медіа.
21. Психологічні особливості Інтернет-культури.
22. Медіаімунітет: структура і функції.
23. Роль компетентності та психологічної культури особистості в сучасному світі інформації.
24. Використання в ЗМІ суперечливих фактів (сигналів).
25. Достовірність і баланс думок як протидія маніпуляції в медіа.
26. Дотримання прав людини як метод протидії медіабезграмотності.
27. Принципи аналізу медіатекстів.
28. Провідні медіаосвітні технології.
29. Провідні знання й уміння медіапедагога.
30. Роль наукових досліджень у суміжних науках для формування медіаграмотності.

**Завдання до самостійної роботи з курсу «Медіаосвіта і медіаграмотність»**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №з/п | Назва теми | Кількістьгодин | Форма контролю |
| 1 | Глобальне медіасередовище і його вплив на соціум. | 10 | Включено до поточного та підсумкового контролю |
| 2 | Законодавча база регуляції медіапростору. | 10 |
| 3 | Міжнародні норми регуляції доступу до інформації. | 10 |
| 4 | Проблеми формування безпечного медіасередовища. | 10 |
| 5 | Формування ціннісних орієнтації медіа: проблеми традиції, толерантності, втручання в інтимне. | 10 |
| 6 | Нові медіа і нові стандарти поширення інформації. | 10 |
| 7 | Мультимедійність і створення нового інформаційного продукту: науково-практичний аспект | 12 |
|  | Разом | 72 |  |

**Теми рефератів**

1. Медіаосвіта в Україні.
2. Прагматичні аспекти підвищення медіаграмотності населення.
3. Європейські й українські конвенції як базис медіаосвітніх програм.
4. Ключові теорії медіаосвіти.
5. Культурологічна теорія медіаосвіти.
6. Теорія медіаосвіти як розвитку «критичного мислення».
7. Ефекти масової комунікації.
8. Теорія спіралі мовчання Е. Ноель-Нойманн.
9. Теорія стереотипів У. Ліппмана.
10. Авторське право та суміжні права в медіапросторі.
11. Проблема захисту інтелектуальної власності в Україні.
12. Стандарти мас-медіа: принципи і дотримання.
13. Маніпуляція в українських мас-медіа.
14. Кіно як екранна культура.
15. Газета в епоху нових медіа.
16. Радіо в структурі сучасних медіа.
17. Компʼютерні ігри і культура медіаспоживання інформації.
18. Інтернет як простір медіаспоживання і медіаосвіти.
19. Вплив медіа на соціалізацію й інтелектуальний розвиток людини.
20. Реклама як інструмент маніпуляції.