МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФІЛОЛОГІЧНИЙ Факультет

Кафедра СЛОВ’ЯНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ

 **ЗАТВЕРДЖУЮ**

В.о. декана філологічного факультету

 \_\_\_\_\_\_ Бондаренко І. С.

«\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2022

**МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ У**

**СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ**

РОБОЧА ПРОГРАМА ВИБІРКОВОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

підготовки магістра

очної (денної) та заочної (дистанційної) форм здобуття освіти

спеціальності 035 Філологія

 спеціалізації / предметної спеціальності 035.033 Слов’янські мови та літератури (переклад включно), перша – польська

освітньо-професійна програма Переклад та міжкультурні комунікації

**Укладачка: Бондаренко І.С., к. філол. н., доцент**

|  |  |
| --- | --- |
| Обговорено та ухваленона засіданні кафедри слов’янської філологіїПротокол № 1 від “30” серпня 2022 р.Завідувач кафедри слов’янської філології\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ І. Я. Павленко  | Ухвалено науково-методичною радою філологічного факультету Протокол № 1 від “31” серпня 2022 р.Голова науково-методичної ради філологічного факультету \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ І. Л. Мацегора |

|  |  |
| --- | --- |
| Погоджено з навчально-методичним відділом\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (підпис) (ініціали, прізвище) | Погоджено з навчальною лабораторією інформаційного забезпечення освітнього процесу (підпис) (ініціали, прізвище) |

**2022**

1. **Опис навчальної дисципліни**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **1** | **2** | **3** |
| **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**035 – філологія(шифр і назва) | Кількість кредитів – 3  | **Вибіркова**  |
| **Цикл професійної підготовки** |
| **Спеціальність**035.033 Слов’янські мови та літератури (переклад включно), перша – польська(шифр і назва) | Загальна кількість годин – 90 | **Семестр:**  |
| 1-й | 1-й |
| Змістових модулів – 4 | **Лекції** |
| **Освітньо-професійна програма**Переклад та міжкультурні комунікації | 22 год. | 10 год. |
| **Практичні** |
| Рівень вищої освіти:**магістерський** | Кількість поточних контрольних заходів – 8 |  |  |
| **Самостійна робота** |
| 68 год. | 80 год. |
| **Вид підсумкового семестрового контролю**: залік |

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Медіакомунікації в соціокультурному просторі» є формування у студентів системи знань про сутність, структуру, моделі комунікації та базові сучасні комунікаційні технології. Вивчення курсу передбачає набуття навичок ефективної комунікації, осягнення майбутніми фахівцями моделі ефективного спілкування в умовах соціальних комунікацій.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Медіакомунікації в соціокультурному просторі» є: ознайомлення студентів з основними принципами масово-комунікаційної діяльності; розуміння сутності, призначення та завдання кожної з базових комунікаційних технологій; оволодіння техніками медіакомунікації.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути таких результатів навчання:

знати: умови й критерії ефективної комунікації; специфіку політичної комунікації та її комунікаційно-технологічні складові; особливості пропаганди як соціально-психологічного феномену та комунікативну схему пропаганди; сутність та особливості виборчих технологій; основи іміджелогії та іміджмейкінгу; різновиди спін-операцій та методи маніпулятивної подачі інформації; складові соіальнокомунікаційного простору.

уміти: впроваджувати базові елементи комунікаційного впливу у власній професійній практиці; професійно аналізувати стратегію, тактику та комунікаційний арсенал виборчої кампанії; розробляти сценарії соціальних та політичних перформансів; організовувати та планувати імідж-стратегії; характеризувати спеціальні техніки пропаганди у певному політичному та соціокультурному контексті.

|  |  |
| --- | --- |
| Заплановані робочою програмою результати навчаннята компетентності  | Методи і контрольні заходи |
| **1** | **2** |
| Здатність реалізувати свої права і обов’язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.  | Методи: пояснювально-ілюстративний метод, метод проблемного викладу, дослідницький метод, дискусії, ділова гра, круглі столи, методи моделювання проблемної ситуації. Конкретизація навчальних методів: моделювання типових ситуацій журналістської діяльності; використання кейс-методів (ситуаційні завдання); виконання групових проєктів; аналіз, синтез, порівняння, узагальнення явищ, фактів, закономірностей, викладених у різних джерелах інформації, з метою підготовки відповідей на поставлені напередодні запитання.Контрольні заходи: тести, опитування |
| Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. | Методи: репродуктивний метод, метод проблемного викладу, дослідницький метод, дискусії, ділова гра, круглі столи, методи моделювання проблемної ситуації. Контрольні заходи: тести, опитування. |
| Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності журналіста.  | Методи: пояснювально-ілюстративний метод, репродуктивний метод, метод проблемного викладу, дослідницький метод, дискусії, ділова гра, круглі столи, методи моделювання проблемної ситуації. Контрольні заходи: тести, опитування |
| Здатність бути критичним і самокритичним. | Методи: метод проблемного викладу, дослідницький метод, дискусії, ділова гра, круглі столи, методи моделювання проблемної ситуації. Контрольні заходи: тести, опитування |
| Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. | Методи: пояснювально-ілюстративний метод, репродуктивний метод, метод проблемного викладу, дискусії, ділова гра, круглі столи, методи моделювання проблемної ситуації. Контрольні заходи: тести, опитування |
| Здатність формувати інформаційний контент для різних видів ЗМІ.  | Методи: пояснювально-ілюстративний метод, репродуктивний метод, метод проблемного викладу, дослідницький метод, дискусії, ділова гра, круглі столи, методи моделювання проблемної ситуації. Контрольні заходи: тести, опитування |
| Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність. | Методи: пояснювально-ілюстративний метод, репродуктивний метод, метод проблемного викладу, дослідницький метод, дискусії, ділова гра, круглі столи, методи моделювання проблемної ситуації. Контрольні заходи: тести, опитування |
| Здатність ефективно просувати створений медійний продукт. | Методи: пояснювально-ілюстративний метод, репродуктивний метод, метод проблемного викладу, дослідницький метод, дискусії, ділова гра, круглі столи, методи моделювання проблемної ситуації. Контрольні заходи: тести, опитування |
| Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності. | Методи: пояснювально-ілюстративний метод, репродуктивний метод, метод проблемного викладу, дослідницький метод, дискусії, ділова гра, круглі столи, методи моделювання проблемної ситуації. Контрольні заходи: тести, опитування |

**3. Програма навчальної дисципліни**

**Змістовий модуль 1.**

*Медіакомунікації у системі соціальних технологій. Соціокультурний простір українського суспільства*

Поняття «технологія» та «медіакомунікація» у сучасному гуманітарному знанні. Концепти «соціальна технологія» та «соціальний інжиніринг». Сучасні концепції технології. Складові реалізації технології. Соціальні технології та їх класифікація. Ознаки та критерії соціально-комунікаційних технологій.

**Змістовий модуль 2.**

*Типологічна система технологій медіакомунікацій*

Поняття «комунікативні технології», «комунікаційні технології» та їх диференціація. Основні підходи до класифікації соціально-комунікаційних технологій. Класифікація соціально-комунікаційних технологій за сферою розповсюдження. Класифікація соціально-комунікаційних технологій за об’єктом впливу. Класифікація соціально-комунікаційних технологій за типом цільової орієнтації. Класифікація соціально-комунікаційних технологій за функціональним показником.

**Змістовий модуль 3.**

*Іміджмейкінг як технологія формування іміджу та професійна діяльність*

Іміджмейкінг як особлива практична галузь іміджології. Основні підходи до розуміння поняття “іміджмейкінг”. Іміджмейкінг як комунікаційна технологія та система. Складові іміджмейкінгу (концепція О. Панасюка). Специфіка професії іміджмейкера. Професійні орієнтири іміджмейкера.Типологія соціальної перцепції. Перцептивне спілкування. Соціальні стереотипи й аттітюди (установки) у процесі іміджування. Соціально-психологічні феномени трансляції й сприйняття іміджу: інтуїція, хіндсайт, соціальні очікування, фундаментальна помилка атрибуції, установка, переконання, оцінка. Психологія впливу та іміджування. Соціально-психологічний інструментарій іміджування та його вплив на аудиторію.

**Змістовий модуль 4.**

*Пропаганда та контрпропаганда як політична діяльність. Особливості пропагандистських кампаній в епоху постмодерну*

Пропаганда як соціально-психологічний та комунікаційний феномен. Стратегічна мета та тактичні цілі пропаганди.Історія розвитку пропаганди та контрпропаганди як політичної діяльності. Особливості пропагандистських кампаній в епоху постмодерну.Моделі пропаганди: механістична (тоталітарна), маніпулятивна (релятивістська), діалогова (демократична, конструктивна).Класифікація різновидів пропаганди та їх аналіз. Класичні методи пропаганди – *«азбука пропаганди»* (Інститут пропаганди, США, 1939 р.): навішування ярликів (name calling), перенесення (transfer), рекомендації, посилання на авторитети (testimonial), гра у простацтво (plain folks), приєднання до більшості, «ефект фургона з оркестром» (band wagon effect), сяючі узагальнення (glittering generalities), підтасування карт (card stacking).Універсальні методи пропаганди: переконання (принципи повторення, несуперечності, первинності інформації), спрощення, замовчування, вигаданий факт, пряме і непряме коментування, двостороння аргументація, напівправда, інсинуація, інформаційне дроблення й перевантаження, інформаційно-пропагандистська індукція, семантичне маніпулювання, політичний евфемізм, дифамація.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Змістовий модуль | Усьогогодин | Аудиторні (контактні) години | Самостійна робота, год | Система накопичення балів |
| Усьогогодин | Лекційні заняття, год | Семінарські/Практичні/Лабораторні заняття, год | Теор.зав-ня, к-ть балів | Практ.зав-ня,к-ть балів | Усього балів |
| о/дф. | з/дистф. | о/д ф. | з/дистф. | о/д ф. | з/дистф. |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** |
| о/д ф | з/дф |
| 1 | 15 | 4 | 2 | 4 | 2 |  |  | 17 | 20 | 6 | 8 | 14 |
| 2 | 15 | 6 | 2 | 6 | 2 |  |  | 17 | 20 | 6 | 8 | 14 |
| 3 | 15 | 6 | 2 | 6 | 2 |  |  | 17 | 20 | 6 | 10 | 16 |
| 4 | 15 | 6 | 4 | 6 | 4 |  |  | 17 | 20 | 6 | 10 | 16 |
| Усього за змістові модулі | 60 | 22 | 10 | 22 | 10 |  |  | 68 | 80 | 24 | 36 | 60 |
| Підсумковий семестровий контроль:**екзамен** | 30 |  |  |  |  |  | 30 | 30 |  |  | 40 |
| Загалом | **90** | **100** |

1. **Теми лекційних занять**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № змістового модуля | Назва теми | Кількістьгодин |
| о/дф. | з/дистф. |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| 1 | Медіакомунікації у системі соціальних технологій. Соціокультурний простір українського суспільства | 4 | 2 |
| 2 | Типологічна система технологій медіакомунікацій | 6 | 2 |
| 3 | Іміджмейкінг як технологія формування іміджу та професійна діяльність | 6 | 2 |
| 4 | Пропаганда та контрпропаганда як політична діяльність. Особливості пропагандистських кампаній в епоху постмодерну | 6 | 4 |
| Разом | 22 | 10 |

**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 | Теоретичне завдання – ознайомитися зі специфікою соціокультурного простору та місця у ньому медіакомунікацій | Питання для підготовки: Поняття «технологія» та «медіакомунікація» у сучасному гуманітарному знанні. Концепти «соціальна технологія» та «соціальний інжиніринг». Сучасні концепції технології. Складові реалізації технології. Соціальні технології та їх класифікація. Ознаки та критерії соціально-комунікаційних технологій. | Критерії оцінювання розміщено на платформі Moodlе: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=15204 | **6** |
| Практичне завдання – Оберіть для аналізу одну з соціальних інституцій українського суспільства (політичну, економічну, культурно-виховну, родинну, релігійну) та визначте, які СКТ найактивніше використовуються нею. З чим це пов’язано? | Вимоги до виконання та оформлення: завдання подати як презентацію | Критерії оцінювання розміщено на платформі Moodlе: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=15204 | **8** |
| **Усього за ЗМ 1****контр.****заходів** | **2** |  |  | 14 |
| 2 | Теоретичне завдання – опитування й обговорення ключових моментів теми; тестування на платформі MOODLE, проведення ділової гри | Питання для підготовки: Поняття «комунікативні технології», «комунікаційні технології» та їх диференціація. Основні підходи до класифікації соціально-комунікаційних технологій. Класифікація соціально-комунікаційних технологій за сферою розповсюдження. Класифікація соціально-комунікаційних технологій за об’єктом впливу. Класифікація соціально-комунікаційних технологій за типом цільової орієнтації. Класифікація соціально-комунікаційних технологій за функціональним показником | Критерії оцінювання розміщено на платформі Moodlе: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=15204 | 6 |
| Практичне завдання – Здійсніть порівняльну характеристику технологій політичної пропаганди, політичного паблік рилейшнз та політичного маркетингу. Результати пошуку візуалізуйте за допомогою схем, таблиць або графіків.  | Вимоги до виконання та оформлення: завдання подати як презентацію | Критерії оцінювання розміщено на платформі Moodlе: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=15204  | 8 |
| **Усього за ЗМ 2****контр.****заходів** | 2 | … | … | 14 |
| 3 | Теоретичне завдання – опитування й обговорення ключових моментів теми; тестування на платформі MOODLE, проведення ділової гри | Питання для підготовки – Зовнішність як біологічний компонент іміджу. Складові зовнішності людини. Біологічні та соціальні ознаки особистості як першоджерела формування іміджу та стилю. Мода й краса як чинники формування біологічного компоненту іміджу. Габітарний імідж особистості: технології створення. Основи кольоропсихології. Типи кольорової поведінки (концепція М. Люшера). Типологія кольорового іміджу людини К.Джексон: весна, літо, зима, осінь. Роль одягу та костюму у презентації іміджу людини. Стратегії самопрезентації в одязі. Вибір стилю одягу. Різновиди стилів. Вибір манери вбрання за критеріями: ставлення до моди та традицій, демонстративні мотиви вибору одягу, потреби у виборі одягу, кількість одягу, параметри конституції людини. | Критерії оцінювання розміщено на платформі Moodlе: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=15204… | 6 |
| Практичне завдання – Підготуйте портфоліо для кожного стилю одягу – класичного, романтичного, фольклорного, спортивного.Визначте кольоротип своєї зовнішності за запропонованим нижче тестом. Поміркуйте, як зміниться ваш кольоротип та образ після процедури перефарбування волосся? Для наочності скористайтеся програмою комп’ютерного моделювання. | Вимоги до виконання та оформлення: завдання подати як презентацію. | Критерії оцінювання розміщено на платформі Moodlе: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=15204  | 10 |
| **Усього за ЗМ 3****контр.****заходів** | 2 |  |  | 16 |
| 4 | Теоретичне завдання – опитування й обговорення ключових моментів теми; тестування на платформі MOODLE, ділова гра | Питання для підготовки – Пропаганда як соціально-психологічний та комунікаційний феномен. Стратегічна мета та тактичні цілі пропаганди. Історія розвитку пропаганди та контрпропаганди як політичної діяльності. Особливості пропагандистських кампаній в епоху постмодерну. Моделі пропаганди: механістична (тоталітарна), маніпулятивна (релятивістська), діалогова (демократична, конструктивна). Класифікація різновидів пропаганди та їх аналіз. Класичні методи пропаганди – «азбука пропаганди» (Інститут пропаганди, США, 1939 р.): навішування ярликів (name calling), перенесення (transfer), рекомендації, посилання на авторитети (testimonial), гра у простацтво (plain folks), приєднання до більшості, «ефект фургона з оркестром» (band wagon effect), сяючі узагальнення (glittering generalities), підтасування карт (card stacking). Універсальні методи пропаганди: переконання (принципи повторення, несуперечності, первинності інформації), спрощення, замовчування, вигаданий факт, пряме і непряме коментування, двостороння аргументація, напівправда, інсинуація, інформаційне дроблення й перевантаження, інформаційно-пропагандистська індукція, семантичне маніпулювання, політичний евфемізм, дифамація. | Критерії оцінювання розміщено на платформі Moodlе: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=15204 | 6 |
| Практичне завдання – Складіть портфоліо (ілюстративну базу) найосновніших методів пропаганди (10 прикладів) | Вимоги до виконання та оформлення: матеріал подати як презентацію. | Критерії оцінювання розміщено на платформі Moodlе: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=15204 | 10 |
| **Усього за ЗМ 4****контр.****заходів** | 2 |  |  | 16 |
| **Усього за змістові модулі контр.****заходів** | **8** |  |  | **60** |

**8. Підсумковий семестровий контроль**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Форма  | Види підсумкових контрольних заходів | Зміст підсумкового контрольного заходу | Критерії оцінювання | Усього балів |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| **Залік**  | Теоретичне завдання: продемонструвати базові знання у галузі медіакомунікацій | Питання для підготовки:1. Медіакомунікації у системі соціальних технологій. Соціокультурний простір українського суспільства
2. Поняття «технологія» та «медіакомунікація» у сучасному гуманітарному знанні.
3. Сучасні концепції технології. Складові реалізації технології. Соціальні технології та їх класифікація. Ознаки та критерії соціально-комунікаційних технологій.
4. Типологічна система технологій медіакомунікацій
5. Поняття «комунікативні технології», «комунікаційні технології» та їх диференціація.
6. Основні підходи до класифікації соціально-комунікаційних технологій.
7. Іміджмейкінг як технологія формування іміджу та професійна діяльність
8. Іміджмейкінг як особлива практична галузь іміджології. Основні підходи до розуміння поняття “іміджмейкінг”.
9. Іміджмейкінг як комунікаційна технологія та система. Складові іміджмейкінгу (концепція О. Панасюка).
10. Специфіка професії іміджмейкера. Професійні орієнтири іміджмейкера.
11. Типологія соціальної перцепції.
12. Перцептивне спілкування. Соціальні стереотипи й аттітюди (установки) у процесі іміджування. Соціально-психологічні феномени трансляції й сприйняття іміджу: інтуїція, хіндсайт, соціальні очікування, фундаментальна помилка атрибуції, установка, переконання, оцінка.
13. Психологія впливу та іміджування. Соціально-психологічний інструментарій іміджування та його вплив на аудиторію.
14. Пропаганда та контрпропаганда як політична діяльність. Особливості пропагандистських кампаній в епоху постмодерну
15. Пропаганда як соціально-психологічний та комунікаційний феномен.
16. Стратегічна мета та тактичні цілі пропаганди. Історія розвитку пропаганди та контрпропаганди як політичної діяльності.
17. Особливості пропагандистських кампаній в епоху постмодерну.
18. Моделі пропаганди: механістична (тоталітарна), маніпулятивна (релятивістська), діалогова (демократична, конструктивна).
19. Класифікація різновидів пропаганди та їх аналіз.
20. Класичні методи пропаганди – «азбука пропаганди» (Інститут пропаганди, США, 1939 р.): навішування ярликів (name calling), перенесення (transfer), рекомендації, посилання на авторитети (testimonial), гра у простацтво (plain folks), приєднання до більшості, «ефект фургона з оркестром» (band wagon effect), сяючі узагальнення (glittering generalities), підтасування карт (card stacking).
21. Універсальні методи пропаганди: переконання (принципи повторення, несуперечності, первинності інформації), спрощення, замовчування, вигаданий факт, пряме і непряме коментування, двостороння аргументація, напівправда, інсинуація, інформаційне дроблення й перевантаження, інформаційно-пропагандистська індукція, семантичне маніпулювання, політичний евфемізм, дифамація.
 | Під час заліку викладачка буде дотримуватися таких критеріїв оцінювання усної відповіді: демонстрування студентом знання теоретичних основ масових комунікацій; знань цілісність, систематичність, логічна послідовність викладу матеріалу; повнота розкриття питання; уміння формулювати власне ставлення до проблеми, робити аргументовані висновки; опрацювання сучасних наукових інформаційних джерел.Критерії оцінювання розміщено на платформі Moodlе: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=1678 | **20** |
|  |  |  |  |
| Практичне завдання: Розробити презентацію у Microsoft PowerPoint на одну із запропонованих тем | 1. Політична пропаганда як засіб утвердження та функціонування тоталітарного режиму.
2. Особливості впливів політичної пропаганди у демократичних режимах.
3. Мистецькі форми пропагандистського впливу: архітектура і образотворче мистецтво у пропаганді.
4. Монументальна, плакатна, театральна та музична пропаганда.
5. Популяризація та поширення ідей у суспільній свідомості через масову культуру.
6. Пропагандистські засоби впровадження та передачі образів, ідей або інформації (образ жінки у різні соціокультурні епохи).
7. Канали пропаганди під час первинної та вторинної соціалізації особистості.
8. Особливості формування політичних переконань у дітей.
9. Пропаганда в казках та дитячій мультиплікації.
10. Історія радянської пропаганди у мультиплікації.
11. Американська пропаганда в мультиплікації.
12. Аніме як форма японської пропаганди.
13. Роль комп’ютерної гри у формуванні особистості.
14. Пропаганда у комп’ютерних іграх.
15. Компютерні ігри як засіб впровадження політичних стереотипів.
16. Роль дитячого кіно в політичному вихованні.
17. Радянські букварі як засіб впровадження радянської ідеології.
18. Форми набуття політичної ідентичності у підлітковому віці.
19. Телевізійні серіали як форми пропаганди та стерео типізації мислення.
20. Віртуальні спільноти та їх вплив на норми і цінності сучасної молоді.
21. Політизація міжнародних спортивних подій.
22. Пропаганда спорту та здорового засобу життя.
23. Освіта як складова державної політики та ідеології.
24. Іграшки як форми стереотипізації суспільного буття особистості.
 | Максимальна кількість балів **–** 20 здобувається студентами за умови дотримання алгоритму іміджмейкінгу політичного діяча та дотримання мовностилістичних норм української мови. Зниження загального балу відбувається за наявності концептуальних помилок задуму проєкту, непрофесійного володіння українською мовою.Більш детальну інформацію та зразки проєктів попередніх років можна знайти за посиланням: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=15204 | **20** |
| Усього за підсумковий семестровий контроль |  | **40** |

**9. Рекомендована література**

**Основна**

1. Бондаренко І. С. Іміджелогія у системі гуманітарних знань: культурно-освітні стратегії: монографія. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2016. 320 с. (ISBN 978-966-599-541-8).
2. Джеймс Лалл. Мас-медіа, комунікація, культура. Глобальний підхід. Київ : К.І.С., 2002. 264 с.
3. Кара-Мурза С. Г. Власть манипуляции. Москва : Академический проект, 2007. 380 с.
4. Квіт С. Масові комунікації: Підручник. Kиїв : Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2008. 206 c.
5. Кіслов Д. В. Інформаційні війни: монографія. Київ : Віпол, 2013. 300 с.
6. Королько В. Г. Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика. Київ : Скарби, 2001. 400 с.
7. Матвиенко В. Я. Социальные технологии. Київ : Українські прометеї, 2000. 446 с.
8. Макаренко Є. А. Європейська інформаційна політика. Київ : Наук.-видав. центр „Наша культура і наука”, 2000. 368 с.
9. 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.
10. Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXІ століття. Київ : Видавничий дім “КМА”, 2017. 260 с.
11. Почепцов Г. Г. Комунікативний інжиніринг: теорія і практика: навч. посіб. Київ : Альтпрес, 2008. 408 с.
12. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. Москва : „Реал- бук”, К.: „Ваклер”, 2001. 656 с.
13. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии ХХ века. Москва : „Реал-бук”, Київ : „Ваклер”, 2001. 352 с.
14. Почепцов Г. Г. Информационные войны. Москва : Изд-во „Люберецкая газета”, 2001. – 574 с.
15. Прикладні соціально-комунікаційні технології: теорія та практика : монографія / [І. Г. Абрамова, В. В. Березенко, І. С. Бондаренко та ін.]; за заг. ред. В. М. Манакіна; відп. ред. В. В. Березенко, О. О. Семенець. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2016. 332 с.
16. Різун В. В. Маси: текст лекцій. Київ : Вид. центр „КУ”, 2003. 118 с.
17. Скуленко М. И. Журналистика и пропаганда. Київ : Вища школа, 1987. 117с.
18. Скуленко М. И. История политической пропаганды. Київ: Либідь, 1990. 164 с.
19. Соціальні технології: заради чого? яким чином? з яким результатом?: монографія / колектив авторів, наук. ред. В. І. Подшивалкіна. Одеса : Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, 2014. 546 с.
20. Стоцький В. В. Комунікативні технології у політичному дискурсі ЗМІ в Україні: автореф. дис. … канд. політ. : 23.00.02. Одеса, 2010. 20 с.
21. Суїменко Є. І. Соціальна інженерія. Експериментальний курс лекцій: навч. посіб. Київ : Ін-т соціології НАН України, 2011. 224 с.
22. Сурмин Ю. П. Теория социальных технологий: учеб. пособие. Киев : МАУП, 2004. 608 с.

41. Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій: навч. посіб.; В. М. Петрик [та ін.]. Київ : Росава, 2006. 208 c.

42. Холод О. М. Комунікаційні технології: підручник. Київ : «Центр учбової літератури», 2013. 213 с.

43. Шведа Ю. Р. Політичні партії у виборах: теорія та практика виборчої кампанії: навч.-метод. посіб. Київ : Знання, 2012. 373 с.

44. Шепель В. М. Профессия имиджмейкер. Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. 523 с.

45. Яковлєва Н. І. Пропаганда як складова політичної комунікації: автореф. дис. … канд. політ. : 23.00.02. Київ, 2010. 20 с.

**Додаткова**

1. Барт Р. Мифологии [пер. с фр., вступ. ст. и коммент. С.Н. Зенкина]. Москва: Изд-во имени Сабашниковых, 1996. 312 с.
2. Гриценко О., Шкляр В. Основи теорії міжнародної журналістики. Київ: Вид.-полігр. Центр “КУ”, 2002. 304 с.
3. Зернецька О.В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. Київ : Освіта, 1999. 351 с.
4. Шепель В.М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния. 2-е изд., перераб и доп Київ : Культура и спорт, ЮНИТИ, 1997. 339с.
5. Сотникова С.И. Управление карьерой: учебное пособие. Москва : ИНФРА-М, 2001. 408 с.
6. Перелыгина Е.Б. Психология имиджа: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2002. 223с.
7. Горчакова В.Г. Прикладная имиджелогия. Р н/Д : Феникс, 2010. 478 с.
8. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. Москва : Алгоритм, 2000. 369 с.
9. Gaber I. Government by spin: An analysis of the process. Media, Culture and Society. 2000. 22(4). Рр. 507-518.
10. Ewart J. Social Technologies and Collective Intelligence: Monograph. Vilnius : Mykolas Romeris University, 2015. 628 p.
11. Marx L. Technology The Emergence of a Hazardous Concept. Technology and Culture. 2010. Vol. 51. N. 3. Рp. 561-577. DOI : 10.1353/tech.2010.0009.
12. Mitcham С. Thinking through Technology: The Path between Engineering and Philosophy. University Of Chicago Press, 1994. URL : http://lib1.org/\_ads/D2224107CBAB9F69FE32E52F1EECDB75.
13. Tamošiūnaitė R. Socialinių technologijų taikymo galimybės gyventojų dalyvavimui viešojo valdymo sprendimų priėmimo procesuose: daktaro disertacija. Vilnius, Lituania: Mykolas Romeris University, 2018. 222 р.
14. Tamošiūnaitė R., Skaržauskaitė М. Theoretical Insights for Developing the Concept of Social Technologies. Social Тechnologies. 2012/ 2(2). Рp. 263-272. URL : https://www3.mruni.eu/ojs/social-technologies/article/view/198/189.
15. Valentini C. Spin Doctoring. The International Encyclopedia of Political Communication. 2016. Рр. 1-5. DOI :10.1002/9781118541555.wbiepc035.
16. Wieckowski, A. T., White, S. W. Application of technology to social communication impairment in childhood and adolescence. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*. 2017. Vol. 74. Рр. 98-114. DOI :10.1016/j.neubiorev. 2016.12.030.

**Доповнення та зміни до робочої програми навчальної дисципліни**

**«. Теорія масової комунікації. Комунікаційні технології»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Протокол засідання кафедри  (дата та номер) | Внесені зміни | Підпис завідувача кафедри, дата |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |