

Силабус курсу
Проблеми сучасної медіагалузі

Ступінь вищої освіти – доктор філософії (PhD)

Галузь знань: 06 Журналістика

Спеціальність: 061 Журналістика

Освітньо-наукова програма «Журналістика»

Рік підготовки – 2, семестр – 3

Компонент освітньої програми: професійна підготовка

Кількість кредитів – 4

Дні занять: вівторок, 14.20-15.40, п'ятниця, 15.55-17.15, ауд. 93

Консультації: середа, 14.05, ауд. 93

Мова викладання: українська



Керівник курсу

доктор філологічних наук, професор Поплавська Наталія Миколаївна

Контактна інформація: poplav@tnpu.edu.ua

Опис дисципліни

Мета дисципліни «Проблеми сучасної медіа галузі» - формування у аспірантів системного підходу до процесів, що відбуваються в сучасному медіапросторі, підготовка до досвіду роботи в умовах, що постійно оновлюється, до постійної зміни алгоритму медіа підприємств у залежності від конкретних професійних обставин, аудиторії видання, типу медіа, посадової позиції, технологічних рамок і жанрової специфіки, а також адаптація науковця до ринкового запиту на журналіста і менеджера, вільно орієнтуватися в проблемах сучасності і вміти миттєво приймати адекватні редакційні рішення. ознайомлення із основними тенденціями і проблемами розвитку медіагалузі в Україні, показати основні алгоритми виходу медіапідприємств із проблемних ситуацій, що виникають в ході порушення основних етичних і юридичних аспектів роботи журналіста, а також:

- розвивати здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел, створювати та інтерпретувати нові знання у процесі виконання наукового дослідження; брати участь, розробляти і управляти проектами в галузі освіти та медіа
- поглибити знання у галузі журналістики щодо основних концепцій, розуміння теоретичних і практичних проблем, історії розвитку та сучасного стану наукових знань у сфері соціальних комунікацій, оволодіння термінологією з досліджуваного наукового напрямку;
- виробити навички аналізувати медіаконтент з погляду класичних та новітніх дослідницьких підходів, а також на основі відповідних загальнонаукових методів;

- сформувати здатність щодо ефективного використання сучасної методології дослідження, планувати і прогнозувати свій подальший професійний розвиток; збирати дані для свого дослідження, систематизувати та інтерпретувати їх;
- використовувати найбільш передові концептуальні та методологічні знання в галузі соціально-комунікаційної науково-дослідної діяльності на межі предметних галузей.

Предмет навчальної дисципліни – основні тенденції розвитку сучасної медіагалузі.

Навчальний контент

| Години | | | Теми | Результати навчання | Завдання |
|--------|------------|--------------------|---|---|---------------------------------------|
| лекції | прак-тичні | самос-тійна робота | | | |
| 2 | 2 | 7 | Тема 1. Медіагалузь й стратегічні особливості її розвитку в Україні. Сучасний стан і тенденції розвитку. | Поглибити знання у галузі журналістики щодо основних концепцій, розуміння теоретичних і практичних проблем, історії розвитку та сучасного стану наукових знань у сфері соціальних комунікацій, оволодіння термінологією з досліджуваного наукового напрямку. На основі системного наукового світогляду аналізувати складні явища суспільного життя, пов'язувати загальнофілософські проблеми з вирішенням завдань, що виникають у професійній та науково-інноваційній діяльності, застосовувати емпіричні й теоретичні методи пізнання. | Питання для обговорення, презентації. |
| 4 | 4 | 10 | Тема 2. Критерії визначення актуальних проблем медіагалузі: маніпуляцій, джинси, рекламних й іміджевих | Виробити навички аналізувати медіаконтент з погляду класичних та новітніх дослідницьких підходів, а також на основі відповідних | Питання для обговорення, презентації. |

| | | | | | |
|---|---|---|--|---|---------------------------------------|
| | | | матеріалів, корпоративних медіа, громадянської журналістики і блогінгу. | загальнонаукових методів. Уміти проводити огляд, критичний аналіз, оцінку й узагальнення різних наукових поглядів у галузі дослідження, формулювати й обґрунтовувати власну наукову концепцію. Аналізувати публікації у межах та поза областю дослідження.. | |
| 2 | 4 | 9 | Тема 3. «Свобода слова», «незалежність ЗМІ», суб'єктивні та об'єктивні фактори у висвітленні актуальних проблем сучасності. | Здатність розв'язувати широке коло проблем і завдань у галузі журналістики на основі тенденцій розвитку медіагалузі. На основі системного наукового світогляду аналізувати складні явища суспільного життя, пов'язувати загальнофілософські проблеми з вирішенням завдань, що виникають у професійній та науково-інноваційній діяльності, застосовувати емпіричні й теоретичні методи пізнання. | Питання для обговорення, презентації. |
| 2 | 4 | 9 | Тема 4. Моделі медіасистеми. ЗМІ і медіапідприємство. | Поглибити знання у галузі журналістики, зокрема засвоєння основних концепцій, розуміння теоретичних і практичних проблем, історії розвитку та сучасного стану наукових знань про сучасну медіа галузь, здатність збирати дані для свого дослідження, систематизувати та | Питання для обговорення, презентації. |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---------------------------------------|
| | | | | інтерпретувати їх | |
| 2 | 2 | 7 | Тема 5. Еволюція медіасистеми: від спеціальних додатків до інформаційно-промислових концернів. | Реалізовувати стратегії дослідницького самовдосконалення та обирати засоби саморозвитку. Здатність аналізувати медіаконтент з погляду класичних та новітніх дослідницьких підходів, а також на основі відповідних загальнонаукових методів. Уміти проводити огляд, критичний аналіз, оцінку й узагальнення різних наукових поглядів у галузі дослідження, формулювати й обґрунтовувати власну наукову концепцію. Аналізувати публікації у межах та поза областю дослідження.. | Питання для обговорення, презентації, |
| 2 | 4 | 7 | Тема 6. Види стратегій медіасистеми | Здатність розв'язувати широке коло проблем і завдань у галузі журналістики на основі тенденцій розвитку медіагалузі. Обізнаність та здатність інтелектуально взаємодіяти з найновішими дослідженнями у галузі журналістики, глибоко розуміти теоретичні й практичні проблеми в галузі дослідження. | Питання для обговорення, презентації. |
| 2 | 4 | 7 | Тема 7. Цифроїзація і проблеми функціонування сучасної | Використовувати інформаційно-комунікаційні технології у професійній науково- | Питання для обговорення, презентації. |

| | | | | | |
|---|---|---|--|--|---------------------------------------|
| | | | журналістики | інноваційній діяльності, а також найбільш передові концептуальні та методологічні знання в галузі соціально-комунікаційної науково-дослідної діяльності на межі предметних галузей. Використовувати інформаційно-комунікаційні технології у професійній науково-інноваційній діяльності | |
| 2 | 2 | 7 | Тема 8. Особистість в сучасній медіасистемі | Здатність писати, розмовляти та слухати відповідно до різних реєстрів рідною та іноземною мовами, представляючи проблеми фахівцям галузі. Обирати адекватну предмету дослідження методологію, запроваджувати сучасні методи наукових досліджень для розв'язання широкого кола проблем і завдань у галузі журналістики. Презентувати результати власних оригінальних наукових досліджень державною та іноземною мовами в усній та писемній формі: продукувати і грамотно оформлювати різножанрові наукові тексти відповідно до сучасних вимог (стаття, есе, презентація, виступ на конференції, публічна науково-популярна чи наукова лекція тощо). | Питання для обговорення, презентації. |

| | | | | | |
|----|----|----|---|---|--------------------------------------|
| | | | | | |
| 2 | 4 | 7 | Тема 9. Концепція періодичного видання: від ідеї до бренду | Здатність розв'язувати широке коло проблем і завдань у галузі журналістики на основі тенденцій розвитку медіагалузі. На основі системного наукового світогляду аналізувати складні явища суспільного життя, пов'язувати загальнофілософські проблеми з вирішенням завдань, що виникають у професійній та науково-інноваційній діяльності, застосовувати емпіричні й теоретичні методи пізнання. | Питання для обговорення, презентації |
| 20 | 30 | 70 | Всього | | |

Формування програмних компетентностей

| Індекс в матриці ОП | Програмні компетентності |
|---------------------|--|
| ЗК4 | Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. |
| ЗК 5 | Здатність створювати та інтерпретувати нові знання у процесі виконання наукового дослідження; брати участь, розробляти і управляти медіа кон в галузі освіти та медіа. |
| ЗК7 | Здатність розробляти наукові проекти та керувати ними, складати пропозиції щодо фінансування наукових досліджень, реєструвати права інтелектуальної власності |
| ЗК9 | Здатність писати, розмовляти та слухати відповідно до різних регістрів рідною та іноземною мовами, представляючи проблеми фахівцям галузі. |
| ФК 1 | Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності. |
| ФК 2 | Здобуття глибинних знань у галузі журналістики, засвоєння основних концепцій, розуміння теоретичних і практичних проблем, історії розвитку та сучасного стану наукових знань у сфері соціальних комунікацій, оволодіння термінологією з досліджуваного наукового напрямку. |
| ФК3 | Здатність збирати дані для свого дослідження, систематизувати та інтерпретувати їх. |

| | |
|-------------------------------|---|
| ФК4 | Здатність аналізувати медіаконтент з погляду класичних та новітніх дослідницьких підходів, а також на основі відповідних загальнонаукових методів. |
| ФК5 | Здатність розв'язувати широке коло проблем і завдань у галузі журналістики на основі тенденцій розвитку медіагалузі |
| ФК9 | Здатність використовувати найбільш передові концептуальні та методологічні знання в галузі соціально-комунікаційної науково-дослідної діяльності на межі предметних галузей. |
| Програмні результати навчання | |
| ПРН1 | На основі системного наукового світогляду аналізувати складні явища суспільного життя, пов'язувати загально філософські проблеми з вирішенням завдань, що виникають у професійній та науково-інноваційній діяльності, застосовувати емпіричні й теоретичні методи пізнання. |
| ПРН 2 | Обізнаність та здатність інтелектуально взаємодіяти з найновішими дослідженнями у галузі журналістики, глибоко розуміти теоретичні й практичні проблеми в галузі дослідження. |
| ПРН 3 | Уміти проводити огляд, критичний аналіз, оцінку й узагальнення різних наукових поглядів у галузі дослідження, формулювати й обґрунтовувати власну наукову концепцію. Аналізувати публікації у межах та поза областю дослідження.. |
| ПРН4 | Демонструвати здатність використовувати найбільш передові концептуальні та методологічні знання в галузі соціально-комунікаційної науково-дослідної діяльності на межі предметних галузей |
| ПРН 5 | Обирати адекватну предмету дослідження методологію, запроваджувати сучасні методи наукових досліджень для розв'язання широкого кола проблем і завдань у галузі журналістики |
| ПРН9 | Використовувати інформаційно-комунікаційні технології у професійній науково-інноваційній діяльності. |
| ПРН 12 | Презентувати результати власних оригінальних наукових досліджень державною та іноземною мовами в усній та писемній формі: продукувати і грамотно оформлювати різножанрові наукові тексти відповідно до сучасних вимог (стаття, есе, презентація, виступ на конференції, публічна науково-популярна чи наукова лекція тощо). |

Літературні джерела

1. Айрис А. Управление медиа-компаниями: реализация творческого потенциала; [пер. с англ. Ю.А. Константинова, Д.И. Зрkenова]. - М.: Университетская книга: ШКИМБ, 2010. - 560 с.
2. Амзин А. А. Новостная интернет-журналистика: учебное пособие. - М.: АспектПресс, 2011. - 142 с.
3. Аудиторія локальних медіа // <http://www.ualocal.media/?cat=52>
4. Балинський І. Політичні комунікації в УАНЕТі // Теле- та радіожурналістика. - 2011. - Вип. 10. - С. 137-141
5. Берк Д. Веблоги берут своє начало в СМІ [Електронний ресурс] // Фонд розвитку

- інформаційної політики. - 2006.
6. Блогосфера глобальної політики [Електронний ресурс] // Центр інформаційних комунікацій. - 2007.
 7. Брадов В. В. Трансформація медіасистеми як фактор зародження ринкових відносин // Соціальні комунікації. - 2013. - С. 163-177.
 8. Брайант Дж. Основы воздействия СМИ : пер. с англ. - М. : Вильямс, 2004. - 432 с.
 9. Вартанова Е. К чему ведет конвергенция СМИ? [электронный ресурс] / Информационное общество. - 1999. - Вып. 5. - С. 23-27.
 10. Вейлер К. Сетевые СМИ - другая журналистика [Электронный ресурс]; БЕУ, Институт журналистики. - 2000.
 11. Виговська Н. А. Конвергентна та мультимедійна редакції: особливості використання термінів в сучасному журналістському просторі // Вісник Львівського Університету. Серія Журналістика : збірник наукових праць. - 2013. - Вип. 38. - С. 439-447.
 12. Городенко Л. М. Нові медіа: журналістика чи комунікація? // Актуальні питання масової комунікації. - 2013. - Вин. 14. - С. 65-70.
 13. Гусак О. Основні тенденції поведінки аудиторії сучасних інтернет-ЗМІ // https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/16025/1/vkp_2014_4_13.pdf
 14. Державна служба статистики України // <http://www.ukrstat.gov.ua/>
 15. Дегтярева О. В. Мир украинских масс-медиа в период политической нестабильности: от «клизации» к демократизации? // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. - 2012. - №1005: Серія «Історія». - Вип. 45. - С. 117-126.
 16. «Джинса» та прихована реклама: на Хмельниччині зростає кількість замовних матеріалів у пресі // <https://newskm.net/publications/dzhynsa-ta-prykhovana-reklama-na-khmelnichchyni-zrostaie-kilkist-zamovnykh-materialiv-u-presi/>
 17. Дьюз М. Что такое мультимедийная журналистика? [электронный ресурс] / М. Дьюз // Редакторский портал. - 2010.
 18. Євсейцева О.С., Собцева Г.М. Аналіз медійного ринку України // <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4983>
 19. Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» від 09.01.2007 р. №537-У [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України. - 2007. - №12. - Ст. 102.
 20. Закусило М. Сущенко підтримує законодавче визначення пропаганди і регулювання пропагандистських медіа // <https://detector.media/community/article/171857/2019-10-25-sushchenko-pidtrimue-zakonodavche-viznachennya-propagandi-i-regulyuvannya-propagandistskikh-media/>
 21. Зернецька О. Трансформації віртуального простору та парадигми впливу мас-медійних дискурсів // Політичний менеджмент. - 2005. - №3. - С. 100-107.
 22. Золяк В. В. Суспільне значення контентної конвергенції засобів масової комунікації // Діалог. Медіа студії : зб. наук, праць / Одеський нац. ун-т ім. І. Мечникова, 2009. - Вип. 8. - С. 120-128.
 23. Зражевська Н. І. Нові медіа і нові форми комунікації в медіакультурі // Актуальні питання масової комунікації. Київський національний університет імені Тараса Шевченка Інститут журналістики. 2013.-Вип. 14.-С. 70-76
 24. Иванов В. Ф. Массовая коммуникация : монография / В. Ф. Иванов. - К. : Академия Украинской Прессы, Центр свободной прессы, 2013. -902 с.
 25. Зорин К. А. Медіасистема как совокупность «информационных торнадо» [Электронный ресурс] / К. А. Зорин // Медіаскоп. Електронний науковий журнал Факультета журналістики МГУ імені М. В. Ломоносова. - 2014. - Вип. 4.

26. Іванов В.Ф. Соціологічні дослідження аудиторії мас-медіа // <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1280>
27. Калаур А. «Двоє доїдають тіло третього»: до чого тут прихована реклама і що з нею робити // <https://4vlada.com/dvoie-doidaiut-tilo-tretogo-do-chogo-tut-pryhovana-reklama-i-shcho-z-neiu-robyty>
28. Основи статистики та аналізу даних // <https://socialdata.org.ua/manual4/>
29. Панич О. Журналістика і пропаганда // <https://detector.media/community/article/136078/2018-03-28-zhurnalistika-i-propaganda/>
30. Правове забезпечення державної інформаційної політики // https://minjust.gov.ua/m/str_22116
31. Радіо Свобода // <https://www.radiosvoboda.org/>
32. Поплавська Н.М. Синоруб Г., Дашченко Н., Турчин А., Поплавська І. Громадянський спротив в українському медійному дискурсі: динаміка та аспекти висвітлення *Freedom of the media – Freedom through media? : Global journalism research series*. Vol. 4; series editors : О. Hahn, R. Schroeder. Bonn-Sibiu. 2014. P. 101-109.
33. Поплавська Н.М. Кросмедіа як інноваційна практика у підготовці майбутніх журналістів. *Рівність, лідерство, спілкування в європейських прагненнях української молоді: тендерний дискурс: збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції (Тернопіль, 5-7 жовтня 2016 Р.)* за заг. ред. проф. В.П. Кравця. Тернопіль, 2016 р.
34. Поплавська Н.М. Садівничий В., Дашченко Н., Синоруб Г., Яненко Г. Онлайн-журналістика. *Підручник з крос-медіа*. Bonn–Sibiu : Schiller Publishing House, 2015. С. 60-67.
35. Poplavska N., Sadivnichy V., Dashchenko N., Synorub G. Jurnalismul online *Crossmedia. Un ghid pentru studenti si specializarilor de jurnalism* Bonn-Sibiu : Schiller Publishing House, 2015. S. 58-65.
36. Поплавська Н.М., Н. Л. Дашченко, Г. П. Синоруб. Крос-медіа та якісна журналістика. Зміст модулів базової навчальної програми CuQ (проект). Препрес (підготовка до друку), додрукарська обробка; Аудіопродукція (Adobe Audition); Кросмедіа: управління активами, управління розробкою, випуском і збутом продукту (маркетинг); Виробничі процеси і ньюдеск (Woodwing); Адміністративне та оперативне планування виробництва; Управління часом, редакцією та персоналом. Суми : СДУ, 2014. С. 30-31, 34-35, 40-51.
37. Почепцов Г. Г. Информационные войны - Москва : РЕФЛ - БУК : ВАКЛЕР, 2000. - 574 с.
38. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии XX века. [Текст] – М. – К., 2001. 352 с.
39. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации . – Москва ; Киев : Рефл-бук, 2001. – 656 с.
40. Почепцов, Г. Г. Информационно-психологическая война. - Москва : СИНТЕГ, 2000. -180 с.
41. Почепцов, Георгій. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації. К.: Спадщина, 2012. – 461 с.
42. Путеводитель по регулированию сетевых СМИ / Ред. А.Улен и М.Стоун. – Вена: Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ, 2013. – 130 с.
43. Сайчук А. Що таке «джинса» і з чим її їдять? // <https://ms.detector.media/utiski-zhurnalistiv-u-sviti/post/11069/2010-09-14-shcho-take-dzhinsa-i-z-chim-ii-idyat/>
44. Статистика рекламно-комунікаційного ринку України 2018 та прогнози об'ємів ринку 2019 // <https://wooo.com.ua/statistics>
45. Статистична інформація // http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/oper_new.html
46. Стаття 6. Статистична інформація // https://protocol.ua/ua/pro_dergavnu_statistiku_stattya_6/

47. Типи пропаганди // https://pidru4niki.com/1580011936947/politologiya/tipi_propagandi
48. Український медіаландшафт – 2019: аналітичний звіт / За ред. В. Іванова, Т. Б. Петерса. – К.: Представництво Фонду Конрада Аденауера в Україні, Академія української преси, 2019.
49. Хлистун Г.Ю. Принципи відповідальності засобів масової інформації та кожного окремого журналіста перед суспільством / Г.Ю. Хлистун // Актуальні проблеми міжнародних відносин. — К.: Київ. університет ім. Т.Шевченка, Інститут міжнародних відносин, 2004. — Вип. 47, ч. 1. — С. 64-66.
50. Хлистун Г.Ю. Система саморегулювання преси в європейському регіоні // Публіцистика і політика // 36. наук. пр., Вип. 3. — К.: Київ. ун-т ім. Т.Шевченка, Інститут журналістики, 2002. — С. 74-83.
51. Чекишев О.В. Медіоконтент та конвергентні методи соціальних комунікацій Обрії друкарства, № 1 (6) / 2018 с.299-321
52. Федорчук Л. П. Журналіст конвергентної редакції: нові виклики професії / Л. П. Федорчук // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. - 2010. - Вип. 54. - С. 209-212.
53. Фіоретті Н. Телебачення померло: майбутнє належить соціальним медіа [Електронний ресурс] / Н. Фіоретті // Європейська обсерваторія журналістики (ЕЮ). - 2012. - 23 січня.
54. Цодіков Л. Конвергенція та інтеграція ньюзрума - різні речі [Електронний ресурс] / Л. Цодіков // Телекритика. - 2011.
55. Шарков Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учеб. для бакалавров / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Дашков и К, 2010. — 591 с
56. Шутов Р. Пропаганда та маніпуляції // http://mediadrivervonline/manipuliatsiyi_ta_propahanda/manipulyatsiyi-ta-propaganda/
57. Шевців М.Б., Гончарук К.А. Пропаганда як соціально-політичне явище: проблеми розуміння // <http://www.sulj.oduvs.od.ua/archive/2019/1/31.pdf>
58. Юзвін З. Джинсуємо по-українськи // <https://www.mediakrytyka.info/za-scho-krytykuyut-media/dzhynsuyemo-po-ukrayinsky.html>
59. Як журналісту використовувати статистику з соцмереж // <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/10316/2011-02-22-yak-zhurnalistu-vikoristovuvati-statistiku-z-sotsmerezh/>
60. Яцишина Л. Медіаринок України: аналіз і тренди розвитку // https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/27466/mu_18_6_1.pdf?sequence=1&isAllo wed=y
61. Poplavska, Nataliia, Synorub, Halyna P.; Nestayko, Iryna M.; Poplavska, Inna [CROSSMEDIA AS AN INNOVATIVE TECHNOLOGY IN TRAINING THE HUMANITIES STUDENT](https://publons.com/publon/28269178/) <https://publons.com/publon/28269178/>
62. Tkachenko, O.; Zhylenko, I.; Poplavska, N.; ... Peleshok, O. [Social communication management modelling](#) Published: 2021 in [Estudios de Economia Aplicada](#) DOI: [10.25115/EEA.V38I3](#)

Допоміжна література

1. Різун В.В. Теорія Масової комунікації / Володимир Різун. – К., 2008 „Просвіта”. – 260 с.

2. Савченко Н.А. Информатика и информационные технологии // <http://www.humanities.edu.ru/db/msg/80303>
3. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации / А. В. Соколов. — СПб. : Изд-во Михайлова, 2002. — 459 с. .
4. Соколова И.В. Проблемы становления информатики как учебной дисциплины // Соколова И.В. Социальная информатика и социология: проблемы и перспективы взаимосвязи. Последняя редакция 1999 г. - <http://infosphere.narod.ru/files/monografy/socolova/chap7.html>.
5. Холод О.М. Комунікаційні технології [текст]: підручник — К.: Центр учбової літератури, 2013. — 203 с.
6. Шендеровський К.С. та ін. Медіакommунікації та соціальні проблеми: Збірка навчально-методичних матеріалів та наукових статей в трьох частинах. Частина перша / Упор., ред. К.С. Шендеровський. — К., 2012. — 288 с. (<http://journlib.univ.kiev.ua/Books/Mediasocprob1.pdf>)

Інформаційні джерела

1. Наукова бібліотека Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. URL: <http://www.library.tnpu.edu.ua>
 2. Система електронного забезпечення навчання ТНПУ. URL: <https://elr.tnpu.edu.ua/>
 3. Національна бібліотека України імені В.І.Вернадського URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
 4. Національна парламентська бібліотека України. <http://www.lib.rada.gov.ua> –
 5. Інститут журналістики Київського національного університету ім. Т. Шевченка. <http://www.jorn.univ.gov.kiev.ua>
 6. Електронна бібліотека України – <http://www.lib.com.ua> –
 7. Українська бібліотека <http://www.lib.org.ua> –
 8. Бібліотечний світ України <http://www.ukrlibworld.kiev.ua> –
 9. Postplanner. URL: <https://www.postplanner.com/blog/types-of-social-media-content>
 10. «Телекритика» URL: <http://ua.telekritika.ua/>
 11. «Медіакритика» URL: <http://www.mediakrytyka.info/>
 12. «Детектор медіа» URL: <http://detector.media/>
 13. Популярні проекти: Юлія Крапівіна
URL: <https://detector.media/authors/941/Критика> URL:
<https://detector.media/category/kritika/> проект MediaSapiens URL:
<http://osvita.mediasapiens.ua/>
проект Stopfake URL: <http://www.stopfake.org/>
Проекти розвитку критичного мислення та популяризації науки в Україні: Клятий раціоналіст URL: <https://www.youtube.com/channel/UCioz7pLeEpBNrFfwHb2m->
- рА
14. Подкаст "Наука як по маслу" URL: <https://hromadske.radio/podcasts/nauk...>
 15. Ольфакторний дайджест URL: <https://www.nature.com/articles/s4159...>
<http://www.sci-news.com/biology/human...> <https://journals.plos.org/plo>
one/art...
 16. Мікропластик URL: <https://linkinghub.elsevier.com/retri...>

- *Політика щодо дедлайнів та перескладання.* Роботи, які здано з порушенням термінів без поважних причин, буде оцінено на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модуля відбувається за наявності поважних причин.
- *Політика щодо академічної доброчесності.* Письмові роботи викладач перевіряє на наявність плагіату і допускає до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час модульних робіт та екзаменів заборонено (у т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволено використовувати лише під час онлайн- тестування (наприклад, у програмі MOODLE).
- *Політика щодо відвідування.* Відвідування занять є обов’язковим компонентом освітнього процесу. За об’єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування, участь в представленні соціального проєкту) навчання може відбуватися в онлайн-формі за погодженням із керівником курсу.

Остаточна оцінка за курс розраховується таким чином:

| Види оцінювання | % від остаточної оцінки |
|--|--------------------------------|
| Тема 1 | 8 |
| Тема 2 | 8 |
| Тема 3 | 8 |
| Тема 4 | 8 |
| Тема 5 | 8 |
| Тема 6 | 8 |
| Тема 7 | 8 |
| Тема 8 | 8 |
| Тема 9 | 8 |
| ІНДЗ (критичне есе) | 8 |
| Підсумковий контроль (теми 1-9) – завдання | 20 |

Шкала оцінювання студентів:

| ECTS | Бали | Зміст |
|-------------|-------------|--|
| A | 90-100 | Відмінно (зараховано) |
| B | 85-89 | Добре (зараховано) |
| C | 75-84 | Добре (зараховано) |
| D | 65-74 | Задовільно (зараховано) |
| E | 60-64 | Задовільно (зараховано) |
| FX | 35-59 | Незадовільно (не зараховано) з можливістю повторного |

| | | |
|---|------|--|
| | | складання |
| F | 1-34 | незадовільно з обов'язковим повторним курсом |

До силябусу додано такі матеріали:

1) навчально-методичний комплекс (лекційний матеріал, завдання для практичних занять, сформульована тематика ІНДЗ, завдання для модульного контролю); електронний навчально-методичний комплекс у системі MOODLE.