

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Факультет української філології, культури і мистецтва

Кафедра інформаційних комунікацій



## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

# ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

для студентів

рівня вищої освіти: першого (бакалаврського)

спеціальності: 021 Аудіовізуальне мистецтво та виробництво

освітньої програми 021.00.01 «Ведучий телевізійних програм»



Київ – 2024



## ЗМІСТ

1. Опис предмета навчальної дисципліни.....	4
2. Мета та завдання навчальної дисципліни.....	5
3. Результати навчання за дисципліною.....	5
4. Структура навчальної дисципліни.....	6
5. Програма навчальної дисципліни	
<i>Змістовий модуль I</i> .....	7
<i>Змістовий модуль II</i> .....	8
<i>Змістовий модуль III</i> .....	9
<i>Змістовий модуль IV</i> .....	10
<i>Змістовий модуль V</i> .....	11
<i>Змістовий модуль VI</i> .....	12
6. Контроль навчальних досягнень .....	
<i>6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів</i> .....	13
<i>6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання</i> .....	14
<i>6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання</i> .....	16
<i>6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання</i> .....	16
<i>6.5. Орієнтовний перелік питань до екзамену</i> .....	16
<i>6.6. Шкала відповідності оцінок</i> .....	18
7. Навчально-методична карта дисципліни «Теорія і практика соціальних комунікацій».....	19
8. Рекомендована література	
<i>Базова</i> .....	21
<i>Додаткова</i> .....	21

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Загальний обсяг кредитів/годин	6/180	-
Курс	1	-
Семестр	2	-
Кількість змістових модулів з розподілом	6	-
Обсяг кредитів	6	-
Обсяг годин, в тому числі:	180	-
Аудиторні	84	-
Модульний контроль	12	-
Семестровий контроль	30	-
Самостійна робота	54	-
Форма семестрового контролю	Екзамен	-

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета курсу** полягає у набутті знань про сучасні тенденції розвитку соціальних комунікацій, їхнє теоретичне осягнення та використанні цих знань на практиці для створення медіаконтенту.

### Завдання курсу:

- Ознайомлення з понятійно-категоріальним апаратом теорії соціальних комунікацій;
- Усвідомлення ролі «нових медіа» у соціальних комунікаціях;
- Виявлення специфіки функціонування медіасередовища в умовах сучасності;
- Дослідження сучасних медіа в контексті їхньої роботи з аудиторією, застосованих прийомів та мети, яка ставиться ними у комунікації;
- Оволодіння навичками використання набутих теоретичних знань з соціальних комунікацій у практичній діяльності ведучого.

Дисципліна спрямована на формування таких **фахових (професійних) програмних компетентностей** освітньої програми підготовки бакалаврів за спеціальністю 021 Аудіовізуальне мистецтво та виробництво ОП «Ведучий телевізійних програм»:

ЗК-01	Знання та розуміння предметної області та професійної діяльності.
ЗК-06	Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
ЗК-09	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
ЗК-16	Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми
ФК-06	Здатність здійснювати професійну діяльність із застосуванням сучасних досягнень теорії та методології аудіовізуального мистецтва та виробництва з урахуванням широкого спектру міждисциплінарних зв'язків
ФКУ-19	Усвідомлення психологічних умов та наслідків комунікаційного впливу на аудиторію авторського аудіовізуального твору.

### 3. Результати навчання за дисципліною

В процесі роботи над навчальним курсом студенти мають досягти таких результатів:

РН-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.
РН-14	Вміти підтримувати зв'язок із засобами масової інформації з метою просвітництва, популяризації та пропаганди досягнень аудіовізуального мистецтва.
РНУ-21	Вміти здійснювати комунікацію шляхом використання візуальних, текстуальних та аудіовізуальних контентів.
РНУ-27	Знати та застосовувати у практичній діяльності здобутки української та світової науки, культури та мистецтва, розуміти значення ролі особистості у розвитку суспільств та цивілізацій, формуванні ціннісно-світоглядних засад та перспектив.

### 4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

Назви теоретичних розділів	Кількість годин						
	Разом	Аудиторних	Лекцій	Семінарські	Практичні	Самостійна	Підсумковий
<b>Змістовий модуль I</b>							
<b>Базова теорія соціальних комунікацій</b>							
Соціальні комунікації як наука	6	2	2			4	
Роль соціальних комунікацій у суспільному житті	2	2		2			
Різновиди комунікації	4	2	2				
Особливості комунікаційних каналів	2	2		2			
Методи аналізу соціальних комунікацій	6	2	2			6	

Методологія соціальних комунікацій	2	2		2			
Проведення контент-аналізу запропонованих ресурсів соціальних комунікацій	2	2			2		
Модульний контроль	2						2
<i>Разом</i>	<b>26</b>	14	6	6	2	10	2
<b>Змістовий модуль II</b>							
<b>Професії та ролі в сучасних соціальних комунікаціях</b>							
Роль журналіста у соціальних комунікаціях	4	2	2			4	
Пулітцерівська премія з журналістики як марк ефективної журналістської роботи	2	2			2		
Роль піарника у соціальних комунікаціях	4	2	2			4	
Засоби та техніки впливу в соціальних комунікаціях	2	2			2		
Створення рекламної кампанії	2	2			2		
Сучасні ролі в системі комунікацій	2	2	2				
Роль аудиторії в системі сучасних комунікацій	2	2			2		
Модульний контроль	2						2
<i>Разом</i>	<b>26</b>	14	6	0	8	8	2
<b>Змістовий модуль III</b>							
<b>Соціальні комунікації у текстовальному форматі</b>							
Сучасні текстові медіа	6	2	2			4	
Аналітичні жанри журналістики	2	2		2			
Створення тексту інформаційного жанру журналістики	2	2			2		
Створення тексту аналітичного жанру журналістики	2	2			2		
Художньо-публіцистичні жанри журналістики	6	2	2			4	
Інтерв'ю як метод і жанр сучасної журналістики	4	2			2		
Створення тексту художньо-публіцистичного жанру журналістики	2	2			2		
Модульний контроль	2						2
<i>Разом</i>	<b>24</b>	14	4	2	8	8	2
<b>Змістовий модуль IV</b>							
<b>Специфіка соціальних комунікацій у візуальному та аудіальному форматі</b>							
Телебачення та радіо в добу глобалізації	6	2	2			4	
Особливості журналістських жанрів на телебаченні	4	4			4		
Специфіка роботи ведучих телевізійних програм	2	2	2				
Дослідження сучасних аудіовізуальних медіа	6	2		2		4	
Планування та проведення ток-шоу	4	4			4		
Модульний контроль	2						2
<i>Разом</i>	<b>24</b>	14	4	2	8	8	2
<b>Змістовий модуль V</b>							
<b>Роль «нових медіа» у соціальних комунікаціях</b>							
Особливості «нових медіа»	4	2	2				
Розробка проєкту гейміфікації для університету	2	2			2		
Розробка проєкту студентського аудіовізуального ЗМІ	2	2			2		
Постправа в сучасних соціальних комунікаціях	6	2	2			4	

Аналіз фейкових матеріалів у ЗМІ	2	2			2		
Створення проєкту ток-шоу, яке використовує відомі теорії змови	2	2			2		
Дослідження «нових медіа»	4	2		2		4	
Модульний контроль	2						2
<i>Разом</i>	<b>24</b>	14	4	2	8	8	2
<b>Змістовий модуль VI</b>							
<b>Моделі соціальних комунікацій у різних науках</b>							
Семіотика у соціальних комунікаціях	2	2	2				
Створення та аналіз рекламних текстів з точки зору семіотики	10	4			4	4	
Моделі комунікації у філософії, психології та культурології	2	4	2	2			
Аналіз стратегій в інформаційній війні з точки зору вивчених теорій	8	4			4	4	
Модульний контроль	2						2
<i>Разом</i>	<b>24</b>	14	4	2	8	8	2
Екзамен	<b>30</b>						30
<b>Разом за курс</b>	<b>180</b>	84	28	14	42	54	12/30

## 5. Програма навчальної дисципліни

### Змістовий модуль I

#### Базова теорія соціальних комунікацій

##### Тема 1

##### **Лекція. Соціальні комунікації як наука (2 год.)**

Мета та завдання навчальної дисципліни. Соціальна комунікація як предмет дослідження. Ідея дослідження комунікацій. Чи може комунікація бути не соціальною. Соціум та роль спілкування у ньому. Масова культура та масові комунікації. Типологізація комунікацій. Трансформації соціальних комунікацій від прадавніх часів до інформаційного суспільства. Міф як складова прадавніх форм комунікацій.

**Семінарське заняття. Роль соціальних комунікацій у суспільному житті (2 год.).**

##### Тема 2

##### **Лекція. Різновиди комунікації (2 год.)**

Комунікативні дискурси. Релевантність як важлива риса комунікативного процесу. Комунікативний простір. Специфіка візуальних комунікацій та їхня важливість у створенні аудіовізуального твору.

Вербальна комунікація. Перформансна комунікація – між сучасним мистецтвом та тероризмом. Міфологічна комунікація. Художня комунікація аудіовізуального твору. Масова культура як інструмент контролю.

**Семінарське заняття. Особливості комунікаційних каналів (2 год.).**

### **Тема 3**

**Лекція. Методи аналізу соціальних комунікацій (2 год.)**

Проблеми наукової методології. Особливості методів досліджень соціальних комунікацій. Контент-аналіз як один з базових методів аналізу матеріалів ЗМІ. Big data та її зв'язок з контент-аналізом. Пропагандистський аналіз та вплив ідеології на маси. Чутки як комунікативні одиниці. Аналіз чуток як метод соціальних комунікацій.

**Семінарське заняття. Методологія досліджень соціальних комунікацій (2 год.)**

**Практичне заняття. Проведення контент-аналізу запропонованих ресурсів соціальних комунікацій. (2 год.)**

## **Змістовий модуль II**

### **Професії та ролі в сучасних соціальних комунікаціях**

#### **Тема 4**

**Лекція. Роль журналіста у соціальних комунікаціях (2 год.)**

Журналістика як спеціальність. Привабливі риси та складнощі роботи журналістом. Різновиди журналістської роботи в сучасній редакції. Важливість етики при роботі журналістом. Концепція «балансу думок» як базовий принцип журналістського професіоналізму. Соціальна місія журналістики, концепція «четвертої влади». Журналістика як важливий елемент масових комунікацій.

**Практичне заняття. Пулітцерівська премія з журналістики як маркер ефективної журналістської роботи (2 год.).**

#### **Тема 5**

**Лекція. Роль піарника у соціальних комунікаціях (2 год.)**



Професія піарника. Стисла історія впливу на суспільну думку з античності до сьогодення. Задачі та інструменти піарника. Моделі комунікації, що є значущими для піару. Різниця між піаром та рекламою. Структура організації, що займається піаром. Моделі комунікації, що релевантні в роботі з суспільною думкою.

**Практичне заняття. Засоби та техніки впливу в соціальних комунікаціях (2 год.)**

**Практичне заняття. Створення рекламної кампанії (2 год.).**

## **Тема 6**

**Лекція. Сучасні ролі в системі комунікацій (2 год.)**

Політики, агітатори та рекламисти як комунікатори. Особливості створення медіаконтенту в команді. Продюсерське бачення кінцевого продукту як важливий комунікаційний вектор аудіовізуального твору. Інфлюенсери та експерти у сучасних соціальних комунікаціях. Сучасні майданчики для створення контенту та роль блогерів у них. Стримінг відео як новий вид аудіовізуальної діяльності в системі соціальних комунікацій. Вітубери як культурний феномен. Перспективи ШІ в системі сучасних комунікацій.

**Практичне заняття. Роль аудиторії в системі сучасних комунікацій(2 год.).**

## **Змістовий модуль III**

### **Соціальні комунікації у текстуальному форматі**

## **Тема 7**

**Лекція. Сучасні текстові медіа (2 год.).**

Організація роботи професійних редакцій у сфері друкованих медіа, структура редакційного колективу. Паперовий та електронний формат текстових медіа. Класифікація друкованих видань. Масовий перехід друкованих видань в електронний формат. Особливості психологічного сприйняття текстуальної інформації. Інформаційні жанри сучасної

журналістики – замітка, коментар, репортаж, звіт. Інструменти для збору та публікації інформації в режимі реального часу. Специфіка «сенсаційної журналістики» та питання журналістської етики.

**Семінарське заняття. Аналітичні жанри журналістики (2 год.).**

**Практичне заняття. Створення тексту інформаційного жанру журналістики (2 год.).**

**Практичне заняття. Створення тексту аналітичного жанру журналістики (2 год.).**

## **Тема 8**

**Лекція. Художньо-публіцистичні жанри журналістики (2 год.).**

Журналістське розслідування як найскладніший жанр аналітичної журналістики. Найбільш відомі представники жанрів. Пулітцерівські премії, які давалися за журналістські розслідування.

Художньо-публіцистичні жанри – між журналістикою та письменницькою справою. Художні засоби публіцистики. Історія художньо-публіцистичної журналістики. Художній нарис. Сатирична публіцистика, її доречність у сучасному журналістському дискурсі. Фейлетони та памфлети. Доречність «літературності» у журналістиці. Гонзо-журналістика.

**Практичне заняття. Інтерв'ю як метод і жанр сучасної журналістики (2 год.).**

**Практичне заняття. Створення тексту художньо-публіцистичного жанру журналістики (2 год.).**

## **Змістовий модуль IV**

**Специфіка соціальних комунікацій у візуальному та аудіальному форматі**

## **Тема 9**

**Лекція. Телебачення та радіо в добу глобалізації (2 год.)**

Стисла історія телебачення та радіо. Склад редакції телевізійної програми. Технічне забезпечення ефіру. Аудиторія телепрограми та планування сітки мовлення. Телебачення та радіо України. Міжнародні

формати телерадіомовлення. Концепція телевізійної програми – від концепції до фінансування. Приклади оформлення заявки концепції програми. Телевізійний та газетний підхід до підготовки новин – спільне та відмінне. Діяльність інформаційної служби на телебаченні та радіо.

**Практичне заняття. Особливості журналістських жанрів на телебаченні (4 год.).**

### **Тема 10**

**Лекція. (2 год.) Специфіка роботи ведучих телевізійних програм.**

Історія видовищних жанрів сучасного телебачення – реаліті-шоу, ток-шоу. Якість ведучого телевізійних програм. Методи спілкування з гостями передачі. Робота ведучого в прямому ефірі. Перехід телебачення в Інтернет та зміни, що з'являються при переході. Влогер як ведучий. Приклади популярних інтернет-проектів телевізійного формату.

**Семінарське заняття. Дослідження сучасних аудіовізуальних медіа (2 год.).**

**Практичне заняття. Планування та проведення ток-шоу (4 год.).**

### **Змістовий модуль V**

#### **Роль «нових медіа» у соціальних комунікаціях**

### **Тема 11**

**Лекція. Особливості «нових медіа» (2 год.)**

«Розуміння медіа» М. Маклюєна як базовий медіазнавчий текст. Філософія сучасних технологій. Поява терміну «нові медіа». Стисла історія «нових медіа». Непрофесійна інтернет-журналістика як явище сучасної культури – стримінг, блогінг і т.д. Політичні комунікації в сучасних медіа та роль війни в них. Гейміфікація як спосіб «нових медіа» контролювати продуктивність працівників без зайвих витрат.

**Практичне заняття. Розробка проекту гейміфікації для університету (2 год.).**

**Практичне заняття. Розробка проекту студентського аудіовізуального ЗМІ (2 год.).**

### **Тема 12**

### **Лекція. Постправа в сучасних соціальних комунікаціях (2 год.)**

Мережева логіка сучасних медіа. Актуальність та віртуальність у філософії Ж. Дельоза. Роль фейків у соціальних комунікаціях. Особливості поширення фейків. Перевірка фактів як інструмент боротьби з фейками. Постправа як медіареальність сучасності. Теорії змови як один з інструментів пристосування людей до сучасних реалій.

### **Практичне заняття. Аналіз фейкових матеріалів у ЗМІ (2 год.).**

### **Практичне заняття. Пошук фейків у інтернет-виданнях (2 год.).**

### **Семінарське заняття. Дослідження «нових медіа» (2 год.)**

## **Змістовий модуль VI**

### **Моделі соціальних комунікацій у різних науках**

#### **Тема 13**

### **Лекція. Семіотика у соціальних комунікаціях (2 год.)**

Семіотика як наука. Особливості використання знаків. Модель Р. Якобсона у дослідженні комунікації. Кодування та декодування інформації у моделі Р. Якобсона та їхня критика Ю. Лотманом. Культура як генератор кодів. Лінгвістичні методи для аналізу комунікації. Символічна комунікація в моделі У. Еко, семіотичний код масової культури. Семіотика для аналізу рекламних текстів.

**Практичне заняття. Створення та аналіз рекламних текстів з точки зору семіотики (4 год.).**

#### **Тема 14**

### **Лекція. Моделі комунікації у філософії, психології та культурології (2 год.)**

Соціальна комунікація як інструмент вирішення спеціальних задач. Концепція інформаційного домінування. Модель гегемонії домінуючої ідеології А. Грамши. Міфологічні комунікації – теорія архетипів К. Г. Юнга, соціальна функція міфу та ритуалу у Б. Маліновського. Пропагандистська комунікація за дослідженнями Ф. Тейлора. Інформаційні війни як інструмент соціальних комунікацій. Діалогічність та

карнавалізація комунікацій в моделі М. Бахтіна. Механізми комунікації влади у філософських роботах М. Фуко.

Соціолінгвістика та психолінгвістика як міждисциплінарні галузі знань. Історія соціолінгвістичних та психолінгвістичних концепцій та їхній зв'язок з практикою соціальних комунікацій.

**Семінарське заняття. Моделі комунікації у філософії, психології та культурології (2 год.)**

**Практичне заняття. Аналіз стратегій в інформаційній війні з точки зору вивчених теорій (4 год.).**

## 6. Контроль навчальних досягнень

### 6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4		Модуль 5		Модуль 6	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
Відвідування семінарських занять	1	3	3	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
Відвідування на практичному занятті	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Робота на семінарському занятті	10	3	30	0	0	1	10	1	10	1	10	1	10
Робота на практичному занятті	10	1	10	4	40	4	40	4	40	4	40	4	40
Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист)													
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	2	10	2	10	2	10	2	10	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Виконання ІНДЗ													
<i>Разом</i>			82		82		92		92		92		92
Максимальна кількість балів		532											
Розрахунок коефіцієнта		Розрахунок: $532:60=8.87$ Студент набрав: 387 балів Оцінка: $387: 8.87= 44$ бали + max 40 іспит = 84 бали (B)											

## **6.2.Завдання для самостійної роботи та критерії їх оцінювання**

Кожна робота оцінюється максимум в 5 балів. Оцінюється володіння матеріалом, вміння оригінально мислити, пропонувати свої концепції та аналізувати явища.

### **Змістовий модуль I. Базова теорія соціальних комунікацій (10 год.).**

1. Відвідайте розділ сайту [archive.org](https://archive.org/details/radioprograms) з радіопрограмами (<https://archive.org/details/radioprograms>) та оберіть на вибір радіопрограми одного каналу або одну передачу в період до 2000-их років у пошуку. Охарактеризуйте її тематичне розмаїття, специфічні риси, які не притаманні сучасному радіо та зазначте елементи, які залишилися незмінними. (4 год.).

2. Знайти цікаву і перспективну для студентських досліджень тему, що стосується соціальних комунікацій. Згідно з матеріалами курсу про методологію досліджень розписати методи, які можуть бути використані в цьому дослідженні та для чого вони будуть використовуватися (6 год.).

### **Змістовий модуль II. Професії та ролі в сучасних соціальних комунікаціях (8 год.).**

1. Обрати для аналізу конкретну публічну постать та з зазначенням посилань на матеріали, в яких зазначено пряму мову дослідженого автора, охарактеризувати позитивні та негативні сторони виконання ним наступних ролей у соціальних комунікаціях: пропагандист, журналіст, піарник, політик (4 год.).

2. Зробити опис ідеального робочого дня піарника з урахуванням типових задач, які він виконує – у вигляді есе або презентації (4 год.).

### **Змістовий модуль III. Соціальні комунікації у текстуальному форматі (8 год.).**

1. Відвідайте розділ преси в найближчому супермаркеті або тематичному кіоску. Ознайомтеся з різноманіттям видань. Чому ці видання ще видаються в паперовому вигляді? Хто їхня аудиторія? Які перспективи їхнього існування? Напишіть про це невеличке есе на 2-3 сторінки (4 год.).

2. Візьміть інтерв'ю у свого родича або сусіда. Спробуйте розкрити його як неординарну та цікаву особистість. Скористайтеся порадами щодо підготовки та проведення інтерв'ю, отриманими під час лекцій (4 год.).

#### **Змістовий модуль IV. Специфіка соціальних комунікацій у візуальному та аудіальному форматі (8 год.).**

1. Ознайомтеся з програмою передач двох зарубіжних телевізійних каналів на тиждень та порівняйте з програмою передач українського телеканалу такого ж формату. Створіть порівняльну таблицю, в якій буде проаналізовано жанрове різноманіття матеріалів, підраховано кількість власного та ліцензованого контенту, наведені унікальні риси, які вирізняють канал з-поміж інших. За матеріалами таблиці напишіть власні висновки (4 год.).

2. Проаналізуйте підготовлене на практичному занятті ток-шоу, зазначте його сильні та слабкі сторони згідно з вимогами до ток-шоу, що були розглянуті на заняттях (4 год.).

#### **Змістовий модуль V. Роль «нових медіа» у соціальних комунікаціях (8 год.).**

1. Знайти та зареферувати три наукових роботи, які присвячені фейкам у сучасній журналістиці (4 год.).

2. Створіть підбірку з 3 популярних блогерів, яких ви читаєте. Вкажіть їхню аудиторію, тематику, сильні та слабкі сторони (4 год.).

#### **Змістовий модуль VI. Моделі соціальних комунікацій у різних науках. (8 год.).**

1. У невеликому есе (2-3 сторінки) проаналізувати сучасне явище соціальних комунікацій за допомогою однієї з моделей, що запропоновані в модулі (4 год.).

2. Проаналізуйте соціолінгвістичну специфіку вашого рідного краю – випишіть 10-15 слів або виразів, за якими ви б могли ідентифікувати вашого земляка (4 год.).

### **6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання.**

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно кожним студентом в електронному вигляді та додається до електронного курсу або здається в роздрукованому вигляді.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Оцінюється за виконання завдань у формі, зазначеній викладачем у робочій програмі. Загальна кількість модулів – 6, кожний модуль складається з тестових або розгорнутих питань, які оцінюються відповідно до власної складності; виконання кожної роботи є обов'язковим.

#### **6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання.**

Форма проведення: усна.

Екзамен проводиться у формі співбесіди за темами, що зазначені в орієнтованому переліку питань до іспиту. Кожна співбесіда буде складатися з обговорення двох питань.

Максимальна кількість балів: 40.

Критерії оцінювання:

Правильна відповідь на кожне питання дає 20 балів.

#### **6.5. Орієнтовний перелік питань до іспиту.**

1. Визначити основні характеристики процесу комунікації.
2. Розкрити сутність поняття "соціальні комунікації".
3. Проаналізувати трансформації соціальних комунікацій від античності до сучасності.
4. Розкрити сутність міфологічного мислення як основи соціальних комунікацій.
5. Проаналізувати можливості масової культури в системі соціальних комунікацій.
6. Обґрунтувати основні положення журналістської етики.
7. Навести приклад технік масовокомунікаційного впливу.
8. Визначити специфіку інформаційних жанрів газетної журналістики.



9. Визначити специфіку аналітичних жанрів газетної журналістики.
10. Розкрити значення терміну "нові медіа".
11. Проаналізувати значення постправди в сучасному дискурсі.
12. Визначити основні вимоги до планування телевізійної програми.
13. Пояснити особливості публіцистичної журналістики – історію, жанри, відомих представників.
14. Здійснити аналіз трансформацій переходу телебачення в інтернет-формат.
15. Розкрити сутність телевізійного жанру «ток-шоу» в сучасному телебаченні.
16. Визначити специфіку впливу «фейків» на сприйняття світу споживача у сучасній соціальній комунікації.
17. Проаналізувати трансформацію ролі ведучого телевізійного формату під впливом Інтернету.
18. Пояснити феномен пропаганди в соціальних комунікаціях.
19. Розкрити специфіку журналістської професії в контексті соціальних комунікацій.
20. Продемонструвати особливості роботи піарника та рекламиста.
21. Охарактеризувати нові ролі в системі соціальних комунікацій, що пов'язані з "новими медіа".
22. Пояснити базові поняття семіотики.
23. Охарактеризувати семіотичну модель Р.Якобсона.
24. Охарактеризувати семіотичну модель Р.Барта.
25. Проаналізувати модель соціальних комунікацій А.Грамши.
26. Передати сутність роботи "Розуміння медіа" М. Маклюєна.
27. Пояснити сутність та зв'язок моделі карнавальної культури М.Бахтіна та соціальних комунікацій.
28. Охарактеризувати природу влади з точки зору філософської моделі М.Фуко.
29. Пояснити різницю в комунікаціях між піаром та рекламою.
30. Визначити роль гейміфікації у сучасних соціальних комунікаціях.

## 6.6. Шкала відповідності оцінок

Кількість балів		Значення оцінки
A	90-100	Відмінно – відмінний рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу з, можливими, незначними недоліками
B	82-89	Дуже добре – достатньо високий рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу без суттєвих грубих помилок
C	75-81	Добре – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
D	69-74	Задовільно – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності
E	60-68	Достатньо – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
FX	35-59	Незадовільно з можливістю повторного складання – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання
F	1-34	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу – досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни

## 7. Навчально-методична карта дисципліни "Теорія і практика соціальних комунікацій"

Разом: 180 год., лекції – 28 год., семінарські заняття – 14 год., практичні заняття – 42 год., самостійна робота – 54 год., 12 год. – модульний контроль, екзамен.

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII
Модулі	Змістовий модуль I			Змістовий модуль II			Змістовий модуль III
Назва модуля	Базова теорія соціальних комунікацій			Професії та ролі в сучасних соціальних комунікаціях			Соціальні комунікації у текстуальному форматі
Кількість балів за модуль	82 б.			82 б.			92 б.
Лекції	відвідування – 3 б.			відвідування – 3 б.			відвідування – 2 б.
Теми лекцій	Соціальні ком. як наука – 1б.	Різновиди комунікації – 1б.	Методи аналізу соціальних ком. – 1 б.	Роль журналіста у соціальних комунікаціях – 1б.	Роль піарника у соціальних комунікаціях – 1б.	Сучасні ролі в системі комунікацій – 1 б.	Сучасні текстові медіа – 1б. Художньо-публіцистичні жанри – 1б.
Теми семінарських занять	Роль соціальних комунікацій у суспільному житті 1 + 10 б.	Особливості комунікаційних каналів 1 + 10 б.	Методологія досліджень соц. комунікацій – 1 + 10 б.			Аналітичні жанри журналістики 1 + 10 б.	
Теми практичних занять		Проведення контент-аналізу соц. ком – 1 + 10б.	Пулліцерівська премія з журналістики як маркер ефективної журналістської роботи – 1 + 10 б.	Модель ідеального комунікатора серед журналістів – 1 + 10 б.	Створення рекламної кампанії – 1 + 10 б.	Роль аудиторії в системі сучасних комунікацій – 1 + 10 б.	Створення тексту інформаційного жанру журналістики 1 + 10 б. Створення тексту аналітичного жанру журналістики 1 + 10 б. Інтерв'ю як метод і жанр сучасної журналістики – 1 + 10 б. Створення тексту художньо-публіцистичного жанру журналістики – 1 + 10б.
Самостійна робота	10 б.			10 б.			10 б.
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 – 25 б.			Модульна контрольна робота 2 – 25 б.			Модульна контрольна робота 3 – 25 б.

Тиждень	VIII	IX	X	XI	XII	XIII	XIV
Модулі	Змістовий модуль IV			Змістовий модуль V		Змістовий модуль VI	
Назва модуля	Специфіка соціальних комунікацій у візуальному та аудіальному форматі			Роль «нових медіа» у соціальних комунікаціях		Моделі соціальних комунікацій у різних науках	
Кількість балів за модуль	92 б.			92 б.		92 б.	
Лекції	відвідування – 2 б.			відвідування – 2 б.		відвідування – 2 б.	
Теми лекцій	Телебачення та радіо в добу глобалізації – 1 б.	Специфіка роботи ведучих телевізійних програм – 1 б.		Особливості «нових медіа» - 1б.	Постправда в сучасних соціальних комунікаціях – 1б.	Семіотика у соціальних комунікаціях – 1б.	Моделі комунікації у філософії, психології та культурології – 1б.
Теми семінарських занять	Дослідження сучасних аудіовізуальних медіа – 1 + 10 б.				Дослідження «нових медіа» – 1 + 10 б.		Моделі комунікації у філософії, психології та культурології – 1 + 10 б.
Теми практичних занять	Особливості журналістських жанрів на телебаченні – 2 + 20 б.	Планування та проведення ток-шоу – 2 + 20 б.	Розробка проєкту гейміфікації для ун-ту – 1 + 10 б.	Розробка проєкту студентського аудіовізуального ЗМІ – 1 + 10 б.	Аналіз фейкових матеріалів у ЗМІ 1 + 10 б.	Створення проєкту ток-шоу, яке використовує відомі теорії змови – 1 + 10 б.	Створення та аналіз рекламних текстів з точки зору семіотики – 2 + 20 б.
Самостійна робота	10 б.			10 б.		10 б.	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 4 – 25 б.			Модульна контрольна робота 5 – 25 б.		Модульна контрольна робота 6 – 25 б.	
Екзамен	max 40 балів						

## 8. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна

1. Болыц Н. Абетка медіа / За загал. ред. В. Ф. Іванов; Переклад з нім. В. Климченка. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2015. 177 с.
2. Квіт С. Масові комунікації : підручник для студентів вищих навчальних закладів / С. Квіт. Київ : Києво-Могилянська академія, 2008. 206 с.
3. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 “журналістика та інформація” / В.В. Різун. К.: Видавничий центр “Просвіта”, 2008. 260 с.
4. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник / О. М. Холод. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 211 с.

### Додаткова

1. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво : навчальний посібник / Т. О. Приступенко, Р. В. Радчик, М. К. Василенко та ін. ; за ред. В. В. Різуна. Київ : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2010. 287 с
2. Михайлин І.Л. Основи журналістики : підручник. 5-те вид. перероб. та доп. Київ: Центр учбової літератури, 2011 496 с.
3. Мой, Даніель. Телевізійна журналістика. Практична журналістика / Даніель Мой, Мартін Ордольфф. Друге, повністю перероблене видання. – Київ: Академія Української Преси, 2019. 234 с.
4. Організація телевізійного виробництва: конспект лекцій / В.С, Лазебний, В.М. Бакіко, О.О. Омелянець; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 162 с.
5. Партико З. В. Теорія масової інформації та комунікації : навч. посіб. / З.В. Партико. - Львів : Афіша, 2008. - 292 с.
6. Почепцов Г. Від Facebook-у і гламуру до WikiLeaks: медіакомунікації. Київ: Спадщина-інтеграл, 2012. 464 с.

7. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології ХХІ століття / Г. Г. Почепцов ; пер. Т. Гуменюк. Київ : Києво-Могилянська академія, 2017. 257 с.
8. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навч. посібник / Г. Г. Почепцов. - 3-тє вид., випр. і допов. Київ : Знання, 2006. 328 с.
9. Холод О. М. Інмутація у мас-медіа : монографія / О. М. Холод ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2006. 168 с.
10. Холод О.М. Соціальні комунікації. Соціо- і психолінгвістичний аналіз [Текст] / О. М. Холод. Львів : ПАІС, 2011. 285 с.
11. Хрестоматія з теорії тексту масової комунікації : навчальний посібник / уклад.: Е. Г. Шестакова. Донецьк : Норд-Пресс, 2009. 282 с.
12. Яковець А.В. Телевізійна журналістика: теорія і практика: Підручник. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 240 с.
13. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. Cambridge: The MIT Press, 1994. 389 p.