

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА  
Навчально-науковий інститут журналістики  
Кафедра телебачення і радіомовлення

«ЗАТВЕРДЖУЮ»  
Заступник директора  
з навчально-виховної роботи  
Віталій КОРНІЄВ  
ІНСТИТУТ  
ЖУРНАЛІСТИКИ  
2022 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Медіавиробництво з журналістики та соціальної комунікації:  
продукт за вибором  
для студентів

галузь знань: 06 журналістика  
спеціальність: 061 журналістика  
освітній рівень: перший, бакалавр  
освітньо-професійна програма: *журналістика та соціальна комунікація*  
дисципліна: обов'язкова

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2022/2023
Семестр	5,6
Кількість кредитів ECTS	10
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Форма заключного контролю	іспит

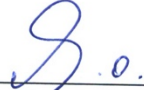
Пролонговано: на 20<sup>23</sup>/20<sup>24</sup> н.р. *Віталій Корнієв* «31» 08 20<sup>23</sup>.  
на 20\_\_/20\_\_ н.р. (\_\_\_\_\_) «\_\_» 20\_\_ р.

КИЇВ – 2022

---

Розробник: **Людмила ФЕДОРЧУК**, кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри телебачення і радіомовлення

ЗАТВЕРДЖЕНО  
Зав. кафедри телебачення і радіомовлення

  
\_\_\_\_\_  
(Олесь ГОЯН)  
Протокол № 11 від «24» червня 2022 р.

Схвалено науково-методичною комісією Навчально-наукового інституту  
журналістики  
Протокол від «29» серпня 2022 року №1

Голова науково-методичної комісії Навчально-наукового інституту  
журналістики   
\_\_\_\_\_  
(Анастасія ВОЛОБУЄВА)  
29 серпня 2022 р.

© Федорчук Л.П., 2022

## **1. Мета навчальної дисципліни:**

Дисципліна забезпечує набуття студентами комплексу компетентностей, необхідних для опанування студентами теоретичних та практичних засад виробництва аналітичних на художньо-публіцистичних продуктів для медіа різних типів (онлайн, друкованих, аудіовізуальних).

## **2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни (за наявності):**

1. знання фундаментальних основ журналістської діяльності;
2. теоретичні знання і практичні навички виготовлення новинного контенту і продукту;
3. володіння основами медіаграмотності і критичного мислення;
4. вміння працювати у команді.

## **3. Анотація навчальної дисципліни.**

Під час навчання студенти опановують специфіку виробництва аналітичних та художньо-публіцистичних продуктів для різних типів медіа. Ця дисципліна розширює інтелектуальні горизонти, формує здатність аналізувати великі обсяги інформації і презентувати результати досліджень відповідно до типу медіа, працювати в команді, бути відповідальним за кінцевий продукт.

Дисципліна включає знання специфіки журналістської аналітики, художньої публіцистики, різноманітності їх жанрових форм, володіння навичками роботи із різними джерелами інформації, з відкритими базами даних і навички виробництва конкурентноспроможного і суспільнокорисного кінцевого продукту з урахуванням аудиторії для різних видів редакції із різною тематикою.

## **4. Завдання (навчальні цілі) дисципліни:**

1. навчити робити моніторинг інформації на медіаринку для створення продукту (відео, аудіо, мультимедійного, текстового);
2. навчити верифікувати відео, аудіо, мультимедійний і текстовий контент;
3. навчити створювати аналітичний і художньо-публіцистичні продукти відповідно до жанрів і каналів поширення;
4. відпрацювати вміння співпрацювати в команді відповідного типу медіа;
5. надати знання про основні способи вивчення аудиторії певних типів медіа.

**Дисципліна спрямована на досягнення таких загальних і спеціальних компетентностей:**

\*ЗК11 Здатність спілкуватися державною мовою

СК09(ЖСК). Здатність створювати медіапродукт у сфері відображення економічних, правових, політичних питань, питань культури та мистецтва, соціальних питань, питань міжнародних відносин та інших видів діяльності.

\*СК08(ЖСК). Здатність формувати інформаційний контент у сфері економіки, права, культури та мистецтва, соціальних питань, міжнародних відносин та інших видів діяльності.

(\* - можлива, супровідна відповідність компонента компетентності)

### 5. Результати навчання за дисципліною:

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання	Методи оцінюван ня та <u>порогов</u> <u>и</u> критерій оцінюван ня	Відсоток у підсумкові й оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
<b>Знати</b>				
1.1	Знати особливості аналітичних та художньо-публіцистичних продуктів (об'єкт, цілі, результат) для різних типів медіа. Володіти жанровою різноманітністю аналітики та художньої публіцистики.	практичні, самостійн а робота	іспит	15%
1.2	Знати специфіку каналів поширення аналітичних і художньо-публіцистичних медіапродуктів.	практичні, самостійн а робота	завдання на практични х, іспит (на вибір викладача )	15%
<b>Вміти</b>				
2.1	Вміти визначати актуальні теми; працювати з першоджерелами; верифікувати знайдену інформацію; встановлювати причинно-наслідкові зв'язки між подіями, визначати значимість події/явища/ситуації; шукати експертів і інтерв'ювати їх.	практичні, самостійн а робота	Виконанн я практичн их завдань	15%
2.2	Вміти використовувати жанрову різноманітність аналітичної і художньо-публіцистичної журналістики;	практичні, самостійн а робота	Виконанн я практичн их завдань	15%



каналу поширення чи платформи оприлюднення у сфері відображення економічних, правових, політичних питань, питань культури та мистецтва, соціальних питань, питань міжнародних відносин та інших видів діяльності.										
*ПР11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.			+		+	+	+	+		+
*ПР20(ЖСК). Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації у сфері відображення економіки, права, політики, культури та мистецтва, соціальних питань, міжнародних відносин та інших видів діяльності.			+		+	+	+			

## 7. Схема формування оцінки.

Контроль знань здійснюється за системою ECTS, яка передбачає дворівневе оцінювання засвоєного матеріалу, зокрема оцінювання теоретичної підготовки – результати навчання (знання 1.1, 1.2), що складає 30% від загальної оцінки, та оцінювання практичної підготовки – результати навчання (вміння 2.1-2.4); (комунікація 3.1, 3.2); (автономність та відповідальність 4.1-4.2), що складає 70% загальної оцінки.

*Схема формування оцінки в 5 семестрі.*

У п'ятому семестрі дисципліна «Медіавиробництво з журналістики та соціальної комунікації: продукт за вибором» читається викладачами **кафедри преси та кафедри історії журналістики**. Структурно складається з двох змістових модулів: 1) «Текстовий медіапродукт: аналітика»; 2) «Текстовий медіапродукт: художня публіцистика». Підсумковий модульний контроль – іспит. За підсумками семестру студент може набрати максимально 100 балів.

1 модуль

Практичні роботи та завдання до самостійної роботи – 15/8

Модульна робота (текст аналітика) – 15/10

2 модуль

Практичні роботи та завдання до самостійної роботи – 15/8

Модульна робота (текст публіцистика) – 15/10

Підсумкові бали: 1 модуль плюс 2 модуль дорівнює 60 балів, тобто  $30+30=60$ .

*Схема формування оцінки в 6 семестрі.*

У шостому семестрі дисципліна читається викладачами **кафедри телебачення і радіомовлення та кафедри мультимедійних технологій та медіадизайну**. Структурно складається з трьох змістових модулів: 3) «Аудіовізуальний медіапродукт: аналітика»; 4) «Аудіовізуальний медіапродукт: художня публіцистика»; 5) «Медіадизайн. Постпродакшн». Підсумковий модульний контроль – іспит. За підсумками семестру студент може набрати максимально 100 балів.

3 модуль

Практичні роботи та завдання до самостійної роботи – 9/5

Модульна робота (телерадіо аналітика) – 15/10

4 модуль

Практичні роботи та завдання до самостійної роботи – 9/5

Модульна робота (телерадіо публіцистика) – 15/10

5 модуль

Практичні роботи та завдання до самостійної роботи – 9/4,5

Модульна робота (тест) – 3/1,5

Підсумкові бали: 1 модуль плюс 2 модуль плюс 3 модуль дорівнює 60 балів, тобто  $24+24+12=60$ .

Кількість балів під час навчального періоду формують бали, отримані здобувачем у процесі засвоєння матеріалу з усього навчального курсу. Загальна оцінка під час навчального періоду складаються із балів, отриманих за виконання практичних завдань та завдань для самостійної роботи. Всі ці види робіт за семестр мають у підсумку:

- в максимальному вимірі - 60 балів;
- в мінімальному вимірі - 36 балів.

Упродовж кожного семестру студент має виготовити три медіапродукти різних жанрів аналітичної та художньо-публіцистичної груп.

**Семестрове оцінювання у 5-му семестрі.**

1. Практичні роботи та завдання до самостійної роботи (10 робіт в обох модулях): *PH 2.1, PH 2.2, PH 3.1, PH 3.2, PH 4.1, PH 4.2* – 3/1,6 бала за кожен (в сумі 30 балів максимально).

2. Модульна робота з Тем 1.1 і 1.2 (текст аналітика): *PH 2.1, PH 2.2* – 15/10 балів.

3. Модульна робота з Тем 2.1 і 2.2 (текст публіцистика): *PH 2.1, PH 2.2* – 15/10 балів.

**Змістовий модуль 1. Текстовий медіапродукт: аналітика**

Роботи за період навчання	Кількість балів за період навчання	
		Мах – 30 балів
Практичні роботи та завдання до самостійної роботи	5x1,6=8	5x3=15
Модульна робота (текст аналітика)	10	15
<b>Загальні бали за період навчання</b>	<b>18</b>	<b>30</b>

**Змістовий модуль 2. Текстовий медіапродукт: художня публіцистика**

Роботи за період навчання	Кількість балів за період навчання	
		Мах – 30 балів
Практичні роботи та завдання до самостійної роботи	5x1,6=8	5x3=15
Модульна робота (текст публіцистика)	10	15
<b>Загальні бали за період навчання</b>	<b>18</b>	<b>30</b>

**Підсумкове оцінювання:**

- у 5-му семестрі іспит (*PH 1.1, PH 1.2, PH 2.3, PH 2.4*) являє собою захист третього медіапродукту. Захист включає обґрунтування вибору теми, актуальності, пояснення відповідності зазначеному жанру, опис способів поширення продукту та його цільової аудиторії. Максимальна кількість балів за іспит – **40**.

Для отримання загальної позитивної оцінки з дисципліни оцінка за екзамен не може бути меншою 24 балів.

Розрахунок для 5-го семестру:

	Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Іспит	Підсумкова оцінка
	18	18	24	60
<b>Максимум</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

**Семестрове оцінювання у 6-му семестрі:**



1. Практичні роботи та завдання до самостійної роботи (9 робіт, по три у кожному з трьох модулів): *РН 2.1, РН 2.2, РН 3.1, РН 3.2, РН 4.1, РН 4.2* – 3/1,6 бала за кожен у модулі 3 і 4; - 3/1,5 бала за кожен у модулі 5.
2. Контрольна робота з Тем 3.1 і 3.2 (тест): *РН 1.2* –3/1,5 бала
3. Модульна робота з Тем 1.1 і 1.2 (телерадіо аналітика): *РН 2.1, РН 2.2* – 15/10 балів
4. Модульна робота з Тем 2.1 і 2.2 (телерадіо публіцистика): *РН 2.1, РН 2.2* –15 /10 балів.

**Змістовий модуль 3. Аудіовізуальний медіапродукт: аналітика**

Роботи за період навчання	Кількість балів за період навчання	
		Мах – 24 балів
Практичні роботи та завдання до самостійної роботи	3x1,6=4,8 (5)	3x3=9
Модульна робота (телерадіо аналітика)	10	15
<b>Загальні бали за період навчання</b>	15	24

**Змістовий модуль 4. Аудіовізуальний медіапродукт: художня публіцистика**

Роботи за період навчання	Кількість балів за період навчання	
		Мах – 24 балів
Практичні роботи та завдання до самостійної роботи	3x1,6=4,8 (5)	3x3=9
Модульна робота (телерадіо публіцистика)	10	15
<b>Загальні бали за період навчання</b>	15	24

**Змістовий модуль 5. Медіадизайн. Постпродакшн**

Роботи за період навчання	Кількість балів за період навчання	
		Мах – 12 балів
Практичні роботи та завдання до самостійної роботи	3x1,5=4,5	3x3=9
Модульна контрольна робота (тест)	1x1,5=1,5	1x3=3
<b>Загальні бали за період навчання</b>	6	12

**Підсумкове оцінювання:**

- у 6-му семестрі іспит (PH 1.1, PH 1.2, PH 2.3, PH 2.4) - це захист третього медіапродукту. Це може бути як індивідуальний кінцевий продукт, так і спільний для групи, яка працювала у модулі 5 як редакція. Захист включає обґрунтування вибору теми, актуальності, пояснення відповідності зазначеному жанру, опис способів поширення продукту та його цільової аудиторії. Максимальна кількість балів за іспит – 40.

Розрахунок для 6-го семестру:

	Змістовий модуль 3	Змістовий модуль 4	Змістовий модуль 5	Іспит	Підсумкова оцінка
Мінімум	15	15	6	24	60
Максимум	24	24	12	40	100

Для отримання загальної позитивної оцінки з дисципліни оцінка за екзамен не може бути меншою 24 балів.

Умовами допуску до іспиту є успішне проходження семестрового оцінювання, тобто виконання практичних завдань та модульних робіт (два продукти різних жанрів аналітичної та художньо-публіцистичної груп). Рекомендований мінімум за семестрове оцінювання – 36 балів, критично-розрахунковий мінімум – 20 балів.

Студент/студентка до іспиту не допускається, якщо під час семестру набрав/набрала менше ніж 20 балів. В такому разі у призначений викладачем термін (але не пізніше, ніж тиждень до іспиту) студент має скласти один медіапродукт, виготовлений за всіма вимогами.

## 7.2. Організація оцінювання

**Змістовий модуль 1.** Текстовий медіапродукт: аналітика

Після завершення змістового модулю проводиться модульна робота на практичному занятті у вигляді захисту проекту – максимально 15 балів.

Орієнтовні критерії оцінювання Модульної роботи №1 (текст аналітика).

- Точність (джерела інформації, експертна база) - 4
- Повнота інформації (глибина аналізу) - 5
- Структура тексту, композиція - 1
- Стиль викладу - 1
- Грамотність - 2
- Обсяг матеріалу - 1
- Відповідність жанру - 1

Вагу кожного критерію викладач може змінити, але загальний максимум при цьому зберігається.

**Змістовий модуль 2.** Текстовий медіапродукт: художня публіцистика

Після завершення змістового модулю проводиться модульна робота на практичному занятті у вигляді захисту проекту – максимально 15 балів.

Орієнтовні критерії оцінювання Модульної роботи №2 (текст

публіцистика).

- Точність (джерела інформації, експертна база) - 3
- Повнота інформації (глибина аналізу) - 3
- Структура тексту, композиція - 2
- Стиль викладу, образність - 3
- Грамотність - 2
- Обсяг матеріалу - 1
- Відповідність жанру - 1

Вагу кожного критерію викладач може змінити, але загальний максимум при цьому зберігається.

Критерії оцінювання **екзаменаційної роботи** за 5-й семестр.

Екзаменаційна робота складається з 2-х частин: виготовлення продукту(нарису) та його захист (обґрунтування) на екзамені.

Критерії оцінювання тексту нарису, всього **30 балів**:

1. Назва (креативність, лаконічність, до 5 слів) – 5 балів

2. Наявність структурних елементів:

- експозицію сюжетних ліній (пролог) – частина обсягом 1-2 абзаци, в якій описується стан справ і враження автора на момент зустрічі з героєм – 3 бали;

- зав'язка – частина, в якій описується те, що відбувалося раніше в житті героя, до переломного моменту – 3 бали;

- кульмінація (конфлікт) – частина, де описується ситуація, переломний момент, під час якого герой робить вибір діяти інакше, ніж до цього – 3 бали;

- розв'язка – частина, в якій описується розвиток подій після кульмінації – 3 бали;

- епілог (який часто називають «замість епілога») – частина, яку можна назвати «післямова», P.S., де автор повідомляє якісь особливі факти про героя, його думки, висловлювання з приводу тощо.

Містить філософське узагальнення, висновки – 3 бали

3. Грамотність, образність, метафоричність тексту – 10 балів

Захист роботи на екзамені – обґрунтування вибору теми і героя нарису, цінності/цікавості/важливості матеріалу для аудиторії – **10 балів**.

**Змістовий модуль 3.** Аудіовізуальний медіапродукт: аналітика

Орієнтовні критерії оцінювання Модульної роботи №1 (телерадіо аналітика). Максимально 15 балів.

- Оригінальність відео/аудіо 4
- Монтаж 2
- Точність (джерела інформації) - 2
- Повнота інформації (експертна база, глибина аналізу) - 4
- Логічність побудови - 1
- Грамотність - 1
- хронометраж- 1

Вагу кожного критерію викладач може змінити, але загальний максимум при цьому зберігається.

**Змістовий модуль 4.** Аудіовізуальний медіапродукт: художня публіцистика

Орієнтовні критерії оцінювання Модульної роботи №2 (телерадіо публіцистика). Максимально 15 балів.

- Оригінальність відео/аудіо 4
- Монтаж 2
- Стиль автора, образність - 2
- Повнота розкриття героя/теми) - 4
- Композиція - 1
- Грамотність - 1
- Хронометраж - 1

Вагу кожного критерію викладач може змінити, але загальний максимум при цьому зберігається.

**Змістовий модуль 5.** Медіадизайн. Постпродакшн

Після завершення змістового модуля проводиться модульна контрольна робота на практичному занятті у вигляді тесту.

Тест вважається зарахованим, якщо студент правильно відповів на половину питань. Зміст і число питань визначає викладач модуля. Максимальна кількість балів – 3 бали.

Критерії оцінювання **екзаменаційної роботи** за 6-й семестр.

Екзаменаційна робота складається з 2-х частин: виготовлення продукту та його захист (обґрунтування) на екзамені.

Критерії оцінювання продукту, всього **30 балів:**

Назва продукту - 2

Актуальність теми - 3

Змістове наповнення - 12

Дизайн і візуальне оформлення продукту - 8

Грамотність, стиль тексту – 5

Вагу кожного критерію викладач може змінити, але загальний максимум при

цьому зберігається.

Захист роботи на екзамені – обґрунтування вибору теми, цінності/цікавості/важливості продукту для аудиторії, результати поширення продукту – **10 балів**.

Усі робочі матеріали та завдання, необхідні для засвоєння навчальної дисципліни, завантажуються у Гугл-клас. Студенти мають завантажити виконані роботи у терміни, зазначені для кожного завдання. На перевірку роботи викладачеві дається один робочий тиждень. Результати оцінених робіт студент отримує на свій акаунт.

Якщо студент з поважної причини пропустив практичне, то він має право його відпрацювати впродовж 14 календарних днів з моменту проведення практичного.

### 7.3 Шкала відповідності оцінок:

<b>Відмінно / Excellent</b>	90-100
<b>Добре/ Good</b>	75-89
<b>Задовільно/ Satisfactory</b>	60-74
<b>Незадовільно/ Fail</b>	0-59

## 8. Структура навчальної дисципліни. Тематичний план лекцій, практичних занять і самостійної роботи

	Назва теми	Лекції	Практичні	Самостійні
<b>Модуль 1. Текстовий медіапродукт: аналітика</b>				
1.1	Специфіка аналітичних жанрів в друкованих ЗМІ.	0	6	10
1.2	Практика підготовки навчальних публікацій аналітичних жанрів.	0	20	30
<b>Модуль 2. Текстовий медіапродукт: художня публіцистика</b>				
2.1	Специфіка художньо-публіцистичних жанрів в друкованих ЗМІ.	0	6	12
2.2	Практика підготовки навчальних публікацій художньо-публіцистичних жанрів.	0	18	18
	Загалом за 5-й семестр	0	50	70

	Назва теми	Лекції	Практичні	Самостійні
<b>Модуль 3. Аудіовізуальний медіапродукт: аналітика</b>				

1.1	. Специфіка аналітичних жанрів в електронних ЗМІ.	0	4	6
1.2	Практика підготовки навчальних аудіо і відеопродуктів аналітичних жанрів.	0	18	20
<b>Модуль 4. Аудіовізуальний медіапродукт: художня публіцистика</b>				
2.1	Специфіка художньо-публіцистичних жанрів в електронних ЗМІ.	0	4	4
2.2	Практика підготовки навчальних аудіо і відеопродуктів художньо-публіцистичних жанрів.	0	14	20
<b>Модуль 5. Медіадизайн. Постпродакшн</b>				
3.1	Основи медіадизайну.	0	10	12
3.2	Основи теле- і радіопрограмування. Способи вивчення аудиторії аудіовізуальних медіа.	0	8	8
3.3	Створення спільного медійного продукту (теле- або радіопрограми) і просування його.	0	22	30
Загалом за 6-й семестр		0	80	100

**Загальний обсяг** навчальної дисципліни

**10 кредитів** або 300 год., в тому числі:

Лекції – 0 год.

Практичні заняття – 120 год.

Самостійна робота – 180 год.

## **9. Рекомендовані джерела.**

### **ЗМІСТОВІ МОДУЛІ 1,2**

#### **Основна література:**

1. Ів Аньєс. Підручник із журналістики Київ : ВД «Києво-Могилянська академія», 2013. 544 с.

2. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і допов. / за ред. В. В. Різуна. Київ : ВПЦ "Київський університет", 2012. 352 с.

3. Кобинець А. В. Газета – соціотворча структура й підприємство Київ, 2020. 237 с. URL: [ГАЗЕТА – СОЦІОТВОРЧА СТРУКТУРА Й ПІДПРИЄМСТВО by Письменницький портал - Issuu](#) (дата звернення: 25.08.2022)

4. Радчик Р. В. Аналітичні жанри: навч. посіб. Київ : Дніпро, 2019. – 236 с.

#### **Додаткова:**

1. Вартанов Г. І. Засоби масової інформації: Короткий словник термінів і понять Київ : Грамота, 2005. 64 с.

2. Глушко О.К. Журналістське розслідування Київ, 2000. 104 с.

3. Гороховський О.М. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи: практичний посібник. Дніпро : ЛПРА, 2017. 133 с.

4. Дейвіс Н. Новини пласкої землі / пер. з англ. С.Андрухович Київ : Темпора, 2011. 548 с.

5. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості Львів: ПАІС, 2000. 180 с.

6. Іванова О., Мойсеєва О., Стеблина Н. Місцева преса: посібник для ЗМІ. Як регіональним журналістам працювати за часів нових медіа та кризи демократії / під ред. О. Іванової Київ : ТОВ «Бізнесполіграф», 2019. 232 с. URL : <http://www.ualocal.media> (дата звернення: 25.08.2022)

7. Кузнецова О. Д. Засоби масової комунікації: посібник / 2-е вид., перероб і доп. Львів : ПАІС, 2005. 200 с.

8. Михайленко В.М. Теорія твору й тексту: навч. посіб. Київ : Паливода А.В., 2013. 255с.

9. Михайлин І.Л. Журналістика. Словник-довідник. Київ : «Академвидав», 2013. 320 с.

10. Михайлин І. Г. Основи журналістики: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 496 с.

11. Москаленко А. З. Теорія журналістики. Київ, 1998. 336 с.

12. Недопитанський М. І., Карась М. А., Ільченко В. І. Уроки з журналістської практики: практ. посіб. Київ : Україна молода, 2010. 120 с.

13. Приступенко Т. О. Теорія журналістики: етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації / 2-ге вид. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2008. 334 с.

14. Радчик Р.В. Журналістський фах: інформаційні жанри: навч. посіб. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2015. 272 с.

### **ЗМІСТОВІ МОДУЛІ 3,4,5**

#### **Основна література:**

1. Голуб О.П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практ. посіб. / Інститут масової інформації. Київ : ТОВ «Софія-А», 2016. 184с.  
URL : <http://imi.org.ua/wpcontent/uploads/2017/06/Mediakompas.pdf> (дата звернення: 25.08.2022)

2. Гоян О.Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту : підручник Київ : ВПЦ «Київський університет», 2008. 272 с.

3. Єлісовенко Ю. Ораторське мистецтво: Постановка голосу й мовлення: навч. посібник Київ : Агіка, 2008. 204 с.

4. Єлісовенко Ю.П., Нагорняк М.В. Радіовиробництво: навч. посібник Київ, 2017. 302с.

5. Кафедра мого успіху: до 50-річчя кафедри телебачення і радіомовлення : навчальний посібник / ред.- упоряд., загал. ред. О. Я. Гояна Київ : Інститут журналістики, 2021. 170 с.

6. Крейг Ричард. Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора у нових ЗМІ: пер. з англ. / Пер. Андрій Іщенко. Київ : Києво-Могилянська академія, 2007. 324 с.



7. Кросмедіа: контент, технології, перспективи: моногр. / за заг.ред. В.Е.Шевченко Київ : ВПЦ "Київський університет", 2018. 319 с. URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/mono/cross.pdf> (дата звернення: 25.08.2022)
8. Лизанчук В.В. Основи радіожурналістики: підручник Київ : Знання, 2006. 628с.
9. Мой Д., Ордольфф М. Телевізійна журналістика/ за загал. ред. В. Ф. Іванова; пер. з нім. В. Климченка Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. 234 с. URL : [https://www.aup.com.ua/uploads/Televiziyna\\_jurnalistyka\\_2019.pdf](https://www.aup.com.ua/uploads/Televiziyna_jurnalistyka_2019.pdf) (дата звернення: 25.08.2022)
10. Потятиник Б.В. Інтернет-журналістика : навч.посіб. Львів : ПАІС, 2010. 246с.
11. Черемних І. В. Менеджмент телевізійної галузі в трансформаціях цифрової доби : монографія Київ : ТОВ «Видавнича компанія «КИТ», 2019. 476 с.
12. Черемних І. В. Телевізійний маркетинг: навч. посіб. Вид 2. Київ : ВПК Експрес-поліграф, 2018. 304 с.

**Додаткова:**

1. Журналістські розслідування: зб. навч.-метод. матеріалів / Укртелерадіопресінститут Київ, 2015.
2. Приступенко Т. О. Теорія журналістики: етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації. 2-ге вид., стер. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2008. 334 с.
3. Рендол Д. Універсальний журналіст / пер. з англ. Київ : «К.І.С.», 2007. 288 с. URL : [https://issuu.com/pubkis/docs/the\\_universal\\_journalist](https://issuu.com/pubkis/docs/the_universal_journalist) (дата звернення: 25.08.2022)
4. Сербенська О. А. Культура усного мовлення. Практикум : навч. посіб. Київ : Центр навч. літератури, 2004. 214с.

5. Телевізійна журналістика. Теорія і практика: навч. посіб. 2-е вид. Київ : Києво-Могилянська академія, 2009. 262 с.
6. Ситник О.В. Комунікативність композиційно-графічної моделі мережевого медіа як умова створення інформаційно-діяльнісного простору здійснення комунікації // Наукові записки Інституту журналістики. 2015. Т. 58. С. 140-147. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh\\_2015\\_58\\_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2015_58_24) (дата звернення: 25.08.2022)
7. Ситник О.В. Медіадизайн як інноваційний розвиток проектування // Проблеми сучасного підручника: зб. наук. праць / гол. ред. В. М. Мадзігон; наук. ред. О. М. Топузов Київ : Пед. думка, 2014. Вип. 14. С. 661– 667. URL : [http://ipvid.org.ua/upload/iblock/e34/e3491909c066a98c14450109610d5\\_95f.pdf](http://ipvid.org.ua/upload/iblock/e34/e3491909c066a98c14450109610d5_95f.pdf) (дата звернення: 25.08.2022)
8. Федорчук Л.П. Конвергенція як стратегія розвитку сучасних ЗМІ // Нова парадигма №97. 2011. С.49-54.
9. Ширман Р.Н. Алхимия режиссуры: Мастер-клас. Київ : ЗАО «Телерадиокуррьер», 2008. 448 с.
10. Що таке постпродакшн URL : <https://edpit.org/uk/blog-uk/shho-take-postprodakshn> (дата звернення: 25.08.2022)
11. Як визначити цільову аудиторію URL : <https://ideadigital.agency/blog/yak-viznachiti-tsilovu-auditoriyu/> (дата звернення: 25.08.2022)
12. Як і чому подкасти стали ефективним способом комунікації URL : <https://bazilik.media/iak-i-chomu-podkasty-staly-efektyvny-m-sposobom-komunikatsii/> (дата звернення: 25.08.2022)