

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Катедра медіакомунікацій

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної
роботи

“ _____ ” _____ 2021 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

ЖУРНАЛІСТСЬКА МАЙСТЕРНІСТЬ

рівень вищої освіти другий (магістерський)

галузь знань 06 – «Журналістика»

спеціальність 061 – «Журналістика»

освітньо-професійна програма «Аудіовізуальні медіа та цифрова журналістика»

вид дисципліни обов'язкова

факультет соціологічний

2021 / 2022 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою соціологічного факультету Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

30 серпня 2021 року, протокол № 10

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: Дмитро БРУК, старший викладач катедри медіакомунікацій;

Наталія ДРОЗД, старша викладачка катедри
медіакомунікацій

Програму схвалено на засіданні катедри медіакомунікацій

Протокол від 27 серпня 2021 року № 8

Завідувачка катедри медіакомунікацій

_____ Лідія СТАРОДУБЦЕВА

Програму погоджено з гарантом (керівником проєктної групи) освітньо-професійної програми «Аудіовізуальні медіа та цифрова журналістика»

Гарант освітньо-професійної програми
(керівник проєктної групи)

_____ Лідія СТАРОДУБЦЕВА

Програму погоджено методичною комісією соціологічного факультету

Протокол від 27 серпня 2021 року № 1

Голова науково-методичної комісії соціологічного факультету

_____ Юлія СОРОКА

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Журналістська майстерність» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки другого (магістерського) рівня спеціальності 061 – «Журналістика» освітньо-професійної програми «Аудіовізуальні медіа та цифрова журналістика»

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни: ознайомлення студентів із основами журналістської майстерності; формування навичок професійно-практичної діяльності сучасного журналіста; ознайомлення з жанрами і трендами сучасної журналістики; формування критичного мислення, визначення ролі журналістики в сучасних політичних процесах. Дисципліна має переваги та можливості для опанування не тільки ґрунтовними теоретичними знаннями принципів і технологій роботи журналіста, але й практичними навичками факчекінгу, професійними компетенціями, інструментами і методами роботи в галузі журналістики.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни: опанування вміннями орієнтуватися у багаторівневому мультимедійному просторі інформаційного суспільства, розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі професійної журналістської діяльності з поглибленим рівнем знань та вмінь інноваційного характеру, використання передового вітчизняного та зарубіжного досвіду з метою виконання журналістських завдань; оволодіння базовими знаннями з технологій та інструментів журналістської творчості, специфікою різних видів аудіовізуального медіадискурсу з метою ефективного виконання професійних завдань; ознайомлення студентів із технологіями формування громадської думки й управління нею засобами медіа, засвоєння методів факчекінгу і протидії медіаманіпуляціям у роботі журналіста; формування уявлень про сучасний український аудіовізуальний медіадискурс, особливості друкованого дискурсу, дискурсу на радіо і телебаченні, інтернет-дискурсу.

1.3. Кількість кредитів: 6 кредитів

1.4. Загальна кількість годин: 180 годин

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Обов'язкова	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
1-й	1-й
Семестр	
1-й	1-й
Лекції	
32 год.	8 год.
Практичні, семінарські заняття	
32 год.	12 год.
Лабораторні заняття	
0 год.	0 год.
Самостійна робота	
116 год.	160 год.
Індивідуальні завдання	
0 год.	

1.6. Заплановані результати навчання: володіти професійним інструментарієм роботи журналіста; вміти створювати аудіовізуальний контент; здатність розрізняти факти від фактоїдів, користуватися інструментами і сервісами фактчекінгу; володіти практичними навичками верифікації фактів і перевірки інформації в професійній роботі журналіста; вміти орієнтуватися в системах сучасного українського аудіовізуального медіадискурсу.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми, здобувачі повинні набути такі програмні компетентності та результати навчання:

Загальні компетентності

- ЗК 1 Здатність генерувати нові ідеї та ініціювати створення власних проєктів, креативність
- ЗК 2 Здатність застосовувати теоретичні знання в практичній діяльності, екстраполювати засвоєні знання до нових ситуацій
- ЗК 3 Здатність до управління та планування часу, володіння основами організаційного та комунікаційного менеджменту
- ЗК 4 Здатність спілкуватися державною та іноземною мовами як усно, так і письмово, працювати в міжнародному контексті
- ЗК 5 Здатність до системного мислення, аналізу та синтезу
- ЗК 6 Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями, прагнення до саморозвитку
- ЗК 7 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел
- ЗК 8 Здатність бути критичним і самокритичним
- ЗК 9 Здатність до адаптації, гнучкість
- ЗК 10 Здатність самостійно виявляти та вирішувати проблеми в професійній діяльності
- ЗК 11 Здатність працювати в команді, комунікабельність, відкритість до діалогу, вміння висловлювати й обґрунтовувати свою громадянську позицію
- ЗК 12 Цінування та повага різноманітності та мультикультурності, усвідомлення рівних можливостей та гендерних проблем
- ЗК 13 Здатність працювати на демократичних засадах у відповідності до етичних і правових норм, правил і документів
- ЗК 14 Здатність діяти соціально відповідально та свідомо

Фахові компетентності

- ФК 1 Володіння базовими знаннями в галузі сучасних інформаційних технологій, комунікативістики, концепцій інформаційного суспільства, аудіовізуальних медіа та цифрової журналістики, володіння теоретико-методологічними підходами до системного аналізу медіа
- ФК 2 Вміння впроваджувати в інформаційну діяльність новітні медіатехнології, принципи і прийоми роботи в конвергентному нюзрумі
- ФК 3 Вміння створювати аудіовізуальний контент, розробляти стратегії медіапроекування та аналізувати комунікативний простір аудіовізуальних медіа та цифрової журналістики
- ФК 4 Вміння використовувати базові та інструментальні знання щодо управління інформаційними процесами в галузі аудіовізуальних медіа та цифрової журналістики
- ФК 5 Вміння застосовувати інформаційні та комунікаційні інтернет-технології в професійній діяльності, користуватися технічними засобами збору, зберігання й обробки інформації, уміти працювати з інформацією в соціальних мережах

- ФК 6 Володіння специфікою різних видів аудіовізуального медіадискурсу з метою ефективного виконання професійних завдань
- ФК 7 Вміння створювати інноваційні медіапроекти в галузі аудіовізуальних медіа та цифрової журналістики
- ФК 8 Розуміння ролі цифрової журналістики у суспільстві, відповідальності журналіста, знання професійних стандартів, дотримання норм медійної етики у власній фаховій діяльності
- ФК 9 Вміння подавати інформацію в різних мультимедійних форматах, поєднувати аудіальні, візуальні та текстуальні складові медіаповідомлення, володіння сучасними інструментами аудіовізуальної комунікації
- ФК 10 Володіння знаннями щодо роботи журналіста в надзвичайних ситуаціях і в умовах соціально-політичних конфліктів
- ФК 11 Володіння технологіями цифрової безпеки, вміння критично мислити, застосовувати технології фактчекінгу та знання механізмів протидії технологіям медіаманіпуляцій в умовах інформаційних війн

Програмні результати навчання

- ПРН 1 Опанувати знаннями з основ журналістики та комунікативістики, концепціями інформаційного суспільства, теоріями медіа, володіти теоретико-методологічними підходами до системного аналізу медіа, вміти використовувати їх в професійній діяльності у галузі аудіовізуальних медіа та цифрової журналістики
- ПРН 2 Оволодіти базовими знаннями сучасних інформаційних і комунікаційних технологій, вміти застосовувати їх у професійній діяльності, опанувати навичками використання програмних засобів і роботи в Інтернеті; уміти працювати з інформацією в соціальних мережах, володіти технологіями веб-комунікацій, створювати веб-сайти та блоги, використовувати інтернет-ресурси для медіадосліджень
- ПРН 3 Уміти створювати аудіовізуальний медіаконтент, розробляти і реалізовувати авторські медіапроекти на основі опанування знаннями, технологіями та інструментами відеопродакшну (відеозйомка, постпродакшн і моушн-дизайн), дизайну візуальних комунікацій, 3D моделювання та комп'ютерної анімації, цифрового аудіовізуального мистецтва, VR і AR технологій
- ПРН 4 Опанувати фундаментальними знаннями з основ фотомистецтва (цифрова фотозйомка, постобробка фотографій), кіномистецтва (історія та теорія кіно, кінорежисура й кіновиробництво) та телемистецтва (інтерв'ю, робота в кадрі)
- ПРН 5 Оволодіти теоретичними знаннями і практичними навичками з журналістської майстерності, специфіки створення різних видів аудіовізуального медіадискурсу, функціонування реклами та PR в медіа, продюсування медіапроектів
- ПРН 6 Засвоїти професійні стандарти журналістської роботи, розуміти роль цифрової журналістики у суспільстві, специфіку соціальної відповідальності журналіста, вміти працювати на демократичних засадах та використовувати у практичній діяльності принципи і норми медіаетики, нормативні та правові акти, що регламентують професійну діяльність в галузі медіа
- ПРН 7 Демонструвати гнучкість та адаптивність у нових ситуаціях, у роботі з новими об'єктами та у невизначених умовах, володіти знаннями щодо роботи журналіста в надзвичайних ситуаціях і в умовах соціально-політичних конфліктів
- ПРН 8 Уміти генерувати нові ідеї та ініціювати створення авторських проектів, екстраполювати засвоєні знання до нових ситуацій, вміти створювати інноваційні медіапроекти в галузі аудіовізуальних медіа та цифрової журналістики

- ПРН 9 Уміти вчитися і оволодівати сучасними знаннями, прагнути до саморозвитку, вміти здійснювати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел
- ПРН 10 Набути навички самостійної роботи, виявляти ініціативу та підприємливість, бути критичним та самокритичним, вміти самостійно виявляти та вирішувати проблеми в професійній діяльності, демонструвати здатність до управління та планування часу, володіти основами організаційного та комунікаційного менеджменту
- ПРН 11 Уміти працювати в команді, бути комунікабельним, відкритим до діалогу, володіти культурою мовлення, вміти висловлювати й обґрунтовувати свою громадянську позицію
- ПРН 12 Уміти впроваджувати в інформаційну діяльність новітні медіатехнології, принципи і прийоми роботи в конвергентному ньюзрумі
- ПРН 13 Демонструвати в роботі толерантність, повагу до різноманітності та мультикультурності, усвідомлювати рівні можливості та гендерні проблеми, володіти технологіями блогінгу, вміти створювати проекти в галузі громадянської журналістики
- ПРН 14 Уміти системно мислити, застосовувати аналіз і синтез, опанувати знаннями глобальних проблем сучасності, вміти визначати шляхи їхнього вирішення, аналізувати комунікативний простір для виявлення ключових характеристик медіасистем різного рівня, аналізу сучасного медіапростору
- ПРН 15 Застосовувати набуті теоретичні базові та інструментальні знання для управління інформаційними процесами та розв'язання практичних завдань у галузі аудіовізуальних медіа та цифрової журналістики в умовах сучасного медіавиробництва, змістовно інтерпретувати отримані результати
- ПРН 16 Уміти подавати інформацію в різних мультимедійних форматах, володіти навичками трансмедійного сторітелінгу, створювати аудіоподкасти, візуалізувати інформацію, поєднувати аудіальні, візуальні та текстуальні складові медіаповідомлення, володіти сучасними інструментами аудіовізуальної комунікації та цифрових медіа
- ПРН 17 Володіти технологіями цифрової безпеки, опанувати знаннями зі специфіки функціонування кіберкультури, вміти критично мислити, застосовувати технології фактчекінгу, володіти інструментарієм медіааналітики та медіакритики, знати механізми медіавпливу та протидії технологіям медіаманіпуляцій в умовах інформаційних війн
- ПРН 18 Спілкуватися державною та іноземною мовами як усно, так і письмово, володіти лексиконом професійної іноземної мови, вміти працювати в міжнародному контексті, діяти соціально відповідально та свідомо, бути відповідальним за якість виконуваної роботи
- ПРН 19 Уміти розробляти стратегії медіапроекткування, проводити власні медіадослідження, вміти застосовувати на практиці та презентувати результати авторських науково-практичних досліджень і медіапроектів

Викладання дисципліни передбачає елементи дистанційного навчання у зв'язку з необхідністю дотримання норм епідеміологічної безпеки згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 11 березня 2020 року № 211 «Про запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2». Платформами дистанційного навчання є Zoom, Telegram і Google Apps.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Розділ 1. Журналістський практикум

Тема 1. Основні поняття журналістики

Журналістика в системі сучасних комунікацій. Історичний дискурс тлумачення поняття комунікації (Дж. Локк – Гайдеггер, Р. Якобсон – Ю. Лотман). Теорії масової комунікації.

«Чотири теорії преси» Ф. Сібєрта, Р. Петерсона та І. Шрамма. «Розуміння медіа» та етапи розвитку масових комунікацій за М. Маклюєном. Теорія маскомунікативної «мозаїчної культури» А. Моля. Формула масової комунікації Л. Лассуєлла: хто говорить? (комунікатор), що говорить? (зміст повідомлення), через які канали? (друковані чи аудіовізуальні ЗМІ), кому? (аудиторія), з яким ефектом? (вплив). Порівняльна характеристика каналів комунікації: газета, радіо, телебачення, Інтернет. Сучасні інформаційні та комунікативні системи та онлайн-журналістика. Значення понять журналістики («репортаж», «інтерв'ю», «кореспонденція», «оперативний інформаційний привід»). Поняття новини. Репортаж. Інтерв'ю. Кореспонденція. Оперативний інформаційний привід. Сенсаційність. Помітність. Оригінальність. Цікавість. Корисність. Значимість. Приголомшеність. Фактаж. Компоненти, що визначають якість новини. Характер і напрям публіцистичного виступу. Зміст і жанрові форми. Соціальна роль новинних програм, їхні цілі і завдання. Різниця між новинами телевізійними, газетними, новинами радіо та соціальних мереж. Місце новин в мережі мовлення телеканалу. Аудиторія телевізійних новин. Маркетинговий підхід до новин. Історія української та зарубіжної новинної журналістики. Формула Квінтіліана. Сім питань: quis, quid ubi, quibus, auxillis, cur, quomodo, quando. Відбір і подача новини. Вимоги до журналіста, який працює в новинах.

Тема 2. Методика журналістської творчості

Журналістика як вид творчої діяльності. Складові журналістської майстерності. Задум, тема, концепція, ідея твору. Факт і його природа в журналістиці. Джерела та методи збирання суспільно значущої інформації. Композиція, конфлікт, сюжет журналістського твору. Структура журналістського тексту. Процес написання журналістського твору. Аргументація в журналістиці. Інформаційні та аналітичні методи в журналістиці. Методика створення новинного сюжету, інтерв'ю та репортажу. Методика журналістського розслідування. Образність журналістики і природа публіцистичного твору. Доступ до інформації. Прес-реліз і новина. Відбір матеріалу для новин. Лайф, екшн, люфт: поняття, використання у новинному сюжеті. Робота журналіста з прес-службами, держслужбовцями, правоохоронними органами. Вимоги до телевізійного сюжету новин, його відмінність від радійної новини і новини інтернет-видання. Професійні вимоги до журналіста. Становлення риторики в контексті суспільної практики. Канони риторичного мовлення. Три роди красномовства: урочисте, дорадче та судове. Категоріальні якості риторичного мовлення: правильність, естетичність, доречність, зрозумілість. Теорія аргументації: аргументи до логосу, етосу, патосу. Задум переконливої промови: предмет і тема, теза та проблема, мета промови. Стратегії переконання. Розробка «загальних місць» як загальноприйнятих міркувань та спосіб винайдення аргументів. Диспозиція як теорія риторичної композиції усних і письмових текстів. Красномовство консолідації та конфронтації: журналістський вимір. Риторична організація публіцистичного тексту. Практична стилістика української та російської мови. Характер стильової норми в публіцистиці. Відтворення суб'єкта та адресата в публіцистичному тексті. Експресія і стандарт як стильові категорії публіцистичного тексту. Техніка подачі матеріалу та мовлення в різних жанрах журналістики.

Тема 3. Інноваційні медіатехнології в системі політичних комунікацій

Семантичний спектр і взаємозв'язок понять «нові медіа», «політика», «політичний процес» і «політична система». Етапи розвитку, основні концепції, моделі комунікаційних процесів і впливу медіатехнологій. Історична тенденція розвитку масової комунікації як постійне збільшення кількості каналів поширення інформації. Електронні види засобів комунікації, такі як блогерство, особисті щоденники, сторінки, індивідуальні сайти, сайти неформальних співтовариств і корпоративні форуми, інтернет-газети, електронна пошта як платформи поширення технологій політичного впливу. Відкриті інтерактивні дискусії з різноманітних соціальних проблем, аудіо- і відеоконференції в нових медіа як платформа політичних комунікацій. Медіатизація політики як сукупність процесів і явищ

інформаційного впливу і взаємодії і усередині політичної сфери (наприклад, за допомогою формальних або неформальних управлінських технологій), і при її переплетенні зі сферою мас-медіа, тобто через публічні презентації політичних змістів. Медіавплив як здатність певних типів медіапродукції (новинних повідомлень, реклами, медіакампаній тощо) впливати на аудиторію. Інтернет-технології віртуалізації політичних комунікацій. Створення й тиражування політичної інформації в рамках персонального контенту (блоги, сайти) і розсилання її політичним прихильникам, засобам масової комунікації, політичним партіям і органам державної влади; організація політичними партіями, політиками, громадськими організаціями інтернет-конференцій; проведення інтернет-голосування, референдумів, соціологічних опитувань; створення віртуальних партій; розповсюдження політичної реклами в Інтернеті. Утворення мережевих політичних співтовариств. Блоги як феномен віртуальної політичної комунікації.

Тема 4. Медіа і влада: роль інноваційних медіатехнологій у процесі взаємодії держави та суспільства

Комунікаційна політика держави. Неможливість публічної комунікації в політиці без інтернет-каналів поширення інформації, без нових медіа, які визначають порядок денний, створюють образи для формування громадської думки та усвідомлення інтересів різних суб'єктів. Збільшенню капіталу суспільної довіри завдяки новим медіа. Вебсайти. Електронний уряд. Бездротові комунікації. Електронна пошта. Мобільний уряд. Проведення референдумів та інших видів народного волевиявлення за допомогою технологій мобільного зв'язку. «Держава у смартфоні». Діжиталізація виборчого процесу. Техніко-технологічні реалії сучасного суспільства, що перетворюють нові медіа з інструмента, контрольованого владою, на самостійну політичну силу, що вимагає перегляду їх місця і ролі в політичному процесі. Злиття політичної сфери й цифрових медіа. Цифрові медіа як платформа процесів поширення політичної інформації, формування громадської думки, визначення порядку денного політичних дій, організаційне структурування та мобілізація політичних сил. Моделі взаємодії медіа і держави, технології реклами як особливого виду маркетингової комунікації в нових медіа, особливості та види політичної реклами і PR, значення виборів у політичній системі, принципи та види медіарепрезентації виборчого процесу в Інтернеті, основні стандарти висвітлення виборів у цифрових медіа.

Тема 5. Етичні стандарти журналістики

Факти проти коментарів. Що є завданням журналіста: пошук істини чи оприлюднення інформації? Відокремлення фактів від коментарів, суджень та припущень. Баланс думок і точок зору, неупередженість у поданні інформації, врівноважене представлення оцінок незалежних експертів, надання позицій опонентів. Повнота представлення фактів та інформації по проблемі. Надання відповідей на питання: що сталося, де сталося, коли сталося, як сталося, чому сталося і до чого це призведе, наведення коментарів експертів. Простота і доступність у подачі інформації. Як журналісти змінювали історію. Епоха постправди. Медіаосвіта як інструмент захисту. «Джинса». Як виявити замовний матеріал. Медіакілерство та чорний піар. Пропаганда, маніпуляції, фейки, вброси. Інформаційна війна та інформаційний спротив у лавах журналістів. Журналістика примирення проти мови ворожнечі. Мова ворожнечі – історичні приклади та сучасність. Дискримінація та стигматизація верств населення. Журналістика в умовах конфлікту. Конфліктно-чутлива журналістика. Українська журналістика після Революції Гідності. Права людини та етика роботи журналіста в цифрових медіа. Стандарти й етика журналістики в умовах неоголошеної війни. Оперативність подачі інформації: термінове та вчасне її оприлюднення. Точність подачі інформації: надання цитат повністю і дослівно, коректне вживання термінології. Візуальний вплив зображення в теленовинах. Коректне і некоректне використання архівного відеоряду. Баланс думок. Соціальні дослідження. Бліц-опитування. Відмінності новин та авторської інформаційної програми. Суспільно вагома інформація має

дійти до ефіру. Відмова від шоккових матеріалів. Повага до суспільних моральних цінностей. Приватне життя. Неупередженість до обвинувачуваних. Оприлюднення імен. Захист інтересів неповнолітніх. Відмова від незаконних методів збору інформації. Відмова від купівлі інформації. Відмова від плагиату. Провокування до дії. Постановчі зйомки. Відмова від дискримінації. Коректність у взаємодії з оточуючим світом. «Універсальний журналіст». Партійна преса і журналістика під час виборів. Медіаетика та медіаекологія. Професійні обов'язки журналіста. Соціальна відповідальність діяльності журналіста. Відмова від плагиату, «джинси», незаконних методів збору та купівлі інформації, захист анонімних джерел як норми професійної етики. Межі допустимого: порно, сцени насильства, загибелі. Чи потрібна Україні комісія по моралі? Повага до суспільних моральних цінностей. Цензура та самоцензура в медіа. Свобода слова як предмет журналістської рефлексії. Правова основа свободи ЗМК та зловживання «свободою слова». Цензура в українських ЗМК: історія темників та нинішній досвід. Зняття публікацій з ресурсів, «право на забуття». Військова цензура та самоцензура. Замовчування тем. Конфлікт між громадянською позицією, журналістською етикою, патріотизмом і стандартами. Висловлювання позиції в соцмережах. Хто є «незалежним журналістом»? Конфлікт інтересів та особливості його представлення в медіа.

Тема 6. Принципи медіаетики та правове регулювання медіа

Етико-правові основи діяльності мас-медіа. Особливості регулювання діяльності ЗМК в українському законодавстві. Етичний кодекс як основа професійної діяльності журналіста. Український та міжнародні етичні кодекси. Декларація принципів поведінки журналістів Міжнародної федерації журналістів (МФЖ). Міжнародні принципи журналістської етики. Резолюція 1003 (1993) «Про етичні принципи журналістики» ПАРЄ. Кодекс професійної етики Товариства професійних журналістів (SPJ, США) та Декларація принципів Американського товариства редакторів газет (ASNE). Кодекс етики українського журналіста. Пресовий кодекс Німеччини. Редакційні настанови Бі-Бі-Сі (BBC). Поняття медійної етики. Етична культура медійника: норми і принципи діяльності. Джерела медійної етики. Комісія з журналістської етики та Незалежна медійна рада України. Спроби медіаспільноти об'єднатися. Хто, за якими ознаками та як тисне на журналістів. Національна рада з питань телебачення та радіомовлення: основні принципи роботи. Відповідальність журналіста перед суспільством та законом. Які норми права регулюють діяльність українського журналіста? Рішення міжнародних судових інстанцій з питань журналістської етики. Історичний та сучасний аспекти формування етико-правових норм діяльності журналіста. Аксиологічний та нормативний аспекти професійної етичної культури журналіста. Право на приватне життя та суспільний інтерес. Права дітей на телебаченні та ЗМК. Етичні норми щодо подачі інформації про обвинувачених, підозрюваних та жертв злочинів. Як писати про суїцид? Гендерні стереотипи та глянець. Чорний гумор, сексизм та політкоректність. Права меншин. Провокація, шок-сенсація та гонитва за рейтингами: порушення етики на прикладі українських соціальних ток-шоу.

Тема 7. Медіафейки, верифікація і фактчекінг: визначення основних понять

Перевірка достовірності даних. Поняття «фейк», «фактчекінг» (fact-checking) і «верифікація» (verification). Ознаки достовірної інформації. Ознаки маніпулятивності. Неповнота фактів. Підміна понять. Відсутність нейтрального балансу публікації. Інструкція з перевірки факту на правдивість. Різниця між поняттями факту (як підкріпленої надійними свідченнями події) і фактоїду (як неіснуючого або не підкріпленого надійними свідченнями факту, інформація про який опублікована в медіа і отримала живу реакцію і оцінку, які, в свою чергу, впливають на картину світу і дії людей). Вміння відрізнити факт від фактоїду за допомогою існуючого алгоритму верифікації тексту. Поняття фейку як інформаційної містифікації або навмисного поширення дезінформації в медіа і фактчекінгу як напряду журналістського контролю: перевірки фактів, спрямованої на виявлення невідповідностей між наявними фактами та навколишньою дійсністю. Дослідження про зворотній ефект щодо стійкої прихильності до фактів у свідомості людей (Томас Вуд та Етан Портер, 2016).

Результати дослідження щодо ефективних способів фіксації дезінформації: відсутність детальних описів або аргументів; привернення уваги, пояснення причини, чому це фейк, а не просто позначення як неправдивого; наведення нової достовірної інформації, яка б дала можливість читачам/глядачам самостійно розібратися в ситуації і зрозуміти, у чому була неправда; використання відео. Експериментальне дослідження Б. Ніхана та Дж. Рейфлера (2014) про ризики фактчекінгу. Дослідження Н. Ньюмана (2017) про фейкові новини, що здатні підірвати демократичний устрій: «підроблені новини» знижують довіру суспільства до медіа. Фактчекінг як зброя проти фейкових новин, неперевіраних даних, перекручувань, лженауки, медійних качок, пліток, чуток, домислів, фактоїдів, джинси, фейків, несвідомих і зловмисних, технічних помилок і друкарських помилок. Знаходження першоджерел інформації, перевірка інформація в декількох джерелах, офіційні запити в органи влади, робота з акаунтами в соціальних мережах, коментарі експертів.

Тема 8. Історія фактчекінгу та його основні інтернет-сервіси

Дослідження технологій та процедур фактчекінгу. Історія виникнення фактчекінгу. PolitiFact (<http://www.politifact.com/>): ресурс із перевірки фактів, який перевіряє дотримання заяв політиків у США (2007). Проєкт The Washington Post «Fact Checker» (2007) для оцінки фактичної точності заяв політиків «Pinocchio» для президентської кампанії 2008 р. Використання фактчекером інтернет-сервісів для виконання професійних завдань. Перевірка заголовків і фрагментів тексту або цитат через пошуковики і служби агрегації новин. Верифікація зображень за допомогою сервісів Google images або TinEye. Використання спеціалізованих проєктів і сервісів типу Storyful.com, FactCheck.org, PolitiFact.com або The Fact Checker, створених редакцією Washington Post (вони орієнтовані більшою мірою на англomовну публіку), інших сервісів, які допомагають перевіряти достовірність контенту в мережі: Trooclick, Truth Goggles, Lazy Truth, Skeptive, Genius, українських фактчекінгових проєктів. Визначення достовірної відповідності фото пропонованому тексту за допомогою Google Reverse Image Search або TinEye. Перевірка EXIF-даних фотографії, верифікація відеоконтенту. Комп'ютерний фактчекінг. Чотири фактчекінгові організації в Україні: проєкт «Слово і діло» (2008), що перевіряє перевиборчі обіцянки політиків; платформи StopFake для боротьби з фейками російської пропаганди та VoxCheck, який аналізує економічні статті щодо залучення експертів (2014), проєкт FactCheck (2016), створений за аналогом американського порталу, що перевіряє висловлювання українських політиків.

Тема 9. Джерела інформації та фактчекінг в журналістиці

Достовірність інформації, посилання на джерела, повага до права громадськості на повне та об'єктивне знання про факти і події. Необхідність перевірки інформації, як мінімум, у двох компетентних джерелах; непоширення чуток, уважне ставлення до імен, дат, назв тощо. Платні та анонімні джерела інформації. Робота з джерелами інформації. Соцмережі як джерело інформації. Етикет посилання. Визнання помилок. Співпраця журналістів з державними органами. Закон про доступ до публічної інформації. Судові спори журналістів. Вимоги до професійної роботи в журналістиці. Сучасна журналістика і фактчекінг. Міжнародна фактчекінгова мережа. Фактчекінгові медіапартнерства. Міжнародні коаліції для спільної боротьби з фейками. Коаліція First Draft Coalition, до якої входять Facebook, Twitter, The Telegraph, InVid, The New York Times, Agence France-Presse, Reveal, Amnesty International, the Washington Post, Breaking News, ABC, BuzzFeedNews, Euronews, Les Decodeurs, Franceinfo, American Press Institute, Sourcefabric та ін. Алгоритм перевірки інформації у Facebook. Проєкт Fake News Challenge. Міжнародна мережа фактчекінгу Інституту Пойнтера (International Fact-Checking Network, Poynter Institute). Міжнародний Кодекс фактчекінгу (The Principal Code), в якому вказані такі принципи: неупередженість і чесність, прозорість джерел, прозорість фінансування і організації, прозорість методології, відкриті і чесні виправлення. Французький проєкт Crosscheck.firstdraftnews.com. Південнокорейський проєкт SNU FactCheck. Норвезький проєкт faktisk.no для боротьби з фейками під час виборів. Fake news monitor. Американський проєкт фактчекінгу під час дебатів PolitiFact.

Фактчекінг у месенджерах. Поява фейкових фактчекерів. Фактчекінг як професійний маркер діяльності журналіста.

Тема 10. Особливості аудиторії ЗМК

Аналіз аудиторії ЗМК. Потенційна аудиторія. Реальна аудиторія. Боротьба за реальну аудиторію. Фактори технічного та творчого порядку. Мета і завдання вивчення цільової аудиторії. Вивчення аудиторії для потреб рекламного ринку. Особливості інтернет-аудиторії. Етапи сприйняття програм аудиторією: пошуковий, фоновий, вибіркового (селективний), зосереджений. Правильне визначення своєї аудиторної ніші. Форми та методи вивчення аудиторії, рейтинги.

Тема 11. Медіакритика, її функції та методи

Поняття «медіакритика», його дефініції, трактовки, що пропонують зарубіжні та вітчизняні теоретики і науковці. Застосування поняття у двох векторах: науковий аналіз медіа та журналістська критика. Основні характеристики медіакритики. Систематизація медіакритики: академічна, професійна, «внутрішньоцехова» та масова критика ЗМК. Адресати медіакритики: автор медійного контенту (творчий колектив) і аудиторія (споживач медійного контенту), власники та керівники медіакомпаній. Історія медійної критики, теоретичні традиції медіакритики. Критика як рід діяльності. Соціальний і культурний контексти медійної критики, її публіцистична природа. Попередники медіакритики (літературна, театральна, музична критика). Кіно- і телекритика. Становлення медіакритики в Україні: передумови виникнення, предмет і завдання, творчість сучасних українських медіакритиків. Спеціалізовані видання та медійні рубрики. Громадська медіакритика та цифрова епоха: медіакритика в онлайн-середовищі, блогосфері. Методологічний підхід – критична соціологія як стратегія активних змін. Аналіз соціальних процесів та соціальних проблем у суспільстві, що пов'язані з медіа. Історичні етапи розвитку критичної теорії та особливості її трансформації. Розгляд теорії соціальної відповідальності. Її історична поява, зміст, мета та завдання, основні положення. Функції медіакритики та її суспільне значення. Медіакритика як важливий елемент функціонування простору комунікативних відносин. Роль медіакритики відносно суспільних потреб. Широкий спектр взаємопов'язаних функцій, які виконує медіакритика. Систематизований розподіл функцій медіакритики та аналіз кожної функції окремо, а саме: інформаційно-комунікативна, пізнавальна, регулятивна, корекційна, просвітницька. Професійна етика медійника як один з основних напрямків медіакритичних досліджень. Медіаекологія, її основна мета і завдання. Професійний обов'язок та відповідальність перед суспільством. Медіакритика як особливий вид діяльності у мас-медіа. Методика критичного аналізу у медіакритиці. Моніторинг та оцінка медіатекстів. Технології та методики медіакритики. Жанрова різноманітність матеріалів про мас-медіа. Система інформаційних, аналітичних та публіцистичних жанрів: замітка, репортаж, інтерв'ю, огляд, репліка, рецензія, стаття, есе, коментар та ін. Особливості презентації результатів медіадосліджень. Типологія видань про медіа. Програми та системи медійних рубрик. Тематичні напрямки медійної критики. Особливості авторського стилю сучасних медіакритиків.

Тема 12. Українська медіакритика як інструмент соціальної відповідальності: сучасний стан і перспективи розвитку

Медіакритика як інструмент соціальної відповідальності представників ЗМК. Сучасні мас-медіа та проблема довіри. Соціальна роль медійної критики. Медіакритика і громадський консенсус. Медійна спільнота як суб'єкт соціальної відповідальності ЗМК. Яким має бути автор та творець медійного продукту, що формує громадську думку? Розуміння відповідальності перед аудиторією, прояви соціальної відповідальності. Аспекти соціальної відповідальності: індивідуальна самосвідомість, професійні стратегії, соціально-спрямована дія. Відповідальність за рівень якості продукту та за сформовану аудиторію. Медіакритика як суспільний діалог: джерела медіадосліджень. Вивчення медіакритики як суспільного діалогу, фактору вдосконалення діяльності засобів масової інформації.

Взаємозв'язок засобів масової інформації та їх аудиторії, ЗМК і суспільства в цілому. Коло проблем, які охоплює сучасна медіакритика, постановка яких передбачає вивчення і оцінку медійного контенту. Основні джерела медіакритики. Медіакритика як поле для широких суспільних дискусій, публічних наукових і суспільних дебатів про засоби масової комунікації. Здійснення медіакритикою систематичної суспільної експертизи різних аспектів діяльності ЗМК. Українська медіакритика в сучасних інформаційних процесах. Загальна характеристика впливу на медіакритику політичних, економічних, соціальних аспектів розвитку сучасної України. Українська критика медіа як інформаційно-політичний ресурс. Аналіз професійних вітчизняних медіакритичних видань. Діяльність ГО «Детектор медіа». Характеристика видання «Media Sapiens». Демократичний потенціал медіакритики. Підзвітність ЗМК перед суспільством. Роль медіакритики у формуванні критичного мислення та медіаграмотності аудиторії. Медіакритика як проблема розвитку сучасних українських мас-медіа. Професійна медіакритика як регулятор діяльності ЗМК та взаємопов'язуюча ланка між медіаустановами та аудиторією. Полілог як форма нової медіакритики. Соціальні медіа як середовище нової медіакритики.

Розділ 2. Український аудіовізуальний медіадискурс

Тема 1. Поняття дискурсу та медіадискурсу

Комунікація та аудіовізуальний медіадискурс. Дискурс як особливе використання мови для вираження ментальності. Дискурс як мовний продукт, в якому імпліковані соціальні структури і правила. Співвідношення понять «текст» та «дискурс». Реалізація дискурсу в лінгвістичному та лінгвокогнітивному планах. Місце та значення аудіовізуального дискурсу в сучасних українських ЗМК. Український аудіовізуальний медіадискурс як різновид публіцистичного дискурсу. Характерні риси аудіовізуальних дискурсів українських мас-медіа. Вербальні та невербальні засоби впливу в сучасному українському медіапросторі. Автор як найважливіша стилеобrazуюча категорія текстів масової комунікації. Комунікативна взаємодія автора і адресата.

Тема 2. Дискурс українських друкованих видань

Особливості українського друкованого дискурсу. Особливості дискурсу друкованих ЗМК (газети, журнали): мовні і невербальні складові. Особливості кодування і декодування значень в дискурсі друкованих видань та друкованих українських ЗМК. Стійкі типи українських медіатекстів в аспекті функціонально-жанрової класифікації друкованих ЗМК.

Тема 3. Медіадискурс радіо та телебачення в Україні

Особливості дискурсу на українському радіо. Динаміка сучасного українського радіодискурсу. Його місце в системі засобів «інформаційного» конструювання реальності. Місце українського теледискурсу в системі мас-медіа, структура українського телевізійного дискурсу: комбінація образу і звуку, аудіо- та відеоряду. Значення структурних елементів українського телевізійного дискурсу. «Дивлюсь» і «Слухаю» як елементи декодування інформації на телебаченні, їхня нерозривність. Динамічність та різновиди тексту на українському телебаченні. Первинність телевізійної «картинки». Індексний і символічний характер телевізійного мовлення. Телевізійне кодування і конструювання соціальної реальності. Наративні властивості українського телевізійного дискурсу: його внутрішня структура і динаміка сюжету. Візуалізація: технічні та символічні коди.

Тема 4. Український аудіовізуальний медіадискурс у мережі Інтернет

Український аудіовізуальний медіадискурс в Інтернеті. Що впливає на сприйняття повідомлення в мережі Інтернет: дифузія дискурсу друкованих українських ЗМК, радіо та телебачення. Особливості кодування і декодування значень в інтернет-дискурсі. Медіатекст як єдність трьох складових – медійної, вербальної та екстралінгвістичної. Культурологічний аспект медіадискурсу в українських ЗМК та в мережі Інтернет. Аудіовізуальний дискурс українських інтернет-блогів і соціальних мереж.

Тема 5. Інформація та її вплив на суспільство

Комунікація з громадськістю як соціальний інститут і сфера практичної роботи. Сміслові характеристики соціального інституту ЗМІ, журналістики, PR, реклами, пропаганди: мета, функції у суспільстві, зміст діяльності, канали, аудиторія, моделі зав'язків. «Чорний» PR. Значення для аудиторії розмежування у ЗМІ журналістики, PR, реклами. Неприпустимість пропаганди та «чорного» PR у ЗМІ. «Джинса», як порушення журналістських стандартів, етичних та правових норм. Product placement в аудіовізуальних екранних творах та у ЗМІ. Агітація, її різновиди та зв'язок з суспільними функціями ЗМІ, журналістики та професійних стандартів роботи з інформацією.

Тема 6. Історико-політичні аспекти розвитку пропаганди в інформаційному просторі

Перші форми пропаганди. Усна пропаганда. Монументальна пропаганда. Три базові принципи пропаганди. Спрощення, правдоподібність, повторення, тенденційність як прийоми пропаганди. Пропаганда у Першу Світову. Організація державної системи пропаганди у фашистській Німеччині. Роль Пауля Йозефа Геббельса та Лені Ріфеншталь у розквіті масової пропаганди. Роль пропаганди у розвитку радіомовлення та телебачення в період Другої Світової війни та у післявоєнний період. Питання контролю інформаційного поля. Теорія Г. Лассуелла. Тоталітаризм та пропаганда їх вплив на засоби масової інформації в СРСР та країнах Варшавського договору. Формування тоталітарної цензури як основи інформаційної політики. Пропаганда в Україні з часів Незалежності. Пропаганда під час збройного конфлікту та війни. Гібридна війна та сучасна пропаганда. Удосконалення пропагандистських технологій в цифровому просторі.

Тема 7. Канали ефективного розповсюдження пропаганди та інформаційна війна в цифровому просторі

Використання пропаганди у театрі, скульптурі та живописі. Драматургія та пропаганда. Художнє кіно. Пропаганда у радянському кінематографі 30–40 рр. XX ст. Пропагандистські фільми США та СРСР часів Холодної війни. Сучасна російська пропаганда у кіно та серіалах. Емоційна складова твору як підсилювач пропагандистського месиджу. Пропаганда у фотографії. Інтернет як платформа інформаційної війни і пропаганди. Суть інформаційних воєн та їх приклади. Концепція заколотів за Є. Месснером. Холодна війна: методи та стратегії. Соціологічна пропаганда: прийоми, суть, ефект. Трансформація соціологічної пропаганди у концепцію «софт пауер». Найбільш ефективні канали медіа для пропаганди у сучасному світі. Інформаційна війна проти України та Європи як елемент гібридної війни. Стратегії протидії маніпуляціям та пропаганді у цифровому просторі. Війни в цифрових медіа.

Тема 8. Технології медіаманіпуляцій, прийоми впливу та методи протистояння їм у журналістиці

Медіавплив у контексті протистояння інформаційній війні та пропаганді в сучасному українському цифровому просторі. Журналіст та ЗМІ, як посередники між ідеологами пропаганди та масовою аудиторією. Проблеми сприйняття інформації у сучасному суспільстві «постправди». Інерційний авторитет медіа. Готовність аудиторії до співучасті у медійних маніпуляціях. Особливе значення дотримання журналістських стандартів, етичних та правових норм під час роботи з «ідеологічною» інформацією. Проблеми медіакомпетентності та медіаграмотності. Питання медіаосвіти та медіагігієни. Визначення та характеристики маніпуляцій. Захисні бар'єри психіки. Стратегія маніпуляції. Фейки. Напівправа. Зсув акцентів. Асоціації. Сенсаційність. Емоційний резонанс. Контраст. Психологічний шок. Стереотипи. Ярлики. Коментарі. Анонімні «авторитети». Свідки подій. Використання медіаторів та класифікаторів. Буденні розповіді. Відволікання уваги. Інформаційна хвиля. Інформаційний бумеранг та ореол. Ефекти первинності та присутності. Інформаційні блокади. Проблематика псевдонауковості. Переписування історії. Основні інструменти медіавпливу.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п с	лаб	інд	с. р.		л	п с	лаб	інд	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Розділ 1. Журналістський практикум												
Разом за розділом 1	120	24	24	–	–	72	120	6	6	–	–	108
Розділ 2. Український аудіовізуальний медіадискурс												
Разом за розділом 2	60	8	8	–	–	44	60	2	6	–	–	52
Усього годин	180	32	32	0	0	116	180	8	12	0	0	160

4. Теми семінарських і практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин (денна форма)	Кількість годин (заочна форма)
Розділ 1. Журналістський практикум		24	6
1	Основні поняття журналістики	4	–
2	Методика журналістської творчості	4	2
3	Медіа і влада: роль інноваційних медіатехнологій у процесі взаємодії держави та суспільства	4	–
4	Етичні стандарти журналістики	4	2
5	Принципи медіаетики та правове регулювання медіа	4	–
6	Медіафейки, верифікація і фактчекінг у роботі журналіста	4	2
7	Особливості аудиторії ЗМК	4	–
8	Українська медіакритика як інструмент соціальної відповідальності	4	–
Розділ 2. Український аудіовізуальний медіадискурс		8	6
1	Поняття дискурсу та медіадискурсу. Дискурс українських друкованих ЗМК	2	2
2	Дискурс українського радіо, телебачення, інтернет-блогів і соціальних мереж	2	2
3	Медіавплив і пропаганда	2	–

4	Інформаційна війна в цифровому просторі, технології медіаманіпуляцій та методи протистояння їм у журналістиці	2	2
	Разом	32	12

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин (денна форма навчання)	Кількість годин (заочна форма навчання)
1	Розділ 1. Журналістський практикум		
	Серія поточних робіт із аналізу випуску новин, написання новинного тексту та розробки телевізійного сюжету; написання новинного тексту; розробка телевізійного сюжету	34	44
2	Розділ 2. Український аудіовізуальний медіадискурс		
	Серія творчих робіт із кодування інформації в різних типах медіадискурсу; ситуаційні задачі з права у ЗМІ «Правове регулювання журналістської діяльності в Україні. аудіовізуальна інформація як об'єкт правовідносин»	68	90
	Разом	102	134

6. Індивідуальні завдання

За дисципліною «Журналістська майстерність» індивідуальні завдання не передбачені.

7. Методи контролю

Поточний контроль: усні опитування на заняттях за контрольними програмними питаннями поточної та попередніх тем; мікроконтрольні роботи, що проводяться на початку заняття; оцінювання ступеня активності студентів та якості їхніх відповідей на заняттях; тестові завдання.

Контроль виконання самостійних робіт: перевірка виконання творчих завдань (усна доповідь, есе, індивідуальні та колективні медіапроекти, мультимедійні презентації).

Дві контрольні роботи: контрольна робота з розділу 1 «Журналістський практикум» (написання новинного тексту), контрольна робота з розділу 2 «Український аудіовізуальний медіадискурс» (ситуаційні задачі з права у ЗМІ).

Підсумковий контроль (екзамен): теоретичне випробування; презентація та захист творчих завдань; тестування; рішення ситуаційних задач із права у ЗМІ; перевірка рівня засвоєння студентами теоретичного та практичного навчального матеріалу в цілому, вміння студента використовувати теоретичні знання при виконанні практичних завдань.

Приклад екзаменаційного завдання

1. Джерела та методи збирання суспільно значущої інформації. (10 балів)
2. Державна таємниця та її захист. Відповідальність за розголошення таємниці, що спеціально охороняється законом. (10 балів)
3. Презентація та захист підсумкового творчого завдання з дисципліни. (20 балів)

8. Схема нарахування балів

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання				Екзамен	Сума
Розділ 1	Розділ 2	Контрольна робота, передбачена навчальним планом	Разом		
Теми 1–12	Теми 1–8	20	60	40	100
25	15				

Критерії оцінювання письмових відповідей на теоретичні питання екзаменаційної роботи

№ з/п	Критерії оцінювання	Кількість балів за відповідь на одне питання				
		При максимум 5 балів	При максимум 10 балів	При максимум 15 балів	При максимум 20 балів	При максимум 40 балів
1	Відповідь повна, або з однією незначною помилкою	5 балів	9–10 балів	13–15 балів	17–20 балів	33–40 балів
2	Відповідь повна, але з двома-трьома незначними помилками	4 бали	7–8 балів	10–12 балів	13–16 балів	25–32 бали
3	Відповідь не досить повна та/або із суттєвими помилками	3 бали	5–6 балів	7–9 балів	9–12 балів	17–24 бали
4	Відповідь не повна, містить суттєві помилки	2 бали	3–4 бали	4–6 балів	5–8 балів	9–16 балів
5	Відповідь майже відсутня та/або не відповідає запитанню	0–1 бал	0–2 бали	0–3 бали	0–4 бали	0–8 балів

**Критерії оцінювання якості виконання
творчого завдання та/або авторського проєкту**

№ з/п	Параметри	Максимальна кількість балів за кожним із параметрів				
		При максимум 5 балів	При максимум 10 балів	При максимум 15 балів	При максимум 20 балів	При максимум 40 балів
1	Оригінальність концепції, нетривіальність ідеї, концептуальність задуму, креативність	1	2	3	4	8
2	Авторський стиль, індивідуальний почерк	1	2	3	4	8
3	Самостійність	1	2	3	4	8
4	Застосування вмінь, навичок та інструментів роботи у галузі цифрових медіа	1	2	3	4	8
5	Технічна якість виконання	1	2	3	4	8

**Параметри, за якими оцінюється якість виконання
мультимедійної презентації**

№ з/п	Параметри	Максимальна кількість балів за кожним із параметрів				
		При максимум 5 балів	При максимум 10 балів	При максимум 15 балів	При максимум 20 балів	При максимум 40 балів
1	Змістовність, повнота представленої інформації	1	2	3	4	8
2	Структурна чіткість, послідовність, вміння виділити головне, лаконічність у подачі матеріалу	1	2	3	4	8
3	Вміле використання прийомів візуалізації тексту	1	2	3	4	8

4	Єдність стилю, вдала композиція слайду та дизайн-рішення, кольори та шрифти	1	2	3	4	8
5	Грамотність, коректність, охайність оформлення	1	2	3	4	8

**Параметри, за якими оцінюється
усний захист творчого завдання та/або авторського проєкту**

№ з/п	Параметри	Максимальна кількість балів за кожним із параметрів				
		При максимум 5 балів	При максимум 10 балів	При максимум 15 балів	При максимум 20 балів	При максимум 40 балів
1	Змістовність доповіді, логіка, чіткість, послідовність	1	2	3	4	8
2	Володіння професійним лексиконом	1	2	3	4	8
3	Риторична компетентність	1	2	3	4	8
4	Вміле використання прийомів ведення академічної дискусії	1	2	3	4	8
5	Естетика презентації	1	2	3	4	8

Шкала оцінювання

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

9. Рекомендована література

Основна література

Розділ 1. Журналістський практикум

1. Балаклицький М. Зображальна журналістика: навч.-метод. посіб. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2019. 84 с.
2. Голуб О. П. Медіакомпас : путівник професійного журналіста : практичний посібник. Київ : ТОВ «Софія-А», 2016. 184 с

3. Гороховський О. Фактчек як тренд розслідувань : можливості та перспективи : практичний посібник. Дніпро : ЛІРА, 2017. 133 с.
4. Кияшко Ю. Фактчекінг як інструмент протидії маніпулятивному впливу електронних ЗМІ // Вісн. Львівського університету. Серія Журналістика. 2019, Вип. 45. С. 28–35.
5. Партико З. В. Основи редагування : підручник. Вид. 2-ге, переробл. і доповн. Львів : Вид-во Львів. Політехніки, 2017. 332 с.
6. Почепцов Г. Фейк. Технології спотворення реальності. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 175 с.
7. Яцимірська М. Культура мови журналіста : навч. посіб. 2-ге вид. Львів : ПАІС, 2017. 168 с.
8. Mellado K. Beyond Journalistic Norms: Role Performance and News in Comparative Perspective. New York ; London : Routledge, 2020. 320 p. (Routledge Research in Journalism).
9. Paron K., Guelfi J. A NewsHound's Guide to Student Journalism. Jefferson, NC : McFarland & Company, 2018. 206 p.
10. Rusbridger A. Breaking News : The Remaking of Journalism and Why It Matters Now. New York : Farrar, Straus and Giroux, 2018. 462 p.

Розділ 2. Український аудіовізуальний медіадискурс

1. Гоян В. В., Гоян О. Я. Телерадіожурналістика: стандарти, методи, технології (за матеріалами медіаплатформи «Campus Radio Ukraine /Студент-TV») : навч. посіб. Київ : Інститут журналістики, 2020. 192 с.
2. Горська К. Медіаконтент : трансформації на перехресті аналогової та цифрової культур: монографія. Київ : Інтерсервіс, 2016. 380 с.
3. Кулик В. Дискурс українських медій : ідентичності, ідеології, владні стосунки. Київ : Критика, 2010. 656 с.
4. Матисон Д. Медиа дискурс. Анализ медиа-текстов / пер. с англ. О. Гритчиной. Харьков : Гуманитарный центр, 2013. 264 с.
5. Правове регулювання інформаційних відносин: законодавство, судова практика / упоряд.: В. С. Ковальський, О. С. Захарова, І. С. Примак. Київ : Юрінком Інтер, 2011. 336 с.
6. Филипс Л., Йоргенсен М. В. Дискурс-анализ. Теория и метод / пер. с англ. Харьков : Гуманитарный центр, 2008. 354 с.
7. Шевченко В. Конвергентність як основна ознака сучасних медіа. Кросмедіа : контент технології, перспективи : колективна монографія. Київ : Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. 234 с.
8. Convergent Wrestling : Participatory Culture, Transmedia Storytelling, and Intertextuality in the Squared Circle / ed. by C. D. Reinhard, S. J. Olson. London ; New York : Routledge, 2019. 218 p. (The Cultural Politics of Media and Popular Culture).
9. Darrell K. B. Issues In Internet Law: Society, Technology, and the Law. 11th ed. Boca Raton, Florida : Amber Book Company LLC, 2017. 684 p.
10. Ross S. D., Reynolds A. L., Trager R. E. The Law of Journalism and Mass Communication. 7th ed. Washington, D.C. : CQ Press, 2019. 656 p.

Допоміжна література

1. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навч. посібник / пер. з нім. В. Климченко, А. Баканов ; за загал. ред. В. Ф. Іванова. Київ : Академія Української Преси, 2011. 262 с.
2. Вардл К., Сільверман К. Перевірка контенту, отриманого від читачів. Посібник з Верифікації : Європейський центр журналістики, 2014. 128 с.
3. Владимиров В. М. Журналістика, особа, суспільство : проблема розуміння / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2003. 282 с.

4. Грищенко О. М., Шкляр В. І. Преса і політика : проблеми, концепції, досвід. Київ : Ін-т журналістики КНУ, 2000. 82 с.
5. Даниленко Н. Засоби масової комунікації і політична соціалізація особистості // Соціальна психологія. 2004, № 4 (6). С. 61–70.
6. Експертні оцінки законопроектів, що регулюють сферу мас-медіа в Україні. International Media Support. ОБСЄ. Координатор проєктів в Україні. Київ, 2008. 58 с.
7. Європейські стандарти в галузі свободи слова / упоряд. Д. М. Третьяков ; М-во юстиції України. Київ : Видавничий Дім «Ін Юре», 2002. 232 с.
8. Зернецька О. Глобальна політична блогосфера – нова арена політичної комунікації // Політичний менеджмент : наук. журнал. 2009, № 2. С. 13–26.
9. Іванов В. Ф. Вимоги до роботи з фактами та джерелами інформації в мас-медіа // Інформаційне суспільство. 2015, Вип. 22. С. 17–20.
10. Іванов В. Ф. Стандарти новинної журналістики : навч. посібник. Київ : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2007. 72 с.
11. Інформаційне законодавство : збірник законодавчих актів : у 6-ти тт. / за заг. ред. Ю. С. Шемшученка, І. С. Чижа. Т. 5. Міжнародноправові акти в інформаційній сфері. Київ : ТОВ «Видавництво «Юридична думка», 2005. 328 с.
12. Інформаційний вплив : теорія і практика прогнозування : монографія / за ред. П. Д. Фролова ; Національна акад. пед. наук України ; Ін-т соц. та політ. психології. Київ : Міленіум, 2011. 304 с.
13. Ірха К. О. Діяльність політичної опозиції як чинник впливу на масмедійний портрет України // Політологічні записки : зб. наук. пр. Луганськ : Вид-во СНУ імені В. Даля, 2012, Вип. 2 (6). С. 214–224.
14. Каппон Р. Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс : професійний poradnik / пер. з англ. А. Іщенка. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2005. 158 с.
15. Ла Рош фон В. Вступ до практичної журналістики / пер. з нім. Київ : АУП, 2005. 229 с.
16. Недбай В. В. Вплив ЗМІ на політичні інститути // Актуальні проблеми політики. Одеса, 2007, Вип. 32. С. 297–302.
17. Недбай В. В. Інноваційні медіа-технології в системі політичних комунікацій : Автореф. ... докт. політ. наук : 23.00.02 – політичні інститути та процеси. Одеса, 2012. 32 с.
18. Посібник з журналістських розслідувань. Теорія та практика / Б. Бель, О. Бурмагін, Т. Патора, О. Хоменок. Київ : Друкарня Бізнесполіграф, 2013. 190 с.
19. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Київ : Видавничий центр «Київський університет», 1999. 308 с.
20. Прозорість власності у сфері ЗМІ : зб. статей і аналітич. матеріалів. Київ : Ін-т Медіа Права, 2006. 36 с.
21. Рябічев В. Л. Верифікація контенту в соціальних медіа // Актуальні питання масової комунікації. 2015, № 18. С. 44–61.
22. Рябоконт О. Маніпуляції масовою свідомістю в політичному сегменті соціальних мереж // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. Київ, 2012. Вип. 33. С. 543–553.
23. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации : монографическое учебное пособие. Киев : Фитосоциоцентр, 2002. 336 с.
24. Словник журналіста : терміни, мас-медіа, постаті / за ред. Ю. М. Бідзілі. Ужгород : Закарпаття, 2007. 224 с.
25. Стівенс М. Виробництво новин : телебачення, радіо, Інтернет / пер. з англ. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська Академія», 2008. 284 с.
26. Яковлев Д. В. Політична взаємодія як комунікативний процес : медіатизація, демократизація, раціоналізація. Одеса : Астропринт, 2009. 288 с.

27. Янченко А. Соціальні медіа як елемент політичної комунікації // Політичний менеджмент. 2013, № 1–2. С. 153–163.
28. Berger A. Media and Communication Research Methods : An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches. 3rd ed. Thousand Oaks : SAGE Publications Inc., 2013. 384 p.
29. Bloor M., Bloor Th. The Practice of Critical Discourse Analysis : an introduction. London : Hodder Arnold, 2007. 305 p.
30. Boydston A. E. Making the News : Politics, the Media, and Agenda Setting. Chicago : University of Chicago Press, 2013. 280 p.
31. Brennen B. S. Qualitative Research Methods for Media Studies. New York ; London : Routledge, 2013. 248 p.
32. Dahlgren P. The Internet, Public Spheres, and Political Communication : Dispersion and Deliberation // Political Communication. 2005, No. 22. P. 147–162.
33. Fairclough N. Media discourse. London : Edward Arnold, 1995. 214 p.
34. Hammer R., Kellner D. Media / Cultural Studies : Critical Approaches. New York : Peter Lang Publishing Inc., 2009. 644 p.
35. Laughey D. Key Themes in Media Theory. Maidenhead : Open University Press, 2007. XI, 235 p.
36. Moore S. Media / Theory : Thinking about media and communications. London ; New York : Routledge, 2005. 212 p.
37. Orlik P. B. Media Criticism in a Digital Age : Professional And Consumer Considerations. London ; New York : Routledge, 2015. 624 p.
38. Wattal S., Schuff M., Mandviwalla D., Williams C. Web 2.0 and politics : the 2008 U.S. presidential election and an e-politics research agenda // MIS Q. 2010, No. 34 (4). P. 669–688.

10. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відеолекції, інше методичне забезпечення

Розділ 1. Журналістський практикум

1. Без Брехні. URL : <http://bez-brehni.com> (дата звернення: 25.08.2021).
2. Гайдук Ю., Зінчук В. Мас-медіа як творці сучасних політичних міфів. URL : http://vlp.com.ua/files/12_73.pdf (дата звернення: 25.08.2021).
3. Глобальна мережа журналістів-розслідувачів. URL : <https://gijn.org/> (дата звернення: 25.08.2021).
4. Гордієнко Т. Сім нових досліджень про цифрові медіа та фактчекінг. URL : https://ms.detector.media/mediaprosvita/research/sim_novikh_doslidzhen_pro_tsifrovi_media_ta_faktcheking/ (дата звернення: 25.08.2021).
5. Громадська організація «Детектор медіа». URL : <http://detector.media> (дата звернення: 25.08.2021).
6. Громадська організація «Інтерньюз-Україна». URL : <http://internews.ua/> (дата звернення: 25.08.2021).
7. Декларація принципів поведінки журналістів. Прийнята Міжнародною федерацією журналістів. URL : <http://www.cje.org.ua/international/39/> (дата звернення: 25.08.2021).
8. Довженко М. Яскраві плями, соцмережі та «ефект коали» – медіатрюки президентських виборів // Європейская обсерваторія журналістики. URL : <https://ua.ejo-online.eu/4564/media-i-politika/media-i-presidentstki-vyboru-ucu> (дата звернення: 25.08.2021).
9. Закон України «Про інформаційні агентства». URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/74/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 25.08.2021).

10. Закон України «Про інформацію» // Відомості Верховної Ради України. 1992, № 48, ст. 650. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення: 25.08.2021).
11. Законодавство про доступ до публічної інформації. URL : https://minjust.gov.ua/publ_info (дата звернення: 25.08.2021).
12. Засоби масової інформації в політичній системі. URL : <http://politics.ellib.org.ua/pages-564.html> (дата звернення: 25.08.2021).
13. Інструменти фактчекінгу: як професійно відрізнити брехню від правди. 2016. URL : <https://imi.org.ua/articles/instrumenti-faktchekingu-yak-profesiyno-vidriznyati-brehyu-vid-pravdi/> (дата звернення: 25.08.2021).
14. Кабачій Р. Фактор внутрішнього цензора. URL : http://www.telekritika.ua/redpolitics/2012-02-24/69839?theme_page=160& (дата звернення: 25.08.2021).
15. Кияшко Ю. Способи перевірки правдивості інформації в інтернеті – інструкція для медіаюзерів. 2018. URL : https://www.youtube.com/watch?v=yYQ-i_0a6Mw (дата звернення: 25.08.2021).
16. Кіца М. О. Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію. URL : <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-52/36.pdf> (дата звернення: 25.08.2021).
17. Корпоративна соціальна відповідальність через призму ЗМІ. Експертне опитування представників медіа і бізнесу, проведене Центром Розвитку КСВ за підтримки Посольства Норвегії в Україні. Київ : Експертна організація ЦЕНТР «РОЗВИТОК КСВ», 2009. URL : www.csr-ukraine.org (дата звернення: 25.08.2021).
18. Кузнецова О. Д. Мережева етика журналістів // Медіакритика. 2009, № 14. URL : www.mediakrytyka.info/drukovani/merezheva-etyka-zhurnalistiv.html (дата звернення: 25.08.2021).
19. Павлюк О. Вибори в смартфоні. Як соціальні медіа та месенджери впливають на політику. URL : <https://hromadske.ua/posts/vibori-v-smartfoni-yak-socialni-media-ta-mesenzheri-vplivayut-na-politiku> (дата звернення: 25.08.2021).
20. Повернення фейку : ЄС не пускатиме атошників // Західний фронт. 2017, 7.06. URL : <https://zahidfront.com.ua/news/Povernennya-fejku-YES-ne-puskatime-atoshnikov.html> (дата звернення: 25.08.2021).
21. Про внесення змін до Закону України «Про інформацію». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2938-17> (дата звернення: 25.08.2021).
22. Семчишин Я. Фейк vs. Факт : Як перевіряти інформацію від публічних осіб // MediaLab. 2016. URL : <https://medialab.online/news/fejk-vs-fakt-yak-pereviraty-informatsiyu-vid-publichny-h-osib/> (дата звернення: 25.08.2021).
23. Смотряев М. Что такое глубокие фейки и как с ними борются. 2018. URL : <https://www.bbc.com/russian/features-43645446> (дата звернення: 25.08.2021).
24. Тюхтенко Є. Медіа і соцмережі : Як політики України використовують їх перед виборами? Радіо Свобода. 2018, 26.10. URL : <https://www.radiosvoboda.org/a/29563881.html> (дата звернення: 25.08.2021).
25. Фактчекінг: Інтернет-сервіси на допомогу здійснення фактчекінгу. URL : <https://netfreedom.org.ua/faktcheking-v-interneti-ukrainski-zmi-pidhopyly-neperevirenu-informatsiyu/> ; <https://detector.media/tag/1484/> ; <http://campusradio.univ.kiev.ua/faktchekinh-efektyvni-instrumenty-vyavlennya-fejkiv-ta-propahandy> ; <https://dostup.pravda.com.ua/> ; <http://nikorupciji.org/2016/04/26/scho-take-prozorro-i-yak-vono-pratsyuje/> ; <http://www.ukrstat.gov.ua/> ; <https://dostup.pravda.com.ua/news/publications/koly-zapyty-ne-potribni-105-vidkrytykh-reiestriv-ta-baz-danykh> ; <http://corruptua.org/2015/04/stvoreno-perelik-iz-148-mi-vidkritih-baz-danih-dlya-gromadyan-ukrayini/> ; <http://texty.org.ua/d/socio/> ; <http://www.factcheck.com.ua/ua/istochniki-informatsii/> (дата звернення: 25.08.2021).

26. FakeApp. Нейросеть, меняющая лица в видео. 2018. URL : <https://fakeapp.site/> (дата звернення: 25.08.2021).
27. Stieglitz S., Dang-Xuan L. Social media and political communication : a social media analytics framework // Soc. Netw. Anal. Min. 2012. URL : <http://dx.doi.org/10.1007/s13278-012-0079-3> (дата звернення: 25.08.2021).
28. Stopfake.org. URL : <https://www.stopfake.org/> (дата звернення: 25.08.2021).
29. VoxCheck. URL : <https://voxukraine.org/ru/authors-ru/> (дата звернення: 25.08.2021).

Розділ 2. Український аудіовізуальний медіадискурс

1. Данилюк А., Титенская И. Ambient media – новые рекламные носители. URL : <http://bizkiev.com/content/view/368/634> (дата звернення: 25.08.2021).
2. Дейк Т. А. ван. Дискурс и власть. URL : lib100.com/other/diskurs_i_vlast/pdf/ (дата звернення: 25.08.2021).
3. Дональд Матисон. Медиа дискурс. Анализ медиа-текстов. URL : <https://krytyka.com.ua/reviews/medya-dyskurs-analyz-medya-tekstov> (дата звернення: 25.08.2021).
4. Мірошніченко І. Г. Сучасні підходи до типології мас-медійного дискурсу. URL : <http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/9998/1/Miroshnychenko.pdf> (дата звернення: 25.08.2021).
5. Нестерова Н. Г. Современный медиадискурс : в поисках подхода к изучению // Актуальные процессы в социальной и массовой коммуникации, Центр теории и практики речевой коммуникации. URL : <http://yspu.org/images> (дата звернення: 25.08.2021).
6. Полонский А. Медиа – дискурс – концепт : опыт проблемного осмысления. URL : <http://discourseanalysis.org/ada6/st43.shtml> (дата звернення: 25.08.2021).
7. Dijk T. A. van. Cognitive Discourse Analysis. An introduction. URL : <http://www.discourses.org/UnpublishedArticles/cogn-dis-anal.htm> (дата звернення: 25.08.2021).
8. Lee Rainie talks with Media Life about the economics of online news. URL : <http://www.pewinternet.org/Commentary/2010/March/Media-Life.aspx> (дата звернення: 25.08.2021).