

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ
Факультет аудіовізуального мистецтва
Кафедра телерепортерської майстерності

СВІТОВІ ТЕОРІЇ ЗМІ ТА МЕДІАПРАКТИКА

Програма та навчально-методичні матеріали до курсу
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності
021 «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво»
ОП «Телерепортерство»

УДК 070:004.738.5

С 24

Друкується за рішенням науково-методичної ради ХДАК
(протокол № 10 від 28.03.2024 р.)

Рецензенти:

Александрова М.В., кандидат філософських наук, доцент кафедри культурології ХДАК
Коваленко Ю.Б., кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри телерепортерської майстерності ХДАК

Укладач:

О. О. Косачова, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, заступник декана факультету аудіовізуального мистецтва ХДАК

С 24 Світові теорії ЗМІ та медіапрактика : програма та навч.-метод. матеріали до курсу для здобувачів вищої освіти першого бакалавр. рівня, спец. 021 «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво» (4 курс), ОП «Телерепортерство» / М-во культури та інформ. політики України, Харків. держ. акад. культури, Ф-т аудіовізуал. мистецтва, Каф. телерепортер. майстерності ; уклад. О. Косачова. Харків : ХДАК, 2024. 19 с.

Навчальний курс «Світові теорії ЗМІ та медіапрактика» призначений для підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня освіти зі спеціальності 021 «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво», ОП «Телерепортерство».

Зміст курсу "Світові теорії ЗМІ та медіапрактика" розкриває широкий спектр теоретичних підходів та практичних аспектів, пов'язаних з масовими комунікаціями та медіа. Студенти отримують можливість ознайомитися з ключовими теоріями та концепціями, що лежать в основі функціонування ЗМІ, а також досліджують практичні аспекти їх застосування в сучасному медійному середовищі. Курс спрямований на розвиток аналітичного мислення студентів, їх критичного оцінювання медійних продуктів, розуміння впливу ЗМІ на суспільство та формування медіакультури. В рамках курсу також розглядаються сучасні тенденції у медіапрактиці, включаючи медіаконвергенцію, дигіталізацію та використання нових технологій у медіа.

УДК 070:004.738.5](100)(073)

© Харківська державна академія культури, 2024 р.

© Косачова О. О., 2024 р.

Програма навчальної дисципліни

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма навчання
Кількість кредитів: 4	Галузь знань 02 «Культура і мистецтво» (шифр і назва)	Курс за вибором
Індивідуальне науково-дослідне завдання – <i>не передбачено</i>	Спеціальність 021 «Аудіовізуальне мистецтво і виробництво»	Рік підготовки:
		4-й
Загальна кількість годин: 125	Освітня програма «Телерепортерство»	Семестр
		7-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 4	Ступінь: бакалавр	Лекції
		10 год.
		Практичні
		30 год.
		Самостійна робота
		80 год.
		Консультації до іспиту
		2 год
		Форми контролю
		3 год.
		Вид контролю: іспит

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить: 1/2

Мета та завдання навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Світові теорії ЗМІ та медіапрактика» займає одне з провідних місць у навчальному плані факультету аудіовізуального мистецтва. Вона спрямована на вивчення теорій і понять, що стосуються засобів масової інформації (ЗМІ) та сучасних медіапрактик у всьому світі. Основна мета цієї дисципліни полягає в розумінні того, як ЗМІ впливають на суспільство, як вони формують і поширюють інформацію, які теоретичні підходи і концепції використовуються для аналізу ЗМІ та які впливи вони мають на культуру, політику, економіку та інші сфери життя. Об'єктом вивчення дисципліни є система світових ЗМІ, передусім різні медійні медіаконвергентні платформи.

Статус дисципліни: вибіркова.

Предметом курсу є теоретичні підходи, концепції, моделі, ідеї та практичні аспекти, пов'язані з функціонуванням ЗМІ у всьому світі.

Метою дисципліни є підготувати студентів до розуміння ролі медіа у сучасному світі, розвивати їхні аналітичні та критичні навички, а також надавати їм інструменти для ефективної роботи в медіа-сфері.

Міждисциплінарні зв'язки. Дисципліна «Світові теорії ЗМІ та медіапрактика» викладається на 4 курсі здобувачам факультету аудіовізуального мистецтва ОПІ «Телерепортерство». Їй передують та супроводжують її основна фахова для телерепортерів дисципліна «Майстерність ведучого та кореспондента в аудіовізуальному мистецтві», що також ставить на меті ознайомлення студентів з історією та теорією розвитку ЗМІ та проблематикою медіасфери.

Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- розуміння ролі ЗМІ у сучасному суспільстві, вивчення того, як ЗМІ впливають на формування суспільних думок, культурних стереотипів, політичних процесів та інші аспекти життя;
- вивчення теорій масових комунікацій, теоретичних підходів і моделей, що пояснюють процеси створення, поширення та сприйняття медійного контенту, розуміння того як працюють ЗМІ і як вони взаємодіють з аудиторією;
- розвиток аналітичних і критичних навичок, сприяння розвитку здатності аналізувати медійний контент, виявляти дезінформацію, цензуру і критично оцінювати інформацію, що надходить через ЗМІ;
- свідоме споживання медіа, сприяння бути відповідальними споживачами медіа, розуміти важливість медійної грамотності і етичного використання медіа;
- аналіз сучасних викликів і тенденцій в медіаіндустрії, такі як цифрова трансформація, розповсюдження дезінформації, проблеми фінансування ЗМІ тощо;
- дослідження медіапрактик, вивчення способів створення і поширення медійного контенту;
- підготовка до роботи у медіаіндустрії, надання студентам практичних навичок та інструментів, необхідних для роботи в медіа, журналістиці, рекламі та суміжних сферах.

Фахові компетентності, здобуті в ході вивчення дисципліни:

1) розуміння медіафункцій, студенти зможуть розуміти основні функції ЗМІ та медіапрактик, включаючи інформування, розваги, соціалізацію, формування громадянської свідомості та інші аспекти медійного впливу на суспільство.

2) аналітичні навички, вивчення теорій і практик ЗМІ допомагає розвивати аналітичне мислення, здатність критично оцінювати інформацію, розуміти різні підходи до медійних явищ і процесів.

3) медійна грамотність, студенти навчаються розрізняти надійну інформацію від дезінформації, розуміють важливість медійної грамотності та навичок перевірки фактів.

4) етична свідомість, вивчення етичних аспектів медіаіндустрії допомагає студентам розуміти моральні норми та відповідальність у журналістиці та медійному середовищі.

5) здатність до адаптації до змін, студенти здобудуть знання про сучасні виклики медіаіндустрії, такі як цифрова трансформація, та навички адаптації до швидкозмінного медійного ландшафту.

Програмні результати вивчення дисципліни:

1) розуміння теорій масових комунікацій, студенти будуть засвоювати ключові теоретичні підходи до масових комунікацій, включаючи теорії впливу ЗМІ, теорії комунікації і інші концепції, що допомагають розуміти функції і роль ЗМІ у суспільстві.

2) аналіз медійних явищ і практик, студенти будуть вміти аналізувати різні медійні явища і практики, включаючи медійний контент, журналістську роботу, медіапланування і рекламні стратегії.

3) медійна грамотність і критичне мислення, студенти розвиватимуть навички медійної грамотності, зокрема, вміння визначати дезінформацію, а також критичне мислення при оцінці інформації з медіа.

4) здатність до аналізу медіаеволюції, студенти зможуть аналізувати розвиток ЗМІ та медіапрактик протягом історії, розуміючи технологічні, культурні і соціальні трансформації.

5) етика і відповідальність в медіа, студенти розумітимуть етичні питання, пов'язані з роботою в медіа, і матимуть здатність визначати та вирішувати конфліктні ситуації на медійних платформах відповідно до професійних стандартів.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати :

- теоретичні підходи до масових комунікацій, моделі і концепції, що стосуються ЗМІ, медіапрактик та масових комунікацій загалом;
- медійні формати і жанри, що використовуються в масових комунікаціях;
- сучасні тенденції та виклики медіаіндустрії, зокрема дезінформація, цензура, проблеми фінансування ЗМІ і зміни в медійному споживанні.

вміти:

- досліджувати медіа, включаючи збір і аналіз даних, опитування і інші методи дослідження, які важливі для оцінки та аналізу медійних трендів і аудиторії;
- проводити соціальну інтеракцію і взаємодію з аудиторією через медіа, включаючи вміння вести діалог з глядачами, читачами або слухачами на різних медійних платформах та соціальних мережах;

- здійснювати проектне управління і роботу в команді, планування, координацію і керування медійними ініціативами, працювати в медійних командах;
- бути готовими до швидкозмінюючого медійного середовища, адаптовувати свої навички та знання до нових технологічних та культурних тенденцій у медіаіндустрії.

мати навички:

- аналізувати медійний контент і медіапрактики, розуміти їхні особливості, цілі та вплив на суспільство;
- критично оцінювати інформацію, що надходить через ЗМІ, розрізняти дезінформацію та бути обачними щодо медійних маніпуляцій;
- медійної грамотності, зокрема, розуміння різних медійних форматів, розпізнавання медійних стратегій; використання цих навичок для власного інформаційного споживання;
- дотримання професійних етичних стандартів, які стосуються медіа, журналістики і інших медійних професій;
- комунікації через медіа, якщо це необхідно для їхньої професійної діяльності.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен сформувати наступні **загальні та фахові компетентності:**

ЗК01. Знання та розуміння предметної області та професійної діяльності.

ЗК02. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.

ЗК05. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності).

ЗК06. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК07. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

ЗК08. Здатність працювати у команді.

ЗК09. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК10. Здатність бути критичним та самокритичним.

ЗК11. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК13. Навички міжособистісної взаємодії.

ЗК14. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК16. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ФК02. Здатність створювати та реалізувати власні художні концепції у творчовиробничій діяльності.

ФК03. Здатність спостерігати, відбирати, розрізняти, типологічно доцільно компонувати, цілеспрямовано формувати і використовувати інформаційний, виразний, образний рівні аудіовізуального твору.

ФК05. Усвідомлення взаємозв'язків та взаємозалежності між теорією та практикою аудіовізуального мистецтва та виробництва.

ФК06. Здатність здійснювати професійну діяльність із застосуванням сучасних досягнень теорії та методології аудіовізуального мистецтва та виробництва з урахуванням широкого спектру міждисциплінарних зв'язків.

ФК08. Здатність збирати, аналізувати, синтезувати художню інформацію та застосовувати її в практичній діяльності.

ФК09. Здатність здійснювати ділову комунікацію.

ФК10. Здатність здійснювати редакторсько-сценарну / продюсерську/ режисерську/ операторську / звукорежисерську діяльність в сфері аудіовізуального мистецтва та виробництва.

ФК12. Здатність застосовувати традиційні і альтернативні інноваційні технології кінознавчої, творчо-виробничої діяльності.

ФК13. Здатність здійснювати та підтримувати зв'язок із засобами масової інформації з метою просвітництва, популяризації та пропаганди досягнень аудіовізуального мистецтва, у тому числі з використанням можливостей радіо, телебачення, Інтернету.

ФК14. Здатність відстежувати перспективні зміни в сфері аудіовізуального мистецтва, використовуючи оригінальні іншомовні джерела.

Навчальна дисципліна передбачає формування наступних **програмних результатів навчання:**

ПРН 1. Володіти методами та прийомами редакторсько-сценарної/ продюсерської/ режисерської/ операторської/ звукорежисерської творчо-виробничої діяльності при створенні (виробництві) аудіовізуальних творів.

ПРН 5. Генерувати нові ідеї для втілення їх в аудіовізуальному творі.

ПРН 6. Створювати драматургічну концепцію та сценарій аудіо-візуальних творів різних видів, жанрів, стилів.

ПРН 8. Забезпечувати підготовчий, виробничий та пост-виробничий етапи створення (виробництва) аудіовізуальних творів різних видів, жанрів, стилів.

ПРН 9. Планувати і організовувати роботу колективу для виконання професійних завдань.

ПРН 10. Оформлювати виробничу документацію (заявка, календарно-постановочний план, кошторис тощо).

ПРН 11. Знати, розуміти і використовувати у професійній діяльності концептуально-видові та стилістичні стандарти телевізійного ефіру, вимоги до особливості роботи у прямому ефірі, підготовки телевізійних програм різних жанрів.

ПРН 12. Розуміти фінансово-адміністративні принципи організації мистецьких заходів, діяльності виробничих колективів, телевізійних каналів та інших закладів аудіовізуальної сфери.

ПРН 14. Вміти підтримувати зв'язок із засобами масової інформації з метою просвітництва, популяризації та пропаганди досягнень аудіовізуального мистецтва.

ПРН 15. Вміти спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності).

ПРН 16. Вільно спілкуватися з професійних питань державною та іноземною мовами усно та письмово

ПРН 17. Збирати, оцінювати, аналізувати та обробляти інформацію з використанням сучасних інформаційних технологій та спеціалізованого програмного забезпечення

ПРН 18. Приймати ефективні рішення на основі релевантних даних із застосуванням сучасних методів і засобів прийняття рішень, у тому числі багатокритеріальних рішень в умовах невизначеності.

Згідно з програмними результатами вивчення дисципліни, здобувач вищої освіти:

1. Володіє методами та прийомами редакторсько-сценарної/ продюсерської/ режисерської/ операторської/ звукорежисерської творчо-виробничої діяльності при створенні (виробництві) аудіовізуальних творів.

2. Генерує нові ідеї для втілення їх в аудіовізуальному творі.

3. Забезпечує підготовчий, виробничий та пост-виробничий етапи створення (виробництва) аудіовізуальних творів різних видів, жанрів, стилів.

4. Планує та організовує роботу колективу для виконання професійних завдань.

5. Оформлює виробничу документацію (заявка, календарно-постановочний план, кошторис тощо).

6. Знає, розуміє і використовує у професійній діяльності концептуально-видові та стилістичні стандарти телевізійного ефіру, вимоги до особливості роботи у прямому ефірі, підготовки телевізійних програм різних жанрів.

7. Розуміє фінансово-адміністративні принципи організації мистецьких заходів, діяльності виробничих колективів, телевізійних каналів та інших закладів аудіовізуальної сфери.

8. Вміє підтримувати зв'язок із засобами масової інформації з метою просвітництва, популяризації та пропаганди досягнень аудіовізуального мистецтва.

9. Вміє спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності).

Рівні навчальних досягнень	Критерії оцінювання навчальних досягнень
1. Початковий 1-34 балів	Студент не виконав (не відповів) основні завдання із самостійної роботи. Не володіє в повному обсязі теоретичним та практичним матеріалом курсу.
35-59 балів	Студент не виконав (не відповів) в повному обсязі основні завдання із практичної та самостійної роботи. Майже не володіє теоретичним та практичним матеріалом курсу.
2. Середній 60-63 балів	Студент виконав (відповів) деякі основні завдання із практичної та самостійної роботи, але продемонстрував знання на низькому рівні. Невпевнено володіє теоретичним та практичним матеріалом курсу.
64-73 балів	Студент виконав (відповів) основні завдання із практичної та самостійної роботи, що частково відповідає програмним вимогам. Має невпевнені знання з теоретичного та практичного матеріалу курсу, що свідчить про його посередній загальнокультурний рівень.
3. Достатній 74-81 балів	Студент виконав (відповів) основні завдання із практичної та самостійної роботи, які в достатній мірі відповідає програмним вимогам. Має достатні знання з теоретичного та практичного матеріалу курсу, що свідчить про його середній загальнокультурний рівень.
82-89 балів	Студент добре виконав (відповів) основні завдання із практичної та самостійної роботи, які відповідають програмним вимогам. Виявив в цілому добрі навички з теоретичного та практичного матеріалу курсу, що свідчить про його належний загальнокультурний рівень.

4. Високий 90 – 100 балів	Студент бездоганно виконав (відповів) основні завдання із практичної та самостійної роботи, які у повній мірі відповідають програмним вимогам. Студент вільно орієнтується в теоретичному та практичному матеріалі курсу, що свідчить про його високий загальнокультурний рівень.
-------------------------------------	---

Методами демонстрування результатів навчання є: презентація та публічне обговорення результатів практичних робіт, конспект за темами курсу, участь у наукових конференціях, оцінювання студентів за усі види аудиторної та позааудиторної навчальної діяльності, спрямовані на опанування навчального навантаження з освітньої програми.

Поточний контроль – опитування, проблемні дискусії, звіти про виконання практичних завдань.

Підсумкова форма контролю – іспит.

Курс складає 16 тижнів теоретичної/практичної підготовки, має 2 розділи та 6 тем.

Програма навчальної дисципліни

Розділ 1. Теорії масових комунікацій

Тема 1. Основні поняття і теорії в масових комунікаціях

Масові комунікації як дисципліна. Визначення масових комунікацій, їхні основні складові і функції, роль у сучасному суспільстві. Роль різних видів медіа в суспільстві (телебачення, радіо, преса, Інтернет тощо). Ознайомлення з базовими поняттями, пов'язаними з масовими комунікаціями, такими як аудиторія, канали комунікації, моделі масових комунікацій тощо. Медійні теорії. Огляд основних теорій масових комунікацій, таких як теорія впливу, теорія агенди-сеттингу, теорія уваги, теорія взаємодії і т. д.

Етика в масових комунікаціях. Питання етики в журналістиці та інших галузях масових комунікацій, професійні стандарти, відповідальність перед аудиторією. Технологічний прогрес і масові комунікації. Вплив нових технологій (зокрема соціальних медіа, штучного інтелекту, віртуальної реальності) на масові комунікації та суспільство в цілому. Взаємодія медіа та культури, вплив медіа на формування культурних цінностей, ідентичності і т. д.

Тема 2. Медійна теорія і аналіз контенту

Аналіз змісту медіа: методи та підходи до вивчення змісту медіа, включаючи кількісний та якісний аналіз. Вивчення символів та знаків у медійному контенті і їхнє вплив на сприйняття аудиторією. Роль медіа в формуванні культурних, соціальних та політичних стереотипів через аналіз змісту. Дослідження тематичних, стилістичних та інших характеристик медійного контенту і їхній вплив на сприйняття та реакцію аудиторії. Роль контент-аналізу в дослідженні тенденцій у медійному змісті та розвитку медіаіндустрії. Вплив політичних, економічних та соціокультурних чинників на формування та розповсюдження медійного контенту. Порівняльний аналіз медійних продуктів у різних країнах або культурних середовищах. Роль медійного контенту у формуванні та підтримці ідентичності та соціальних цінностей. Вивчення рекламних стратегій та прийомів у медійному контенті та їхній вплив на споживачів. Аналіз використання медійних

платформ для масового поширення певних ідеологій чи політичних поглядів. Роль медійного аналізу у розвитку стратегій медіакомпаній та управління контентом. Вивчення взаємозв'язку між медійним контентом та гендерною проблематикою.

Тема 3. Теорії впливу ЗМІ на суспільство

Особливості впливу ЗМІ на суспільство: історія, сучасні тенденції, перспективи. Теорія агенди-сеттингу в контексті дослідження взаємозв'язку між темами, що висвітлюються ЗМІ, та темами, які важливі для суспільства, та їх вплив на формування громадської думки. Теорія впливу індивідуальних ЗМІ. Аналіз впливу відносно невеликих груп, таких як сім'я, друзі, колеги, на індивідуальну поведінку та думку. Теорія впливу групових ЗМІ. Вивчення впливу більших груп та організацій, таких як релігійні об'єднання, політичні партії або професійні асоціації, на формування суспільних стереотипів та переконань. Теорія соціальної взаємодії в медіапросторі в контексті вивчення взаємодії між користувачами медіа та між ними та медійними вмістом у віртуальному середовищі. Теорія впливу медіа на політичний процес. Аналіз впливу ЗМІ на формування політичних думок, виборчі рішення та дії політичних лідерів та партій. Теорія культурної індустрії та культурної дифузії. Дослідження впливу масових ЗМІ на процеси культурної трансформації та поширення культурних цінностей. Теорія впливу медіа на психологічний стан людини. Вивчення емоційного, когнітивного та поведінкового впливу ЗМІ на індивідів.

Розділ 2. Медіапрактика і сучасні медіатехнології

Тема 4. Формати та жанри медіапродукції

Медіапродукція інформаційної, художньої та аналітичної публіцистики. Веб-сайти, медіаплатформи, стрімінгові сервіси, подкасти, відеохостинги, блоги, соціальні мережі тощо. Інтерактивні формати, що дозволяють користувачам брати участь у вмісті шляхом взаємодії з ним, створюючи власні історії або впливаючи на події. Ці формати є популярними серед молоді та активно використовуються для створення експериментального медійного контенту. Кібербезпека та приватність в інтернет-медіа. Дослідження проблем кібербезпеки, включаючи злочинну діяльність в мережі, витік даних та інші загрози, а також питання приватності користувачів в інтернеті. Медійна грамотність у цифрову епоху, методи її підвищення серед населення.

Тема 5. Медіаконвергенція та інтернет-медіа

Формати Інтернет-медіа. Дослідження жанрів та форматів медійного контенту в Інтернеті, зокрема новинні сайти, блоги, соціальні мережі, відеохостинги, стрімінгові платформи тощо. Феномен медіаконвергенції. ЗМІ на сучасному етапі. Вплив медіаконвергенції на медіаіндустрію: Розгляд змін в бізнес-моделях, виробництві контенту, рекламі та розповсюдженні медіапродукції внаслідок медіаконвергенції. Вивчення нових технологій, що сприяють медіаконвергенції, таких як мультимедійні платформи, мобільні додатки тощо. Вплив медіаконвергенції на споживачів. Аналіз змін у способах споживання медіапродукції, у взаємодії з медіа та у сприйнятті інформації в умовах медіаконвергенції. Роль соціальних медіа в медіаконвергенції, формування нових комунікаційних практик. Розгляд нових форматів журналістських робіт, адаптації

журналістів до медіаконвергенції та їх вплив на зміну журналістських стандартів та етики. Правові та регуляторні аспекти медіаконвергенції.

Тема 6. Сучасні тенденції у медіапрактиці

Основні напрями медіапрактики сучасного кореспондента. Створення контенту для веб-сайтів, блогів, соціальних мереж, підготовка статей, блогів, розслідувань, аналітичних матеріалів для мережевих ЗМІ. Підготовка мультимедійних матеріалів: фото, відео, статей, аудіоматеріалів. Участь у веб-програмах та подкастах. Робота у якості ведучих веб-програм та подкастів, присвячених обговоренню актуальних подій і тем. Розробка інтерактивних матеріалів, зокрема інфографіки та інших візуальних елементів для покращення взаємодії з аудиторією. Робота в режимі реального часу: прямі трансляції та використання інших інструментів для оперативного висвітлення подій. Поняття «універсального журналіста»: робота над медіапродуктом на етапах пре-продакшену, продакшену, пост-продакшену. Робота в команді медіаорганізації або у якості незалежного фахівця.

Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин							
	Денна форма							
	усього	у тому числі						
л		п	с	інд	с.р.	екз.конс.	іспит	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Розділ 1.								
Тема 1.	24	2	2	20				
Тема 2.	24	2	2	20				
Тема 3.	40	2	18	20				
Разом за розділом 1	88	6	22	60				
Розділ 2.								
Тема 1.	11	2	4	5				
Тема 2.	9	2	2	5				
Тема 3.	12		2	10				
Разом за розділом 2	32	4	8	20				
Усього годин	125	10	30			80	2	3

Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
	Розділ 1: Теорії масових комунікацій	
	<i>Тема 1. Основні поняття і теорії в масових комунікаціях</i>	
1	Практичний аналіз медійних текстів	2
	<i>Тема 2. Медійна теорія і аналіз контенту</i>	
2	Дослідження впливу ЗМІ	2
	<i>Тема 3. Теорії впливу ЗМІ на суспільство</i>	
3	Аналіз медійних теорій	18
	Розділ 2: Медіапрактика і сучасні медіатехнології	
	<i>Тема 4. Формати та жанри медіапродукції</i>	

4	Створення медійного контенту	4
	<i>Тема 5. Медіаконвергенція та інтернет-медіа</i>	
5	Дослідження медіапродукції	2
	<i>Тема 6. Сучасні тенденції у медіапрактиці</i>	
6	Цифрові та інтернет-медіа	2
	Разом	30

Методичні рекомендації для проведення практичних занять:

1. Перед кожним заняттям зосередьтеся на меті завдання, на тому, що чого саме вам потрібно досягти та які цілі вам потрібно виконати в межах певної теми.

2. Обирайте саме той аспект практичного заняття, який цікавий саме для вас: світова теорія ЗМІ, інтернет-платформа, формат, тема тощо.

3. Будьте активними учасниками діалогу, груповій роботі та інших формах активного навчання під час вивчення курсу.

4. Долучайтеся до різних методів навчання, таких як дебати, групові дискусії, кейси тощо, для збагачення власного досвіду з проблематики світових теорій ЗМІ та медіапрактики.

5. Використовуйте сучасні технології для зручності та ефективності навчання.

6. Будьте відкритими для обговорення та обміну ідеями з колегами та викладачем в межах курсу.

7. Приймайте конструктивний зворотний зв'язок з практичних завдань та виконання домашніх завдань, щоб покращувати свої навички в медіапрактиці.

8. Активно розвивайте своє критичне мислення, аналізуйте різні точки зору та ставте запитання.

9. Намагайтеся зрозуміти матеріал за допомогою реальних прикладів та ситуацій роботи кореспондента в медіасфері.

10. Після кожного заняття рефлексуйте над отриманими знаннями та досвідом, щоб краще їх засвоїти.

Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
	<i>Розділ 1: Теорії масових комунікацій</i>	
	<i>Тема 1. Основні поняття і теорії в масових комунікаціях</i>	
1	Аналіз медійної кампанії	20
	<i>Тема 2. Медійна теорія і аналіз контенту</i>	
2	Порівняльний аналіз ЗМІ в різних країнах	20
	<i>Тема 3. Теорії впливу ЗМІ на суспільство</i>	
3	Вплив ЗМІ на громадські та політичні процеси	20
	<i>Розділ 2: Медіапрактика і сучасні медіатехнології</i>	
	<i>Тема 4. Формати та жанри медіапродукції</i>	
4	Створення медійного проекту	5
	<i>Тема 5. Медіаконвергенція та інтернет-медіа</i>	
5	Дослідження впливу соціальних мереж	5
	<i>Тема 6. Сучасні тенденції у медіапрактиці</i>	
6	Аналіз медійних інновацій	10

Разом	80
--------------	-----------

Методичні рекомендації для проведення самостійної роботи:

1. Перед кожним самостійним заняттям зосередьтеся на конкретній меті та цілях, які ви хочете досягти.
2. Самостійно встановлюйте собі додаткові завдання та цілі для досягнення певних результатів у вивченні курсу.
3. Відводьте достатньо часу для самостійного вивчення матеріалу та виконання завдань за темами курсу.
4. Використовуйте різноманітні джерела: не лише основну та додаткову літературу, але й мультимедійні та інтерактивні ресурси за темою, що надані в цій програмі та навчально-методичних матеріалах для поглиблення ваших знань.
5. Активно ставте собі питання та шукайте на них відповіді, щоб краще зрозуміти вивчений матеріал. Шукайте додаткові джерела інформації та діліться ними в групі.
6. Проводьте самостійний аналіз медійного контенту за темами курсу, практикуйтеся в аналізі та оцінці різних медійних продуктів.
7. Ведіть записи під час вивчення матеріалу, щоб краще засвоїти і запам'ятати ключові поняття та теорії.
8. Використовуйте свій час для самостійних досліджень та рефлексії над вивченим матеріалом.
9. Активно аналізуйте та критикуйте різні точки зору та думки, щоб розвивати своє критичне мислення.
10. Знайдіть способи підтримувати свою мотивацію та зацікавленість у вивченні матеріалу, наприклад, шляхом осмисленого вибору форматів, жанрів, тем для дослідження, що заохочується викладачем.

4. Форми поточного та підсумкового контролю

Методи навчання

Пояснювально-ілюстративний, дослідницький, проблемного викладу.

Форми контролю

Усне опитування, контрольні роботи, участь у дискусіях, презентації, іспит.

Розподіл балів, які отримують студенти

Розділ			Іспит (залік)	Сума
T1	T2	T3	60	100
10	15	15		

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		

64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Методичне забезпечення

1. Пакет навчально-методичного забезпечення: робоча програма, силабус, конспект лекцій, пакет практичних завдань, пакет самостійних завдань.

5. Рекомендовані джерела інформації

Основна

1. Гоне, Жак. Освіта і засоби масової інформації [Текст] / Ж. Гоне ; пер. з фр. М. Марченко. - К. : К.І.С., 2002. - 100 с.

2. Городенко, Л.М. Засоби масової інформації у контексті громадської думки: формування, функціонування, жанрові прийоми [Текст] : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.01.08 / Городенко Леся Михайлівна ; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут журналістики. - К., 2003. - 19 с.

3. Державність, мораль і засоби масової інформації [Текст] : матеріали наук.-практ. конф., 7-9 серпня 2000 р. / упоряд. В. Т. Денисюк, А. М. Якубюк ; Управління у справах преси та інформації Волинської обласної держ. адміністрації, Обласна організація національної спілки журналістів України. - Луцьк : Надстир'я, 2000. – 131 с.

4. Засоби масової інформації у Сполученому Королівстві [Текст]. - К. : Британська Рада в Україні, 1999. - 52 с. - (The British Council)

5. Засоби масової інформації: професійні стандарти, етика та законодавчі норми [Текст] / уклад. Т. Петрів [та ін.] ; ред. О. Бондаренко, М. Гаврилюк. - К. : Нічлава, 2006. - 100 с.

6. Зражевська, Н.І. Теорія медіа та суспільства [Текст] : навч. посіб. / Ніна Зражевська ; Київ. ун-т ім. Бориса Грінченка. - Київ : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2022. - 197 с.

7. Карпенко, В. О. Засоби масової інформації: соціологічне вивчення аудиторії [Текст] : текст лекції для студ. Ін-ту журналістики з курсу "Основи професійної комунікації" / В. О. Карпенко ; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. - К. : [б.в.], 2002. - 32 с.

8. Карпенко, В.О. Суспільство і засоби масової інформації: проблеми правового регулювання взаємин [Текст] : текст лекції для студ. Ін-ту журналістики з курсу "Основи професійної комунікації" / В. О. Карпенко ; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут журналістики. Лекційний фонд. - К. : Центр вільної преси, 2001. - 22 с.

9. Литвиненко О. О. Концептуалізація поняття «мультимедіа» на основі соціокомунікативного підходу / О. О. Литвиненко // Вісник Харк. держ. академії культури : зб. наук. пр. — Х., 2010. — Вип. 31. — С. 181-190.

10. Литвиненко О. О. Мультимедійне середовище: сутність та структура / О. О. Литвиненко // Вісник Харк. держ. академії культури : зб. наук. пр. — Х., 2011. — Вип. 32. — С. 200-207.

11. Литвиненко О. О. Основні етапи розвитку мультимедійного середовища / О. О. Литвиненко // Культурологія та соціальні комунікації : інноваційні стратегії розвитку : матеріали міжнар. наук. конф., 18 – 19 листопада 2010 р. — Х., 2010. — С. 191-194.

12. Литвиненко О. О. Особливості сучасного етапу еволюції мультимедійного середовища / О. О. Литвиненко // Вісник Харк. держ. академії культури : зб. наук. пр. — Х., 2011. — Вип. 33. — С. 179-190.

13. Медіа. Бізнес. Громадськість. Влада: взаємодія на шляху до євроінтеграції [Текст] : матеріали укр.-пол. наук.-практ. конф. "Регіональні засоби масової інформації, бізнесові структури та органи місцевого самоврядування: взаємодія на шляху до євроінтеграції (досвід України та Польщі)" / ред. І. Бакушевич, К. Кашуба. - Т. : ТІСІТ, 2003. - 255 с.: рис., табл.

14. Позніцька, Н. Д. Європейські засоби масової інформації [Текст] : конспект лекцій для студ. спец.: "Міжнародна інформація" спеціалізації "Європейські комунікації" / Н. Д. Позніцька ; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут міжнародних відносин, Центр європейських студій. Кафедра міжнародних комунікацій та зв'язків з громадськістю. - К. : [б.в.], 1999. - 229 с.

15. Прозорість влади і засоби масової інформації [Текст] : матеріали наук.-практ. конф. журналістів Волинської обл., 11-12 листопада 2003 р. / упоряд. В. Т. Денисюк ; Управління у справах преси та інформації Волинської облдержадміністрації, Обласна організація Національної спілки журналістів України. - Луцьк : Надтир'я, 2003. - 109 с.

16. Свобода слова: теорія і практика [Текст] : матеріали наук.-практ. конф. журналістів Волині на тему "Свобода слова і засоби масової інформації в демократичній державі", 15-16 серпня 2001 року / упоряд. В. Т. Денисюк ; Літ. ред., макет і коректура А. М. Якубюк ; Управління у справах преси та інформації Волинської обласної держ. адміністрації, Обласна організація Національної спілки журналістів України. - Луцьк : Вісник і Ко, 2001. - 124 с.

17. Чекмишев, О.В. Основи журналістики [Текст] : навч. посіб. / Олександр Чекмишев. - Київ : Академія, 2021. - 165, [2] с. : табл., рис. - (Alma Mater+).

Додаткова

18. Баранецька А. Д. Медіакомунікація як специфічний вид соціокультурної взаємодії: до теорії питання [Електронний ресурс] / А. Д. Баранецька // Держава та регіони. Сер. : Соціальні комунікації. - 2014. - № 1-2. - С. 10-13. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2014_1-2_4

19. Верба І. О. Медіація в адміністративному судочинстві: проблеми теорії та практики [Електронний ресурс] / І. О. Верба // Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ. - 2021. - № 3. - С. 186-190. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvdduvs_2021_3_30

20. Кліщ А. В. Персональний блог в теорії соціальних медіа [Електронний ресурс] / А. В. Кліщ // Держава та регіони. Серія : Гуманітарні науки. - 2014. - № 1-2. - С. 110-114. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drgn_2014_1-2_25

21. Комова М. В. Модерністські філософсько-естетичні теорії функціональної трансформації медіасередовища [Електронний ресурс] / М. В. Комова // Наукові записки Інституту журналістики. - 2014. - Т. 56. - С. 158-165. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2014_56_33

22. Комова М. До теоретичного осмислення теорії Ж. Бодрійяра про симуляцію в мас-медіа [Електронний ресурс] / М. Комова // Теле- та радіожурналістика. - 2014. - Вип. 13. - С. 87-95. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2014_13_14

23. Костенко Н. Вхопити реальне, коли медіа повсюдно: онтологічний інтерес у культурних дослідженнях і теорії медіа [Електронний ресурс] / Н. Костенко // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. - 2010. - № 1. - С. 3-15. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/stmm_2010_1_3

24. Крайнікова Т. С. Зона найближчого розвитку інформаційних інтересів медіаспоживачів: обґрунтування поняття в теорії соціальних комунікацій [Електронний ресурс] / Т. С. Крайнікова // Наукові записки Інституту журналістики. - 2013. - Т. 50. - С. 234-238. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_50_47

25. Круглий стіл на тему: "Медіація в Україні: від теорії до практики" [Електронний ресурс] // Часопис Київського університету права. - 2011. - № 1. - С. 372-373. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chkup_2011_1_97

26. Мазаракі Н. Медіація в Україні: проблеми теорії та практики [Електронний ресурс] / Н. Мазаракі // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. - 2016. - № 1. - С. 92-100. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/uazt_2016_1_11

27. Манделіна О. С. Зародження теорії і практики нових медіа: проекти Алана Кея і Теда Нельсона [Електронний ресурс] / О. С. Манделіна // Наукові записки НаУКМА. Історія і теорія культури. - 2018. - Т. 1. - С. 11-16. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaUKMAtk_2018_1_5

28. Маркова В. Мас-медіа в теорії комунікації Н. Лумана [Електронний ресурс] / В. Маркова, О. Суховій // Вісник Книжкової палати. - 2018. - № 3. - С. 24-27. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2018_3_7

29. Миколаєнко Н. М. Професійна культура майбутніх фахівців мас-медіа: від теорії до практики [Електронний ресурс] / Н. М. Миколаєнко // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Філологія. - 2019. - Вип. 2. - С. 200-203. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuufilol_2019_2_36

30. Никоненко Л. В. Медіапрактики як чинник становлення політико-правової свідомості студентів [Електронний ресурс] / Л. В. Никоненко // Психологічні науки: проблеми і здобутки. - 2015. - Вип. 8. - С. 144-167. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pnpz_2015_8_11

31. Пащенко Б. Г. Обґрунтування теорії японських медіа у дискурсі соціальних комунікацій [Електронний ресурс] / Б. Г. Пащенко // Communications and communicative technologies. - 2018. - Вип. 18. - С. 68-72. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/cctech_2018_18_11

32. Прокопишин Т. Медіапрактики та довіра населення до медіа із перспективи теорії агент-структурної інтеграції [Електронний ресурс] / Т. Прокопишин // Грані. - 2020. - Т. 23, № 5. - С. 45-52. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2020_23_5_7

33. Синоруб, Г.П. Поняття конфліктного наповнення діяльності мас-медіа в теорії соціальних комунікацій (контекст формування поведінки аудиторії) [Текст] : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.01 / Синоруб Галина Петрівна ; Галиц. ін-т ім. В'ячеслава Чорновола. - Тернопіль, 2009. - 200 арк. - Бібліогр.: арк. 169-200.

34. Темченко Л. В. Урбаністичні медіапрактики: європейський та український досвід [Електронний ресурс] / Л. В. Темченко // Communications and communicative technologies. - 2020. - Вип. 20. - С. 80-87. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/cctech_2020_20_14

35. Фурса С. Медіація в Україні : актуальні питання теорії і практики та необхідність законодавчої регламентації [Електронний ресурс] / С. Фурса // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Юридичні науки. - 2014. - Вип. 1. - С. 5-9. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Yur_2014_1_3

36. Чаплінська Ю. С. Привабливість образу медіаперсони в рамках парасоціальної теорії [Електронний ресурс] / Ю. С. Чаплінська // Проблеми політичної психології. - 2019. - Вип. 8. - С. 22-48. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pppr_2019_8_4

37. Чекалюк В. В. Ефективне продюсування: вивчення теорії та її застосування на практиці як запорука успішності проекту в медіа-середовищі [Електронний ресурс] / В. В. Чекалюк // Інформаційне суспільство. - 2013. - Вип. 17. - С. 50-53. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/is_2013_17_13

38. Шаповалова Г. В. Проблеми розмежування стрижневих понять у теорії медіатексту [Електронний ресурс] / Г. В. Шаповалова, Я. М. Шебештян // Наукові записки Інституту журналістики. - 2015. - Т. 60. - С. 21-28. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2015_60_6

Інформаційні ресурси

39. Законодавство України — <https://rada.gov.ua/news/zak>

40. Наукова періодика України — http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21CNR=20&Z21ID=

41. ГО «Детектор медіа» <https://go.detector.media/about/#what>

42. Найвпливовіші медіа світу <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/9739/2011-04-29-48-iz-50-nayvplyvovishykh-informatsiynykh-resursiv-svitu-tradytsiyni-media/>

43. Медіа та медіаграмотність

https://www.youtube.com/watch?v=8Puq1OqwXYg&ab_channel=EdEra

44. Фейк чи маніпуляція: як відрізнити

https://www.youtube.com/watch?v=dglYe18Bk9A&ab_channel=EdEra

45. Як перевіряти інформацію? Покрокова інструкція

https://www.youtube.com/watch?v=4dS275ZiY7k&ab_channel=EdEra

46. Хто є у медіа? (огляд основних медіа-професій)

https://www.youtube.com/watch?v=9mEuA8nI9uA&list=PL_zDp5rG6HqtJlaAaou-WZNgPWYYDLymZ&index=5&ab_channel=EdEra

47. Які медіа впливають на емоції? https://www.youtube.com/watch?v=dP2f3W-rboI&list=PL_zDp5rG6HqtJlaAauo-WZNgPWYYDLymZ&index=13&ab_channel=EdEra

48. Онлайн-медіа, що стали найякіснішими: Білий список другого півріччя 2023 <https://imi.org.ua/monitorings/onlajn-media-shho-staly-najyakisnishymy-bilyj-spysok-drugogo-pivrichchya-2023-i55817>

49. Інститут масової інформації <https://imi.org.ua/>

Контрольні питання з дисципліни

1. Масові комунікації як дисципліна. Технологічний прогрес і масові комунікації.
2. Медійні теорії: суспільне значення.
3. Етика в масових комунікаціях. Професійні стандарти, відповідальність перед аудиторією.
4. Вплив нових технологій (зокрема соціальних медіа, штучного інтелекту, віртуальної реальності) на масові комунікації та суспільство в цілому.
5. Взаємодія медіа та культури, вплив медіа на формування культурних цінностей, ідентичності і т. д.
6. Аналіз змісту медіа: методи та підходи до вивчення змісту медіа, включаючи кількісний та якісний аналіз.
7. Вивчення рекламних стратегій та прийомів у медійному контенті та їхній вплив на споживачів.
8. Використання медійних платформ для масового поширення певних ідеологій чи політичних поглядів.
9. Роль медійного аналізу у розвитку стратегій медіакомпаній та управління контентом.
10. Взаємозв'язок між медійним контентом та гендерною проблематикою.
11. Особливості впливу ЗМІ на суспільство: історія, сучасні тенденції, перспективи.
12. Теорія агенди-сеттингу.
13. Теорія впливу індивідуальних ЗМІ.
14. Теорія впливу групових ЗМІ.
15. Теорія соціальної взаємодії в медіапросторі.
16. Теорія культурної індустрії та культурної дифузії.
17. Медіапродукція інформаційної, художньої та аналітичної публіцистики.
18. Веб-сайти, медіаплатформи, стрімінгові сервіси, подкасти, відеохостинги, блоги, соціальні мережі тощо.
19. Кібербезпека та приватність в інтернет-медіа.
20. Медійна грамотність у цифрову епоху, методи її підвищення серед населення.
21. Формати Інтернет-медіа: веб-сайти, блоги, соціальні мережі, відеохостинги, стрімінгові платформи тощо. Інтерактивні формати в медіа-журналістиці.
22. Феномен медіаконвергенції. ЗМІ на сучасному етапі..
23. Роль соціальних медіа в медіаконвергенції, формування нових комунікаційних практик.
24. Питання журналістських стандартів та етики в епоху медіаконвергенції.
25. Правові та регуляторні аспекти медіаконвергенції.
26. Основні напрями медіапрактики сучасного кореспондента.

27. Підготовка мультимедійних матеріалів: фото, відео, статті, аудіоматеріали, інтерактивні матеріали.
28. Робота в режимі реального часу.
29. Поняття «універсального журналіста»: робота над медіапродуктом на етапах пре-продакшену, продакшену, пост-продакшену.
30. Робота в команді медіаорганізації або у якості незалежного фахівця.

Навчальне видання

СВІТОВІ ТЕОРІЇ ЗМІ ТА МЕДІАПРАКТИКА

Програма та навчально-методичні матеріали до курсу
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності
021 «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво»
ОП «Телерепортерство»

Укладач :

Косачова Ольга Олександрівна, канд. наук із соц. комунікацій, доцент

Друкується в авторській редакції

План 2024

Формат 60x84/16

Гарнітура “Times”. Папір для мн. ап.
Ум. друк. арк. _____ Обл.-вид. арк. _____

Адреса редакції і видавця:

ХДАК, Україна, 61057, м. Харків, Бурсацький узвіз,4
тел. (057) 731-27-83. e-mail: rvv2000k@ukr.net.
Свідоцтво про держреєстрацію ДК №3274 від 04.09.2008 р.