

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Кафедра філософії та релігієзнавства



ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної і
навчальної роботи та рекрутації
проф. Гаврилюк С. В.

Протокол № 2 від 16.10. 2019 р.

ПРОГРАМА
нормативної навчальної дисципліни
КОМУНІКАЦІЇ В МЕДІАПРОСТОРИ

Підготовки магістра

спеціальності 033 Філософія

освітньої програми Філософія. Суспільна аналітика

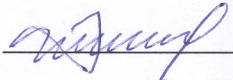
Програма навчальної дисципліни «Комунікації в медіапросторі» підготовки магістра спеціальності 033 Філософія, освітньої програми «Філософія. Суспільна аналітика».

Розробник: Гудзенко О.Г., доцент кафедри філософії та релігієзнавства Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, к.філос.н., доцент.

Рецензент: Возняк С.С., професор кафедри культурології та хореографічного мистецтва Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, к.філос.н., доцент.

Програма навчальної дисципліни затверджена на засіданні кафедри філософії та релігієзнавства

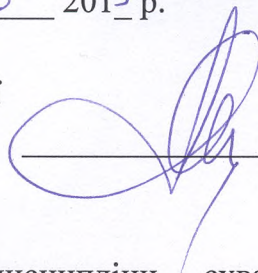
протокол № 2 від 05.09 2019р.

Завідувач кафедри:  Ю.Г.Борейко

Програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною комісією факультету історії, політології та національної безпеки

протокол № 1 від 09.10 2019р.

Голова науково-методичної комісії факультету



А.Г.Шваб

Програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною радою Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Протокол № 2 від 16.10.2019р.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
Денна форма навчання	Магістр спеціальності 033 Філософія освітньої програми «Філософія. Суспільна аналітика»	Вибіркова
Кількість годин/кредитів 120/4		Рік навчання 6
ІНДЗ: €		Семестр 11-ий
		Лекції 18 год.
		Практичні (семінарські) 18 год.
		Самостійна робота 76 год.
		Консультації 8 год.
Форма контролю: екзамен		

2. АНОТАЦІЯ КУРСУ:

Вивчення курсу передбачає ознайомлення студентів із сутністю та основними проблемами комунікацій в сучасному медіапросторі; із системою понять, прийомів і методів, які дозволяють адекватно, цікаво, глибоко висвітлювати інформацію та відтворювати її з позицій журналістської етики та професійних стандартів; прищеплення студентам навички теорії аналізу процесу медіакомунікацій, ефективності тих чи інших чинників, виявлення перешкод на шляху забезпечення медіакомунікацій та сприйняття, класифікацію, трансляцію і збереження інформації.

3. КОМПЕТЕНЦІЇ

До кінця навчання студенти будуть компетентними у таких питаннях: медіакомунікація як явище; властивості інформації як базового поняття медіа комунікації; законодавче регулювання медіа комунікативної діяльності; суспільна думка та медіаінформаційна діяльність..

4. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Семін.	Сам. роб.	Конс.
Змістовий модуль 1. Медіакомунікація як професійна медіаінформаційна діяльність					
Тема 1. Медіакомунікація як явище.	16	2	2	10	2
Тема 2. Типи, форми і моделі комунікації. Комунікатори і комуніканти як суб'єкти медіакомунікації.	16	2	2	10	2
Тема 3. Властивості інформації як базового поняття медіакомунікації.	14	2	2	10	
Разом за модулем 1	46	6	6	30	4
Змістовий модуль 2. Медіакомунікативний вплив інформації на суспільство					

Тема 4. Медіамаркетинг та медіаменеджмент.	18	4	4	10	
Тема 5. Сегментація аудиторії.	20	4	4	12	
Тема 6. Суспільна думка та медіаінформаційна діяльність.	18	2	2	12	2
Тема 7. Інформаційна безпека держави та інформаційна війна.	18	2	2	12	2
Разом за модулем 2	74	12	12	46	4
Всього годин:	120	18	18	76	8

5. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ

Тема 1. Медіакомунікація як явище

Підготувати розповідь про одну з нових, новітніх або інноваційних технологій медіакомунікації в суспільстві (на вибір). За можливості продемонструвати її в мережі Інтернет.

Підготувати доповідь на тему: «Сучасний стан медіабізнесу України» у формі презентації (10-12 слайдів).

Тема 2. Типи, форми і моделі комунікації. Комунікатори і комуніканти як суб'єкти медіакомунікації

Оцінити журналістський текст (на вибір) із позиції результативності комунікації.

На прикладах показати позитивний або негативний комунікативні ефекти в ЗМІ (на вибір).

Тема 3. Властивості інформації як базового поняття медіакомунікації

Віднайти засоби маніпулятивного впливу в одній із телепередач (на вибір).

Віднайти засоби маніпулятивного впливу в мережі Інтернет.

Проаналізувати мовні засоби маніпулювання в медіа-текстах.

Тема 4. Медіамаркетинг та медіаменеджмент

1. Визначити як реалізується рекламна політика медіа (конспект – тези або опорна схема).

2. Проаналізуйте досвід реалізації стратегій маркетингу на прикладі вітчизняного медіа (друковане чи онлайнове періодичне видання, радіостанція). Запропонуйте шляхи популяризації видання. Оформлення доповіді – презентація на 10-12 слайдів.

Тема 5. Сегментація аудиторії

На матеріалах друкованих ЗМІ навести не менше 3 прикладів цільової аудиторії різних за профілем і тематикою засобів масової інформації.

Сприйняття повідомлень масової комунікації індивідом пов'язане з дією бар'єрів та системою факторів, які мають властивість спрямовувати це сприйняття в той чи інший бік, обумовлювати реакції індивіда на сприйняте повідомлення. Визначте, які саме бар'єри у сприйнятті повідомлень вітчизняних засобів масової інформації найбільш загрозливі для українського споживача інформаційних послуг.

Тема 6. Суспільна думка та медіаінформаційна діяльність

У різних суспільних систем різний і набір засобів, каналів і методів духовного впливу на свідомість особи. Вибір їх залежить від цілей, спрямованості і суті суспільного виховання. Визначте та продемонструйте у вигляді презентації (10-15 слайдів), які саме засоби, канали і методи духовного впливу на свідомість найбільш дієві для сучасного українського суспільства.

Тема 7. Медіакомунікаційний вплив. Інформаційна безпека держави та інформаційна війна

На матеріалах друкованих ЗМІ навести не менше 3 прикладів порушення законодавства України про інформаційну діяльність.

На початку 90-х років термін «інформаційна війна» з'явився у США та активно увійшов в загальноосвітню практику. На сьогодні даний термін використовується в двох площинах. Назвіть і охарактеризуйте ці площини.

6. ІНДЗ

Індивідуальним навчально-дослідним завданням для студентів є написання есе.

Есе – це розв'язання конкретної проблеми, яке ґрунтоване на теоретичному осмисленні вивченого матеріалу та опрацьованої літератури з урахуванням суспільно-значущих тем, викладене на 7-8 сторінках (12600-14400 знаків). Есей є однією з найпростіших форм науково-аналітичного тексту. Найчастіше його метою є аргументоване висловлення автором особистої точки зору щодо певної дуже конкретної проблеми.

В оцінюванні будуть враховані:

- актуальність та чітке формулювання проблеми;
- оригінальність розв'язання;
- аргументація: за і проти.

Тематика есе

1. Різновиди медіакомунікативних технологій.
2. Комунікативні й комунікаційні технології в аспекті комп'ютерної та соціальної комунікацій.
3. Медіакомунікація і масова комунікація.
4. Мережеве суспільство, його становлення.
5. Інформація в системі мережевих комунікацій.
6. Інтернет-лінгвістика.
7. Специфіка медіапланування в різних медіа.
8. Маніпуляція і медіаманіпуляція.
9. Поняття маніпулятивної та комунікативної стратегій, маніпулятивних і комунікативних тактик.
10. Засоби маніпулятивного впливу в медіатекстах.
11. Поняття комунікативного ефекту та ефективності комунікації.
12. Типологія комунікативних ефектів.
13. Медіапланування як комунікативна технологія.
14. Медіаплан і медіаканал.
15. Конвергентні медіа як нова технологія.

7. РОЗПОДІЛ БАЛІВ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Поточний контроль							Модульний контроль		Загальна кількість балів	
Модуль 1					Модуль 2		Модуль 3			
Змістовий модуль 1		Змістовий модуль 2					ІНДЗ	МКР 1	МКР 2	
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7				
4	4	4	4	4	5	5	10	30	30	100

Оцінка в балах за всі види навчальної діяльності	Оцінка	
	для екзамену	для заліку
90 – 100	Відмінно	Зараховано
82 – 89	Дуже добре	
75 - 81	Добре	
67 -74	Задовільно	
60 - 66	Достатньо	
1 – 59	Незадовільно	Незараховано (з можливістю повторного складання)

8. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики: підручник/ Ф.Бацевич.-К, 2004. - 344 с.
2. Бузин В.Н. Основи медіапланування: курс лекцій/ В.Н.Бузин.- М, 2008.-243 с.
3. Городенко Л.М. Класифікація ознак мережевої комунікації / Л.М.Городенко // Проблеми соціальної комунікації. -2012.- Вип. 15.- С. 25–29.
4. Городенко Л. М. Структурні особливості інформації в системі мережевих комунікацій/ Л.М.Городенко// Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна.- 2012.- Вип. 3.- С. 52–55.
5. Городенко Л. М. Українські журналістикознавчі дослідження мережевої комунікації/ Л.М.Городенко // Українське журналістикознавство.- 2012. Вип. 13.- С. 10–14.
6. Денесюк С.Г. Комунікологія: навчальний посібник/ С.Г.Денесюк.- Вінниця, 2015. - 102 с.
7. Зражевська Н.І. Комунікаційні технології: лекції/ Н.І.Зражевська.- Черкаси, 2010. – 224 с.
8. Різун В.В., Цимбаленко Є.С. Медіакомунікації: до визначення понять/ В.В.Різун, Є.С.Цимбаленко// Українське журналістикознавство.- 2013.- Вип. 14. – С. 50.
9. Руда О. Мовне питання як об'єкт маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі/ О.Руда.- К., 2012.- 232 с.
10. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації/ О.О.Селіванова. – Черкаси, 2011. - 350 с.
11. Яшенкова О.В. Основи теорії мовної комунікації/ О.В.Яшенкова.- К., 2010. - 312 с.
12. Сорокіна Л. Комунікативна стратегія vs. маніпулятивна стратегія // Актуальні питання іноземної філології/ Л.Сорокіна.- 2015.- № 2.- С. 101–104.
13. Шилінська І. Лінгвостилістичні аспекти інтернет-комунікації // Мандрівець/ І.Шилінська.- 2014. - № 5.- С. 67–69.
14. Шкіцька І. Ю. Маніпулятивні тактики позитиву: лінгвістичний аспект/ І.Ю.Шкіцька.- К., 2012.- 440 с.
15. Сочалов В. Медіакомунікативні технології в системі держуправління Сингапуру/ В.Сочалов // Актуальні проблеми державного управління: зб. наук. праць. - Одеса, 2014.- Вип. 4 (60). - С.173–176.

9. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ЕКЗАМЕНУ

1. Різновиди медіакомунікативних технологій.
2. Комунікативні й комунікаційні технології в аспекті комп'ютерної та соціальної комунікацій.
3. Медіакомунікація і масова комунікація.

4. Мережеве суспільство, його становлення.
5. Інформація в системі мережевих комунікацій.
6. Інтернет-лінгвістика.
7. Специфіка медіапланування в різних медіа.
8. Маніпуляція і медіаманіпуляція.
9. Поняття маніпулятивної та комунікативної стратегій, маніпулятивних і комунікативних тактик.
10. Засоби маніпулятивного впливу в медіатекстах.
11. Поняття комунікативного ефекту та ефективності комунікації.
12. Типологія комунікативних ефектів.
13. Медіапланування як комунікативна технологія.
14. Медіаплан і медіаканал.
15. Конвергентні медіа як нова технологія.
16. Особливості видавничої комунікації у соціальних мережах.
17. Специфіка інформації в мережевих комунікаціях, її життєвий цикл.
18. Історія медіа та етапи їх становлення.
19. Медіа-свідомість.
20. Маніпуляції суспільною свідомістю в масмедійній комунікації.
21. Медіаменеджмент як наука та мистецтво управління.
22. Сучасні напрямки медіаменеджменту.
23. Журналістська інформація як товар.
24. Закономірності формування й розвитку інформаційного ринку.
25. Аспекти й структура інформаційного ринку в Україні.
26. Форми організації українського медіабізнесу.
27. Завдання менеджменту в масмедіа.
28. Планування як найважливіша функція управління в медіабізнесі.
29. Техніка проведення перемовин.
30. Основи фінансового успіху медіа.
31. Самоменеджмент журналіста.
32. Маркетинговий комплекс в медіасфері.
33. Методи сегментації аудиторії ЗМІ.
34. Контент-аналіз як метод маркетингових досліджень.
35. Використання результатів медіавимірів в редакційній діяльності ЗМІ.
36. Використання результатів медіавимірів в рекламній діяльності.
37. Комунікації в місцях продажів як вид маркетингових комунікацій.
38. Партнерські програми і їх можливості при просуванні ЗМІ і їх медіапродуктів.
39. Моделі бюджетування рекламних, PR- і ІМК-кампаній.
40. Дистрибуція в системі маркетингу медіакомпаній.
41. Соціальна інженерія як медіакомунікативна й комунікаційна технологія, сфери її застосування.
42. Соціальна мережа як комунікативна система.
43. Типологія мережевої комунікації.
44. Основні етапи медіапланування.
45. Інформаційно-[теле]комунікаційні та соціогуманітарні (Hi-Hume) технології.

Екзамен відбувається у вигляді письмової і усної відповіді студентів на запропоновані викладачем запитання.

Схвалено Вченою радою
Східноєвропейського національного
університету імені Лесі Українки
Протокол № __ від _____ 201 р.

Проректор з науково-педагогічної

і навчальної роботи та рекрутації

С. В. Гаврилюк

Навчальний відділ

Л. О. Заєць

Юридичний відділ

А. В. Маїло