МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ журналістики

КАФЕДРА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Декан факультету журналістики

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Костюк В.В.

(підпис) (ініціали та прізвище)

«\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021

**медіакультура**

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

підготовки бакалавра

очної (денної) та заочної форм здобуття освіти

спеціальності **061 Журналістика**

освітньо-професійна програма: **журналістика, реклама та зв’язки із громадськістю, редакторсько-видавнича діяльність і медіамоделювання**

**Укладач** Ковпак Вікторія Анатоліївна, д.соц.ком., доцент

|  |  |
| --- | --- |
| Обговорено та ухвалено  на засіданні кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності  Протокол № 1 від “30” серпня 2021 р.  Завідувач кафедри  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.В.Березенко  (підпис) (ініціали, прізвище ) | Ухвалено науково-методичною радою  факультету журналістики  Протокол № 1 від “31” серпня 2021р.  Голова науково-методичної ради факультету  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н.В. Романюк  (підпис) (ініціали, прізвище ) |

|  |
| --- |
| Погоджено  з навчально-методичним відділом  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (підпис) (ініціали, прізвище) |

2021 рік

**1. Опис навчальної дисципліни**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Галузь знань, спеціальність,**  **освітня програма**  **рівень вищої освіти** | **Нормативні показники для планування і розподілу дисципліни на змістові модулі** | **Характеристика навчальної дисципліни** | |
| очна (денна) форма здобуття освіти | заочна (дистанційна)  форма здобуття освіти |
| **Галузь знань**  06 «Журналістика» | Кількість кредитів – 5 | **вибірковий компонент ОПП** | |
| **Цикл дисциплін ППН** | |
| **Спеціальність**  061 «Журналістика» | Загальна кількість годин –  150 | **Семестр:** | |
| 5-й | 5-й |
| **Освітньо-професійна програма**  Журналістика; Реклама та зв’язки з громадськістю; Редакторсько-видавнича діяльність і медіамоделювання | Змістових модулів – 8 | **Лекції** | |
| 14 год. | 6 год. |
| **Практичні** | |
| 28 год. | 8 |
| Рівень вищої освіти:  **бакалаврський** | Кількість поточних контрольних заходів – 16 | **Самостійна робота** | |
| 108 год. | 136 год. |
| **Вид підсумкового**  **семестрового контролю:**  залік | |

**2. Мета та завдання навчальної дисципліни**

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Медіакультура» є дати майбутнім фахівцям систематизоване й емпірично аргументоване уявлення про теоретичні засади, сутність і специфіку медіакультури, знання із загальної теорії постсучасності та концепції медіакультури, які можуть бути застосовані для розуміння та аналізу форм актуальної культури, для рефлексії про власний досвід, пов’язаний зі споживанням, творчою інтерпретацією, переосмисленням/переструктуруванням медіапродукту; ознайомлення з основними чинниками культури медіадискурсу, зокрема з тими чинниками, що впливають на розуміння того, що ЗМК не лише відображають реальність, що існує незалежно від них, але й творять ту реальність (смисли, картину світу), яку сприймає їхня аудиторія, зокрема «тексти», «контексти» культурно- комунікаційної площини спільноти.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Медіакультура» є: аналіз різних рівнів актуалізації понять «медійний дискурс» та «культура»; ознайомлення з технологіями дистрибуції ідей, смислів: від публічних музеїв до постів у соціальних мережах; розуміння геокультури в медіапросторі як стратегеми національного іміджетворення; з’ясування феноменів наслідування, спадковості, демонстрації та повторення як детермінантів медіакультури: відображення в медіа; вироблення навичок розпізнавання маніпулятивної медіаінформації, конструктивних та деструктивних наративів; визначення сутності медіакомпетентності; навчання вирізняти фейкову інформацію; формування критичного мислення у студентів; усвідомлення медіакультури як складника інформаційної безпеки; вивчення особливостей дизайн-мислення для застосування в медіа.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

**знати:**

* зміст основних понять у сфері медіакультури;
* основні принципи формування медіакультури;
* зміст та специфіку формування наративів у медіасфері;
* принципи маніпулювання свідомістю споживачів інформації;
* зміст категорій «універсальні, національні міфи, стереотипи, архетипи» у медіапроявах;
* основні характеристики дизайн-мислення в медіа.

**вміти:**

* аналізувати стратегічні наративи та гранд-наративи у текстах ЗМІ та ЗМК;
* аналізувати медійні матеріали на предмет їх правдивості та об’єктивності;
* розпізнавати та використовувати технології дистрибуції ідей, смислів: від публічних музеїв до постів у соціальних мережах;
* виявляти феномени наслідування, спадковості, демонстрації та повторення як детермінанти медіакультури;
* користуватися знанням про голлівудські мегаміфи, національні архетипні матриці в медіа як інструментом культурних змін в соціальних питаннях;
* використовувати особливості дизайн-мислення в медіа.

|  |  |
| --- | --- |
| Заплановані робочою програмою результати навчання та компетентності | Методи і контрольні заходи |
| Програмні компетентності:  З*агальні компетентності*  ЗК4 Здатність опановувати знання й розуміти предметну сферу та професійну діяльність.  ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.  ЗК7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.  ЗК11. Здатність працювати в команді.  ЗК12. Здатність до міжособистісної взаємодії.  ЗК15. Здатність цінувати й поважати різноманітність і мультикультурність.  *Фахові компетентності:*  ФК1. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій до своєї професійної діяльності;  ФК4. Здатність формувати інформаційний контент;  ФК6. Здатність організовувати і контролювати командну професійну діяльність;  ФК13. Здатність здійснювати комунікаційну діяльність з учасниками мас-медійного ринку | Методи:  Словесні методи (робота з навчальними матеріалами).  Практичні методи (практичні кейси).  Логічні методи (індуктивні, дедуктивні).  Метод формування пізнавального інтересу (навчальна дискусія). |
| Програмні результати навчання  РН3н5. Концептуальні знання, набуті в процесі навчання та професійної діяльності, зокрема знання сучасних досягнень в галузі  журналістикознавства.  РН5. Узагальнювати, аналізувати і синтезувати інформацію в діяльності, пов’язаній із її пошуком, накопиченням, зберіганням та використанням  РНУ1. Уміння володіти методами спостереження, ідентифікації, класифікації та аналізу предмета діяльності.  РНУ2. Уміння застосовувати основні методи журналістської діяльності при підготовці матеріалів для ЗМІ.  РНЗЗ5. Здатність використовувати новітні технології для створення якісного контенту.  РНК5. Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності.  РНК6. Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію.  РНАіВ3. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. | Методи контролю і самоконтролю (усний, письмовий).  Самостійно-пошукові методи (індивідуальна робота).  Контрольні заходи: захист лабораторних завдань; індивідуальне практичне завдання; залік. |

**Міждисциплінарні зв’язки.**

Вибірковий компонент освітньо-професійної програми – навчальна дисципліна «Медіакультура» є складовою циклу професійної підготовки фахівців освітнього ступеня «Бакалавр», є певною базою для вивчення таких спеціальних дисциплін, як «Мас-медіа та міжкультурні комунікації», «Медіатехнології формування соціального простору», «Стратегії і тактики пропаганди», «Інформаційні війни».

**3. Програма навчальної дисципліни**

*Змістовий модуль 1. Медіакультура: основні поняття, системні цінності, запити аудиторії*

Структура та зміст медіакультури. Об’єкт і предмет медіакультури. Медіакультура якпоказник сприймання інформації соціумом і особистістю. Системні цінності. Карта емпатії цільової аудиторії.

*Змістовий модуль 2. Стратегічні наративи та гранд-наративи в текстах ЗМІ та ЗМК*

Глосарій до теми. Виявлення наративів через аналіз даних. Аналіз ключових наративів у медіапросторі. Формування національної медіасфери, креатосфери, семіосфери. Свобода та рух смислів у соціокомунікаційному просторі.

*Змістовий модуль 3. Феномени наслідування, спадковості, демонстрації та повторення як детермінанти медіакультури: відображення в медіа*

Медіакритика як галузь гуманітарного знання, що відстежує етапи еволюції, приклади спадковості культурного розвитку: жанри, види. Світовий досвід. Український досвід. Меморіальна культурологія (соціологічна та історична концепції пам’яті): медіа як посередник.

*Змістовий модуль 4. Технології дистрибуції ідей, смислів: від публічних музеїв до постів у соціальних мережах*

«Вірусність» ідей, міфів у ЗМК. Комунікаційні стратегії. Спецпроєкти.

*Змістовий модуль 5. Медійний фактор сучасної культурної геополітики*

Національний культурний гранд-наратив в українському медіапросторі як смисловий базис для системи координат сучасної культурної традиції. Геокультура в медіапросторі як стратегема національного іміджетворення: моніторинг в українському кіно національної топоніміки, геральдики, символіки, мовного питання, музичного супроводу тощо. Аналіз реституції культурних цінностей у проєктах публічних інтелектуалів, медійників.

*Змістовий модуль 6. Фейк як один з механiзмiв iнформацiйної манiпуляцiї. Верифікація та фактчекінг*

Сутність поняття. Фото-, аудіофейки. Фейки на ТБ. Способи фейкотворення. Інструменти перевірки інформації. Фактчекінг. Аналіз «топових» фейків.

*Змістовий модуль 7. Медіакультура в контексті інформаційної безпеки*

Сутність понять «інформаційна війна», «смислова війна». Відмінності цих понять. Концепції дефініцій «інформаційна безпека», «інформаційна політика». Смислові інтервенції. Інформаційна культура. Кіберкультура. Комунікаційна ефективність: досвід світового українства.

*Змістовий модуль 8. Медіакультура: шляхи формування*

*Тема. Комунікація громадських ініціатив*

Партнерство заради суспільної комунікації. Громадські інформаційні кампанії. Організація внутрішніх комунікацій. Планування комунікаційної команди.

*Тема. Місія публічних інтелектуалів у медійному просторі (ХХ–ХХІ ст.)*

Формування картини світу наративами публічних інтелектуалів. ЗМІ як сфера інституційної публічності інтелектуальної діяльності письменників, публіцистів, митців, філософів. Український і світовий публічні інтелектуальні дискурси: Володимир Єрмоленко, Оксана Забужко, Сергій Грабовський, Сергій Жадан, Жан Бодрійяр, Єжи Ґедройць та ін.

*Тема. Медіатворчість як один із способів формування медіакультури*

Медіатворчість як форма самовираження особистості, спрямована на створення технічних, інформаційних, комунікаційних медіапродуктів. Сучасне мистецтво, література, субкультура, кліп-культура, контркультура молоді, муралізм у контексті медіаосвіти. Медіакультура та медіамистецтво..

*Тема. Тренінгові практики у формуванні медіакультури*

Інтерактивні майстер-класи «Червона шапочка», «М'ясо кенгуру». Вправи «Упаковка інформаційного продукту», «Білий шум». Урахування результатів неформальної освіти.

Платформи для підвищення медіаграмотності аудиторії: 1. Сайти: FAKE OFF (сайт журналістських розслідувань), Stopfake.org (сайт для перевірки фактів), Академія української преси (бібліотека з медіаосвіти (презентації, посібники, програми, уроки, електронні ресурси, відеолекції)); Детектор медіа (watchdog (вартовий) українських ЗМІ), Інститут масової інформації (моніторинг джинси (звіти)), MediaSapiens (підвищення медіаграмотності аудиторії); Медіакритика (наукові та науково-популярні статті з проблем масової комунікації та мас-медій), Медіаосвіта і медіаграмотність (портал створено на базі он-лайн бібліотеки з медіаосвіти Міжнародного благодійного фонду «Академія української преси»), Медіапсихологія і медіаосвіта (лабораторія МК та медіаосвіти нації України), проект «Про Інтернет», Телекритика (критика та аналітика телепродукту).

2. Навчальні ігри, інтерактивні журнали: Медіазнайко, MediaGuide.

3. Онлайн-курси «Prometheus»: «Медіаграмотність для освітян», «Освітні інструменти критичного мислення», «Медіаграмотність: практичні навички», «Критичне мислення для освітян», «Основи інформаційної безпеки».

**4. Структура навчальної дисципліни**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Змістовий модуль | Усього  годин | Аудиторні (контактні) години | | | | | | | Самостійна робота, год | | Система накопичення балів | | |
| Усього  Годин | Лекційні заняття, год | | Практичні заняття, год | | | | Теор.  зав-ня,  к-ть балів | Практ.  зав-ня,  к-ть балів | Усього  балів |
| о/д  ф. | з/дист  ф. | о/д  ф. | з/дист  ф. | | | о/д  ф. | з/дист  ф. |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | | | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** |
| 1 | 15 | 6 | 2 | 2 | 4 | | | 2 | 9 | 11 | 4 | 4 | 8 |
| 2 | 15 | 4 | 2 | 2 | 2 | | | 2 | 11 | 11 | 4 | 4 | 8 |
| 3 | 15 | 4 | 2 | 2 | 2 | | | 2 | 11 | 11 | 4 | 4 | 8 |
| 4 | 15 | 4 | 2 |  | 2 | | | 2 | 11 | 13 | 4 | 4 | 8 |
| 5 | 15 | 4 | 2 |  | 2 | | |  | 11 | 15 | 3 | 3 | 6 |
| 6 | 15 | 2 |  |  | 2 | | |  | 13 | 15 | 3 | 3 | 6 |
| 7 | 15 | 6 | 4 |  | 2 | | |  | 9 | 15 | 3 | 3 | 6 |
| 8 | 15 | 12 |  |  | 12 | | |  | 3 | 15 | 5 | 5 | 10 |
| Усього за змістові модулі | 120 | 42 | 14 | 6 | 28 | | | 8 | 78 | 106 | 30 | 30 | 60 |
| Підсумковий семестровий контроль  **залік** | 30 |  |  |  |  | |  | | 30 | 30 |  |  | 40 |
| Загалом | **150** | | | | | | | | | | **100** | | |

**5. Теми лекційних занять**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  змістового  модуля | Назва теми | Кількість  годин | |
| о/д ф. | з/д ф. |
| 1 | Медіакультура: основні поняття, системні цінності, запити аудиторії | 2 | 2 |
| 2 | Стратегічні наративи та гранд-наративи в текстах ЗМІ та ЗМК | 2 | 2 |
| 3 | Феномени наслідування, спадковості, демонстрації та повторення як детермінанти медіакультури: відображення в медіа | 2 | 2 |
| 4 | Технології дистрибуції ідей, смислів: від публічних музеїв до постів у соціальних мережах | 2 |  |
| 5 | Медійний фактор сучасної культурної геополітики | 2 |  |
| 6 | Фейк як один з механiзмiв iнформацiйної манiпуляцiї. Верифікація та фактчекінг | - | - |
| 7 | Медіакультура в контексті інформаційної безпеки | 4 | - |
| 8 | Комунікація громадських ініціатив.  Місія публічних інтелектуалів у медійному просторі (ХХ–ХХІ ст.). Медіатворчість як один із способів формування медіакультури. Тренінгові практики у формуванні медіакультури. | - | - |
| **Разом** | | **14** | **6** |

**6. Теми практичних занять**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  змістового  модуля | Назва теми | Кількість  годин | |
| о/д ф. | з/д ф. |
| 1 | Медіакультура: основні поняття, системні цінності, запити аудиторії | 4 | 2 |
| 2 | Стратегічні наративи та гранд-наративи в текстах ЗМІ та ЗМК | 2 | 2 |
| 3 | Феномени наслідування, спадковості, демонстрації та повторення як детермінанти медіакультури: відображення в медіа | 2 | 2 |
| 4 | Технології дистрибуції ідей, смислів: від публічних музеїв до постів у соціальних мережах | 2 | 2 |
| 5 | Медійний фактор сучасної культурної геополітики | 2 |  |
| 6 | Фейк як один з механiзмiв iнформацiйної манiпуляцiї. Верифікація та фактчекінг | 2 | - |
| 7 | Медіакультура в контексті інформаційної безпеки | 2 | - |
| 8 | Комунікація громадських ініціатив.  Місія публічних інтелектуалів у медійному просторі (ХХ–ХХІ ст.). Медіатворчість як один із способів формування медіакультури. Тренінгові практики у формуванні медіакультури. | 12 | - |
| **Разом** | | **28** | **8** |

**6. Види і зміст поточних контрольних заходів**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №  змістового  модуля | Вид поточного  контрольного заходу | Зміст поточного  контрольного заходу | Критерії  Оцінювання | Усього  балів |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| 1 | Тест 1 за теоретичними питаннями ЗМ 1  в системі Мудл | Навчальний матеріал за ЗМ 1 | Кількість питань – 5, кожна правильна відповідь оцінюється в 1 бал. | 4 |
| Усне опитування та практичне завдання | Усне опитування за планом:  *План 1.* ***Медіакультура: основні поняття, системні цінності, запити аудиторії***  1. Структура та зміст медіакультури.  2. Об’єкт і предмет медіакультури.  3. Медіакультура як показник сприймання інформації соціумом і особистістю.  4. Системні цінності. Карта емпатії цільової аудиторії.  **Практичні завдання**: опрацювати кейс «Мої цінності», створити команди відповідно до спільних цінностей, заповнити карту емпатії цільової аудиторії | Відповіді на усні запитання та виконання практичного завдання – 5 б. | 4 |
| **Усього за ЗМ 1**  **контр.**  **заходів** | 2 |  |  | 8 |
| 2 | Тест 2 за теоретичними питаннями ЗМ 2  в системі Мудл | Навчальний матеріал за ЗМ 2 | Кількість питань – 5, кожна правильна відповідь оцінюється в 1 бал. | 4 |
| Усне опитування та практичне завдання | Усне опитування за планом:  **Стратегічні наративи та гранд-наративи в текстах ЗМІ та ЗМК**  1. Глосарій до теми.  2. Виявлення наративів через аналіз даних.  3. Аналіз ключових наративів у медіапросторі.  4. Формування національної медіасфери, креатосфери, семіосфери.  5. Свобода та рух смислів у соціокомунікаційному просторі.  **Практичні завдання**: Підготувати інформаційні повідомлення для обговорення в рамках формату круглого столу на тему «Наративи в українських ЗМІ та ЗМК як стратегічні наративи розвитку України» (включаючи розгляд як конструктивних наративів, так і деструктивних) (за прикладом: Ре-візія історії. Російська історична пропаганда та Україна. Київ : К.І.С., 2019. 99 с. URL: <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Re-viziya-istoriyi_rosijska-istorychna-propaganda-ta-Ukrayina.pdf>):  - бажано користуватися схемою: Наратив → меседж→приклади медіапродуктів та ЗМК | Відповіді на усні запитання та виконання практичного завдання – 5 б. | 4 |
| **Усього за ЗМ 2**  **контр.**  **заходів** | 2 |  |  | 8 |
| 3 | Тест 3 за теоретичними питаннями ЗМ 3  в системі Мудл | Навчальний матеріал за ЗМ 3 | Кількість питань – 5, кожна правильна відповідь оцінюється в 1 бал. | 4 |
| Усне опитування та практичне завдання | Усне опитування за планом:  **Феномени наслідування, спадковості, демонстрації та повторення як детермінанти медіакультури: відображення в медіа**  1. Медіакритика як галузь гуманітарного знання, що відстежує етапи еволюції, приклади спадковості культурного розвитку: жанри, види. Світовий досвід. Український досвід.  2. Меморіальна культурологія (соціологічна та історична концепції пам’яті): медіа як посередник.  3. Політичні вибори як медійна організація. Перешкоджання демонстрації та впізнаваності засобами ЗМІ та ЗМК: світовий та український досвід.  **Практичні завдання:**  «Битва кейсів»: «прекрасне» / «популярне» (на прикладі становлення мистецького канону імпресіоністів від Гюстава Кайботта, описаного у книзі Дерека Томпсона «Хітмейкери. Наука популярності та змагання за увагу», а саме розділі 1 «Сила демонстрації. Слава і знайоме в мистецтві, музиці і політиці») →зіставити та проаналізувати кейси явищ, ідей, що так і залишилися в категорії «прекрасне», поряд із тими, що набули вимірюваних індикаторів для категорії «популярне» (ці явища, ідеї можуть перетинатися в часі і просторі). | Відповіді на усні запитання та виконання практичного завдання – 5 б. | 4 |
| **Усього за ЗМ 3**  **контр.**  **заходів** | 2 | : |  | 8 |
| 4 | Тест 4 за теоретичними питаннями ЗМ 4  у системі Мудл | Навчальний матеріал за ЗМ 4 | Кількість питань – 5, кожна правильна відповідь оцінюється в 1 бал | 4 |
| Усне опитування та практичне завдання | Усне опитування за планом:  **Технології дистрибуції ідей, смислів: від публічних музеїв до постів у соціальних мережах**  1. «Вірусність» ідей, міфів у ЗМК.  2. Комунікаційні стратегії. Технології дистрибуції ідей: від публічних музеїв до постів у соціальних мережах. Радіо як «публічний музей популярної музики».  3. Спецпроєкти.  **Практичні завдання:**  Іміджевий проєкт «Україна від А до Я» (презентація України в «абетці» персоналій, культурно-гуманітарних явищ, брендів тощо) (як альтернативний варіант до однойменного проєкту на телеканалі «Інтер»). | Відповіді на усні запитання та виконання практичного завдання – 5 б. | 4 |
| **Усього за ЗМ 4**  **контр.**  **заходів** | 2 |  |  | 8 |
|  | Тест 5 за теоретичними питаннями ЗМ 5  в системі Мудл | Навчальний матеріал за ЗМ 5 | Кількість питань – 5, кожна правильна відповідь оцінюється в 1 бал. | 3 |
|  | Усне опитування та практичне завдання | Усне опитування за планом:  **Медійний фактор сучасної культурної геополітики**  1. «Національний культурний гранд-наратив в українському медіапросторі як смисловий базис для системи координат сучасної культурної традиції.  2. Геокультура в медіапросторі як стратегема національного іміджетворення: моніторинг в українському кіно національної топоніміки, геральдики, символіки, мовного питання, музичного супроводу тощо.  3. Аналіз реституції культурних цінностей у проєктах публічних інтелектуалів, медійників.  **Практичні завдання:**  1) Здійснити моніторинг в українському кіно (російськомовних, українськомовних серіалах, «великому» кіно) національної топоніміки, геральдики, символіки, мовного питання, музичного супроводу тощо.  2) Проаналізувати прояви реституції культурних цінностей у проєктах публічних інтелектуалів, медійників (назвати конкретні проєкти промоцій, медійні формати, рекламні спецпроєкти) | Відповіді на усні запитання та виконання практичного завдання – 5 б. | 3 |
| **Усього за ЗМ 5**  **контр.**  **заходів** | 2 |  |  | 6 |
|  | Тест 6 за теоретичними питаннями ЗМ 6  в системі Мудл | Навчальний матеріал за ЗМ 6  (розділ 3 РП) | Кількість питань – 5, кожна правильна відповідь оцінюється в 1 бал. | 3 |
|  | Усне опитування та практичне завдання | Усне опитування за планом:  **Фейк як один з механiзмiв iнформацiйної манiпуляцiї. Верифікація та фактчекінг**  1. Сутність поняття.  2. Фото-, аудіофейки.  3. Фейки на ТБ.  4. Способи фейкотворення.  5. Інструменти перевірки інформації. Фактчекінг.  **Практичні завдання**:  1. Тест-гра: а ви впізнаєте фейкову новину? URL: <https://bilyayivka.city/read/test/16638/test-gra-a-vi-vpiznaete-fejkovu-novinu->  2. Фейк або тру: вгадай по заголовку новини. URL: <https://bit.ua/2019/06/fejk-abo-tru/>  3. Зробити добірку фейкових новин та пояснити технологію викриття.  4. Провести фактчекінг (1-2 матеріали)  5. Проаналізувати «“Звільнення заручників”: джерела та хронологія фейка» Інтерактивна презентація поширення неперевіреної інформації щодо обміну полонених провідними засобами масової інформації України» за авторством Олекси Шарабури (<https://www.bez-brehni.com/factcheck/yak-rozpovsiudzhuvavsia-feyk-pro-obmin-polonenymy/>). | Відповіді на усні запитання та виконання практичного завдання – 5 б. | 3 |
| **Усього за ЗМ 6**  **контр.**  **заходів** | 2 |  |  | 6 |
|  | Тест 7 за теоретичними питаннями ЗМ 6  в системі Мудл | Навчальний матеріал за ЗМ 7  (розділ 3 РП) | Кількість питань – 5, кожна правильна відповідь оцінюється в 1 бал. | 3 |
|  | Усне опитування та практичне завдання | Усне опитування за планом:  **Медіакультура в контексті інформаційної безпеки**  1. «Сутність понять «інформаційна війна», «смислова війна». Відмінності цих понять. Концепції дефініцій «інформаційна безпека», «інформаційна політика».  2. Смислові інтервенції. Інформаційна культура. Кіберкультура. Комунікаційна ефективність: досвід світового українства  **Практичні завдання**: Підготувати інформаційне повідомлення про «повернене ім’я» світового українства в контексті протистояння смисловим інтервенціям (зробити статтю у «Вікіпедії»). | Відповіді на усні запитання та виконання практичного завдання – 5 б. | 3 |
| **Усього за ЗМ 7**  **контр.**  **заходів** |  |  |  | 6 |
|  | Тест 8 за теоретичними питаннями ЗМ 6  в системі Мудл | Навчальний матеріал за ЗМ 8  (розділ 3 РП) | Кількість питань – 5, кожна правильна відповідь оцінюється в 1 бал. | 5 |
|  | Усне опитування та практичне завдання | **Усне опитування за планом**  **Комунікація громадських ініціатив**  1. Партнерство заради суспільної комунікації.  2. Громадські інформаційні кампанії.  3. Організація внутрішніх комунікацій.  4. Планування комунікаційної команди.  **Практичні завдання**: Підготувати проєктну лінійку власної інформаційної кампанії: цінності→місія→візія→мета→стратегія  →тактика→завдання→інструменти  **Місія публічних інтелектуалів у медійному просторі**  **(ХХ–ХХІ ст.)**  1. Формування картини світу наративами публічних інтелектуалів.  2. ЗМІ як сфера інституційної публічності інтелектуальної діяльності письменників, публіцистів, митців, філософів.  3. Український і світовий публічні інтелектуальні дискурси: Жан Бодрійяр, Сергій Грабовський, Єжи Ґедройць. Сергій Жадан, Оксана Забужко, Георгій Касьянов та ін.  4. Соціальнокомунікаційне моделювання публічної та персональної пам’яті. Колективної та історичної пам’яті. Меморіцид, інтелектоцид  **Практичні завдання**: Робота у форматі дискусійного клубу (одні презентують події країни, інші – реакції публічних інтелектуалів або дотичні цитати).  **Медіатворчість як один із способів формування медіакультури.**  1. Медіатворчість як форма самовираження особистості, спрямована на створення технічних, інформаційних, комунікаційних медіапродуктів.  2. Сучасне мистецтво, література, субкультура, кліп-культура, контркультура молоді, муралізм у контексті медіаосвіти. Медіакультура та медіамистецтво.**Практичні завдання**: Театралізовано-ситуативні творчі завдання (інтерв’ю, рекламна агенція, газетний кіоск тощо);  Словесна гра «Складаємо історію за картинками»  **Тренінгові практики у формуванні медіакультури.**  Інтерактивні майстер-класи «Червона шапочка», «М'ясо кенгуру». Вправи «Упаковка інформаційного продукту», «Білий шум». *Практичне виконання* | Відповіді на усні запитання та виконання практичного завдання – 5 б. | 5 |
| **Усього за ЗМ 8**  **контр.**  **заходів** |  |  |  | 10 |
| **Усього за змістові модулі контр.**  **заходів** | **16** |  |  | **60** |

**7. Підсумковий семестровий контроль**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Форма | Види підсумкових  контрольних  заходів | Зміст підсумкового  контрольного заходу | Критерії  Оцінювання | Усього балів |
| **З а л і к** | Теоретичні завдання | Усна частина заліку передбачає розгорнуту та обґрунтовану відповідь на одне теоретичне питання.  Перелік питань на залік поданий у системі Мудл https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=8980 | Залік проводиться при очній/дистанційній формі навчання. Складається із відповіді на теоретичне питання та тестів у системі Мудл.  За відповіді на теоретичне питання та тестові завдання студент може отримати до 10 балів. | 10 |
| Індивідуальне практичне завдання | Індивідуальне завдання полягає у трьох варіантах:  1) у проходженні фахових онлайн-курсів: 1) на платформі Prometheus: «Медіаграмотність: практичні навички» або «Культура та політика: багатозначність (взаємо)зв’язків»  2) реалізації спецпроєкту з поширення інтелектуальних цінностей у сфері медіа, що сприяють соціалізації особистості, формуванню суспільної свідомості (наприклад, флешмоб/челендж у соціальній мережі із популяризації українського мистецтва, відновлення історичних «білих плям», поширення норм медіаграмотності тощо).  АБО створити зеппінг-образ – новий образ України, що складається з уламків інформації та вражень.  3) участь у міському проєкті (напр. АРТ-форум) у рамках медіапідтримки, smm-підтримки тощо | Студент може отримати до 30 балів за результат проходження онлайн-тесту не менше та виконання практичних мінікейсів | 30 |
| **Усього за підсумковий семестровий контроль** | **2** |  |  | **40** |

**8. Рекомендована література**

**Основна**:

1. Баришполець О. Т. Брехня в інформаційному просторі та міжособовій комунікації : монографія. Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. 648 с. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/mono/maketBarishpolets.pdf>.

2. Галлін Деніел С., Манчіні Паоло. Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики; пер. з англ. О. Насика. Київ : Наука, 2008. 320 с. URL: <https://mediasystemy.wordpress.com>.

3. Дзюба О. Медіа-реклама як креативне мистецтво сучасного культурного простору України. *Молодий вчений*. 2018. № 1(1). С. 127–130. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\_2018\_1%281%29\_\_33

4. Діти в Інтернеті: як навчити безпеці у віртуальному світі: посібник для батьків / І. В. Литовченко, С. Д. Максименко, С. І. Болтівець, М.-Л. А. Чепа, Н. М. Бугайова. Київ : Видавництво: ТОВ Видавничий Будинок «Аванпост-Прим», 2010. 48 с. URL: <http://rvo-kolomak.ucoz.ua/Informatizazija/kijiv_star.pdf>.

5. Казаков М. Гранд-наратив у історії. URL: <https://commons.com.ua/uk/grand-narativ-u-istoriyi/>.

6. Карп’як О. Вата з укропом: мова політичних мемів. URL: http://discourse.in.ua/library/vata- z- ukropommova- politychnyh- memiv

7. Кісь Р. Мова, думка і культурна реальність (від Олександра Потебні до гіпотези мовного релятивізму). Львів : Літопис, 2002. 304 с.

8. Кісь Р. Як зупинити розукраїнювання України? : наукове видання. Львів : ТзОВ “Видавнича фірма «Афіша»”, 2012. 360 с.

9. Костенко, Н. В., Іванов, В. Ф. Досвід контент-аналізу: Моделі та практики: монографія. Київ : Центр вільної преси, 2003. 200 с. URL: <http://i-soc.com.ua/files/k/kostenko.pdf>.

10. Культура і медіа: вийти з зачарованого кола. URL: <https://lb.ua/culture/2015/06/25/309324_kultura_i_media_viyti_z.html>

11. Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін: посібник для вчителя / за ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк, О. П. Мокрогуза. Київ : Центр вільної преси, Академія української преси, 2016. 201 с. URL: http://www.aup.com.ua/upd/mo.pdf.

12. Медіакультура в контексті міждисциплінарних досліджень : монографія / за загал. наук. ред. В. В. Березенко, М. А. Лепського, О. О. Семенець ; відп. ред. К. Г. Сіріньок-Долгарьова. Запоріжжя : Кераміст, 2017. 309 с.

13. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навчальний посібник / О. Т. Баришполець, Л. А. Найдьонова, Г. В. Мироненко, О. Є. Голубева, В. В. Різун та ін. ; за ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця. Київ : Міленіум, 2009. 440 с. URL: <https://drive.google.com/file/d/0B0VbC0WlJ54oZWVWb2ZZakg2MDA/view?pref=2&pli=1>.

14. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд / В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк, Л. М. Кульчинська, Т. В. Іванова, Ю. П. Мірошниченко. 2-ге вид., стер. Київ : АУП, ЦВП, 2012. 58 с. URL: <http://www.aup.com.ua/upload/ogliad.pdf>.

15. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк ; за науковою редакцією В. В. Різуна. 2-ге вид., стер. Київ : Центр вільної преси, 2013. 352 с. URL: <http://www.aup.com.ua/uploads/mo2.pdf>.

16. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник для студентів педагогічних коледжів / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк ; за науковою редакцією В. В. Різуна. Київ : Центр Вільної Преси, 2014. 431 с. URL: http://www.aup.com.ua/uploads/mo3.pdf.

17. Ожеван М. Глобальна війна стратегічних наративів: виклики та ризики для України. *Стратегічні пріоритети*. № 4 (41), 2016. С. 30–40. URL: http://ippi.org.ua/sites/default/files/ozevan.pdf

18. Основи медіаграмотності: Навчально-методичний посібник для вчителя 8 (9) клас. Плани-конспекти уроків / за ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк, О. П. Мокрогуза. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2014. 190 с. URL: <http://www.aup.com.ua/ml/lessons_web.pdf>.

19. Посібник з верифікації: визначний гід з верифікації цифрового контенту для висвітлення надзвичайних подій. URL: <http://verificationhandbook.com/book_ua>.

20. Практична медіаграмотність: посібник для бібліотекарів / Л. О.Гуменюк, В. І. Потапова. Київ : Академія Української преси, 2015. URL: <http://www.aup.com.ua/books/mbm>.

21. Практична медіаосвіта: авторські уроки. Збірка / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк ; за науковою редакцією В. В. Різуна. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. 447 с. URL: <http://www.aup.com.ua/uploads/Avtorski_yroku.pdf>.

22. Ре-візія історії. Російська історична пропаганда та Україна. Київ : К.І.С., 2019. 99 с. URL: <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Re-viziya-istoriyi_rosijska-istorychna-propaganda-ta-Ukrayina.pdf>

23. Рябчук М. Від Малоросії до України: парадокси запізнілого націєтворення. Київ : Критика, 2000. 303 с.

24. Стратегії дослідження екранних медіа / НАН України ; ІМФЕ ім. М. Т. Рильського. Київ, 2013. 356 с. URL: <http://mau-nau.org.ua/etnolog/books/ns/ns_2013.pdf>.

25. Сучасна медіакультура: контент, концепції, перспективи (українсько-польський досвід) : колективна монографія / [Й. Лось, С. Ґавронський, Т. Лильо, М. Уліта та ін.] ; за наук. ред. проф. Й. Лося. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2012. 392 с.

26. Технології розвитку критичного мислення учнів / А. Кроуфорд, В. Саул, С. Метьюз, Д. Макінстер ; наук. ред., передм. О. І. Пометун. Київ : Вид-во «Плеяди», 2006. 220 с. URL: <http://osvita.ua/doc/files/news/487/48780/KritichneView.pdf>.

27. Томпсон Д. Хітмейкери. Наука популярності та змагання за увагу / пер. з англ. Д. Антонюка, Н. Палій. Київ : Yakaboo Publishing, 2018. 432 с.

28. Шевченко Л. І. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. Київ : ВПЦ "Київський університет", 2014. 380 с. URL: <http://sizonov.blogspot.com/p/blog-page_7872.html>.

29. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність: Підручник для вчителя. Перекл. з англ. С. Дьома ; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. Київ : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. 319 с. URL: http://www.aup.com.ua/uploads/MG.pdf.

30. Ясиневич Я. Комунікація громадських ініціатив. Для тих, хто творить зміни. Практичний посібник / Інститут масової інформації. Київ : ТОВ «Софія-А», 2016.104 с.

**Додаткова:**

1.5 порад від експерта: Як виявити інформаційний фейк. URL: http://tvoemisto.tv/news/5\_porad\_vid\_eksperta\_yak\_vyyavyty\_informatsiynyy\_feyk\_66446.html.

2. 10 заповідей достовірної інформації. URL: http://stopwrong.blogspot.com/p/10.html. – Мова: українська.

3. 13 онлайн-інструментів для перевірки контенту. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/how\_to/13\_onlayninstrumentiv\_dlya\_perevirki\_kontentu. – Мова: українська.

4. eSafety: що це та для чого потрібна безпека в інтернеті. URL: http://www.etwinning.com.ua/content/files/671974.pdf. – Мова: українська.

5. А ви довіряєте Фейсбуку? 5 способів перевірки інформації від Бі-Бі-Сі, Гардіан та Сі-Ен-Ен. URL: http://www.happymisto.od.ua/journalism/zhurnalistika-ta-fejsbuk. – Мова: українська.

6. Батьківська медіапедагогіка в системі позашкільної освіти [Електронний ресурс]. URL: http://mediaosvita.org.ua/book/batkivska-mediapedagogika-v-syste/. – Мова: українська.

7. Бойко А. Дегуманізація медіа та етичні стандарти журналістики (на матеріалі українських ЗМК 2013-2014 рр.). Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика. 2014. Вип. 39 (1). С. 5–11. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Jur_2014_39(1)__3>.

8. Демченко О. «Мова ворожнечі»: чи є протиріччя між професійним та громадянським обов’язком? URL: <https://detector.media/infospace/article/121803/2016-12-27-mova-vorozhnechi-chi-e-protirichchya-mizh-profesiinim-ta-gromadyanskim-obovyazkom/>

9. Дослідження вразливості до маніпуляційного впливу. Авторська методика. URL: http://www.refmaniya.org.ua/psichologu/dosl-dzhennya-vrazlivost-do-man-pulyats-ynogo-vplivu. – Мова: українська.

10. Збірник статей Четвертої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». Київ. : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2016. 504 с.

11. Збірник статей Шостої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». Київ. : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2018. 244 с.

12. Ісакова Т. Мова ворожнечі як проблема українського інформаційного простору. *Стратегічні комунікації*. № 4 (41). 2016. С. 90–97.

Карп’як О. Вата з укропом: мова політичних мемів. URL: http://discourse.in.ua/library/vata- z- ukropommova- politychnyh- memiv

13. Сучасна медіакультура: контент, концепції, перспективи (українсько-польський досвід) : колективна монографія / [Й. Лось, С. Ґавронський, Т. Лильо, М. Уліта та ін.] ; за наук. ред. проф. Й. Лося. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2012. 392 с.

14. Шутов Р. Дегуманізація як інструмент інформаційної війни. URL: https://ms.detector.media/monitoring/advocacy\_and\_influence/degumanizatsiya\_yak\_instrument\_informatsiynoi\_viyni/

**Інформаційні ресурси**:

1. Your Art – видання про актуальне українське мистецтво. URL: <https://supportyourart.com/contacts>. – Мова: українська.

2. Коридор. Журнал про сучасну культуру. http://www.korydor.in.ua/ua/. – Мова: українська.

3. «Україна розумна». Цикл інтерв’ю на Громадському з письменниками, соціологами, теологами, істориками та науковцями, інтегрованими в світовий контекст. URL: https://www.youtube.com/watch?v=tB366t4aIBs&list=PLPnX89fQLdskDwIcPuqQg8SYPTgsCchSP. – Мова: українська.

4. Platfor.ma. Незалежний інтернет-журнал про інновації та культуру. . URL:  <https://platfor.ma/about/>

5. FAKE OFF. URL: http://fakeoff.org/uk. – Мова: українська.

6. Stopfake.org. URL: http://www.stopfake.org. – Мова: російська.

7. Академія української преси. URL: http://www.aup.com.ua. – Мова: українська.

8. Детектор медіа. URL: http://detector.media. – Мова: українська.

9. нститут масової інформації. URL: http://imi.org.ua. – Мова: українська.

10. Медіаграмотність. URL: http://osvita.mediasapiens.ua. – Мова: українська.

11. Медіакритика. URL: http://www.mediakrytyka.info. – Мова: українська.

12. Медіаосвіта і медіаграмотність. URL: http://www.medialiteracy.org.ua. – Мова: українська.

13. Медіапсихологія і медіаосвіта. URL: http://www.mediaosvita.org.ua. – Мова: українська.

14. Про Інтернет. URL: http://www.prointernet.in.ua. – Мова: українська.

15. Телекритика. URL: http://www.telekritika.ua. – Мова: українська.