

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В.Н. КАРАЗІНА**

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

**КОМПЛЕКС НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
З ДИСЦИПЛІНИ
«Візуальні комунікації»
(назва навчальної дисципліни)**

рівень вищої освіти перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
галузь знань 05 – Соціальні та поведінкові науки
спеціальність 054 – Соціологія
освітня програма Соціальні комунікації, реклама та зв'язки з громадськістю
спеціалізація _____
вид дисципліни обов'язкова
факультет соціологічний

УКЛАДАЧ: к. соціол. наук Калашнікова А.О.

З М І С Т

1	Робоча програма навчальної дисципліни «Візуальні комунікації»	3
2	Плани семінарських занять	18
3	Завдання для самостійної роботи	23
4	Завдання для контрольної роботи, що передбачена навчальним планом	28
5	Питання для підготовки до підсумкового контролю знань	29
6	Критерії оцінювання знань та вмінь студентів	30

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
В. Н. КАРАЗІНА**

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-педагогічної
роботи

« ____ » _____ 2022 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Візуальні комунікації»

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

галузь знань 05 – Соціальні та поведінкові науки

спеціальність 054 – Соціологія

освітня програма Соціальні комунікації, реклама та зв'язки з громадськістю

спеціалізація _____

вид дисципліни обов'язкова

факультет соціологічний

2022/2023 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою соціологічного факультету ХНУ імені В.Н. Каразіна

«15» червня 2022 року, протокол № 7

УКЛАДАЧ ПРОГРАМИ: Калашнікова Аліна Олександрівна, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Програму схвалено на засіданні кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій соціологічного факультету ХНУ імені В.Н.Каразіна

Протокол від «27» квітня 2022 року № 3

В.о. завідувача кафедри
прикладної соціології
та соціальних комунікацій

(підпис)

Віль БАКІРОВ

(прізвище та ініціали)

Програму погоджено з гарантом освітньої (професійної) програми «Соціальні комунікації, реклама та зв'язки з громадськістю»

Гарант освітньої програми

(підпис)

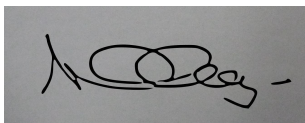
Ірина СОЛДАТЕНКО

(прізвище та ініціали)

Програму погоджено науково-методичною комісією соціологічного факультету ХНУ імені В.Н.Каразіна

Протокол від «21» червня 2022 року № 10

Голова науково-методичної комісії



Юлія СОРОКА

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Візуальні комунікації» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

спеціальності – 054 Соціологія

освітньої програми – Соціальні комунікації, реклама та зв'язки з громадськістю

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни є формування системного уявлення про закономірності комунікації, здійснюваної за допомогою візуальних медіа.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- ознайомити студентів із історією появи візуальних медіа, еволюцією способів бачення та своєрідністю візуального сприйняття та медіакомунікації на різних етапах суспільного розвитку;
- навчити оперувати закономірностями сприйняття візуальної інформації самої по собі та в комбінації з іншими видами;
- створити уявлення про контекстуальність візуальної медіакомунікації та навчити оперувати нею;
- сформувати навички естетично привабливого, композиційно правильного, безпечного оформлення повідомлень у візуальних медіа.

1.3. Кількість кредитів – 4

1.4. Загальна кількість годин – 120

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Нормативна	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
3-й	3-й
Семестр	
5-й	5-й
Лекції	
0	0 год.

Практичні, семінарські заняття	
48 год.	10 год.
Лабораторні заняття	
0 год.	0 год.
Самостійна робота	
72 год.	110 год.
Індивідуальні завдання	
0 год	0 год

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

Загальні компетентності:

ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК10. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

Предметні компетентності:

СК03. Здатність створювати медіапродукт.

СК06. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності

Програмні результати навчання:

ПРН02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.

ПРН03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.

ПРН04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.

ПРН06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків.

ПРН13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікативних наук.

ПРН14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових, джерел інформації.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

ТЕМА 1. ПОНЯТТЯ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Адресант і адресат візуальної комунікації. Людина як оптична істота. «Красиво» та «приємно». Комунікаційна функціональність естетики: критичність, аттракція і довіра.

Дизайн як вид діяльності. Візуальний дизайн та дизайн повідомлень. Зв'язок дизайну із декоративно-прикладним мистецтвом. Ергономіка як основа дизайну. Форма та функція. Функції журналістського повідомлення.

Аудиторії масової комунікації. Сегментація та портретування як передумови успішної комунікації. Семіотика й семіологія соціальної комунікації. Символ та асоціативне сприйняття. Особливості культурних кодів в масовій комунікації. Поняття культурної компетентності.

ТЕМА 2. ЕСТЕТИКИ І ДЖЕРЕЛА НОВАЦІЙ У ВІЗУАЛЬНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Масова комунікація і візуальні медіа. Візуальні медіа у розвитку людства: вигляд, рисунок, текст. Технології і комунікативні зрушення у візуальних медіа.

Джерела естетичних потреб. Античні вчення про прекрасне і масова естетика візуального. Світові стилі як джерело естетик: романіка, готика, ренесанс, бароко, рококо, класицизм, модерн. Соціальна опосередкованість світобачення. Оптици й естетики.

Еклектизм, імпресіонізм, символізм, експресіонізм, абстракціонізм. Постмодерн: постмодернізм і плюральність естетик. Оптика сучасна і несучасна. Засоби опосередкування сприйняття користувача інтернету. Синтетичність інтернету. Естетичність повідомлення в інтернеті.

Стилі та смисли. Стилізація як спосіб продукування смислу. Контекстне сприйняття. Характерні образи епох. «Візуальна культура» чи «культура візуального». Візуальні повідомлення і візуальні медіа.

ТЕМА 3. ЗАГАЛЬНІ ПРИНЦИПИ КОНСТРУЮВАННЯ ВІЗУАЛЬНОГО ПОВІДОМЛЕННЯ

Простір на площині. Геометрія візуального сприйняття. Гармонія і композиція. Симетрія, асиметрія, ритмічні й метричні закономірності. Теорії перспективи: лінійна пряма та зворотна, перцептивна.

Композиція: цілісність, баланс, підпорядкованість. Гештальт-психологія та впорядкування візуального контенту. Використання принципів функціонування психіки користувача у дизайні: поява, втілення, реорганізація, інваріантність. Форми, фігури та їх поєднання. Активність користувача, можливості її розширення. Психологічна та соціологічна значущість діяльності для актора.

Основні засоби передачі простору: точка, лінія, пляма. Виразність й особливості сприйняття у точковій та лінійній графіці. Фотографія. Засоби управління виразністю фотографічного зображення (кадрування, різкість, розмитість, витримка). Впізнавані образи на фото.

ТЕМА 4. КОЛІР У ВІЗУАЛЬНИХ МЕДІА

Поняття кольору. Дослідження кольору у мистецтві та психології. Оптичний зміст кольору. Кольорова пляма. Поняття колориту. Фоновий колір. Виміри кольору: тон, яскравість, насиченість. Кольорове коло. Системи кольору та особливості їх застосування. Світло й тінь.

Методи кольорознавства у конструюванні повідомлення: забезпечення гармонії (нюанс, об'єм, рівновага), акцентування окремих елементів (контрасти), поняття колориту. Кольорові фільтри. Теплі та холодні кольори.

Психологія сприйняття кольорів. Семантика кольору. Кольори та культури. Кольори та смисли. Мода на колір.

ТЕМА 5. ОСОБЛИВОСТІ ОФОРМЛЕННЯ ТЕКСТУ В МЕДІА

Рукописні шрифти. Становлення друкованих шрифтів. Сучасні родини шрифтів.

Шрифт і простір. Мінускул, маюскул. Кегль, акциденції, порожнини, курсивне накреслення, засічки, співвідношення вимірів шрифту. Способи виділення окремих елементів (велика буква, абзац, пробіли, підкреслення, закреслення). Тон повідомлення та його художнє підкреслення.

Символічні шрифти. Графічні об'єкти в тексті – буквиці, рамки, віньетки. Ілюстрації в тексті. Організація сторінки. Системи побудови сторінки залежно від формату.

Організація тексту та його представлення в інтернеті. Засоби забезпечення відвідування сайту: ключові слова, адресність, наочність і простота. Вибір шрифтів. Шрифт і семантичні триггери. Візуальні об'єкти в тексті. Перевірка шрифтового дизайну на якість.

ТЕМА 6. КОМУНІКАЦІЯ ЗА ДОПОМОГОЮ ВІДЕОМАТЕРІАЛІВ. ФІЛЬМ ТА МУЛЬТФІЛЬМ

Особливості впливу синтетичних медіа на глядача.

Види відеоматеріалу. Репортаж, інтерв'ю, новини, ток-шоу, телереклама, відеозвернення, фільм.

Конструювання структури нарративу. Пошук персонажів.

Методи композиційної побудови відео. Кадрування. Фільмування та монтаж. Відеоефекти, переходи, заставки, титри, використання фільтрів, макрозйомка та фрагментування.

Мультфільми та їхня аудиторія. Особливості сприйняття. Мультфільми та соціалізація. Стереотипи кінематографу та їх значущість для медіакомунікатора.

ТЕМА 7. ПРОСТІР І СЕРЕДОВИЩЕ ЯК ВІЗУАЛЬНІ МЕДІА

Ергономіка просторового сприйняття. Виставка, презентація, прес-конференція. Просторові відношення та їхній зміст: влада, статус, вплив.

Трансляція повідомлень просторовим каналом. Публічний, приватний, інтимний простір.

Презентація як особлива форма комунікації. Логіка та структура презентації. Основні інструменти створення презентацій. Клієнтоорієнтованість. Графіки та діаграми у презентації. Підготовка до виступу. Ключові параметри успішної презентації.

Основні простори презентації: виставка досягнень, виставка-ярмарок, нетематична торгова площа, аутдор-розміщення. Поняття затишку та просторової аттрактивності. Оформлення виставкового стенду.

Матеріальна складова рекламного та PR-повідомлення. Точка зору та її значення для вибору матеріалу. Матеріал, статус, враження.

Упаковка як поєднання тактильного та візуального. Забезпечення лояльності споживача через присутність у його повсякденності.

Види пакувань. Функціональність, інформативність, привабливість. Айдентика і упаковка. Методи і прийоми конструювання ефективної упаковки. Поняття поверхні, розгортки, ефективного використання площі. Основні та додаткові елементи інформації на упаковці.

Візитка, буклет, портфоліо. Особливості верстання та друку

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	С.р.		л	п	лаб.	інд.	С.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 1. Поняття візуальної комунікації		-	6	-	-	10	16	-	1	-	-	15
Тема 2. Естетики і джерела новацій у візуальній комунікації		-	6	-	-	10	16	-	1	-	-	15

Тема 3. Загальні принципи конструювання візуального повідомлення		-	8	-	-	10	17	-	2	-	-	17
Тема 4. Колір у візуальних медіа		-	6	-	-	10	17	-	1	-	-	15
Тема 5. Особливості оформлення тексту в медіа		-	8	-	-	11	17	-	2	-	-	17
Тема 6. Комунікація за допомогою відеоматеріалів. Фільм та мультфільм		-	6	-	-	11	19	-	1	-	-	15
Тема 7. Простір і середовище як візуальні медіа		-	8	-	-	10	18	-	2	-	-	16
Усього годин	120	-	48	-	-	72	120	-	10	-	-	110

4. Теми практичних занять

Назва теми	Кількість годин (денна форма)	Кількість годин (заочна форма)
Тема 1. Поняття візуальної комунікації	6	1
Тема 2. Естетики і джерела новацій у візуальній комунікації	6	
Тема 3 Загальні принципи конструювання візуального повідомлення	8	2
Тема 4 Колір у візуальних медіа	6	1
Тема 5 Особливості оформлення тексту в медіа	8	2
Тема 6 Комунікація за допомогою відеоматеріалів. Фільм та мультфільм	6	1
Тема 7. Простір і середовище як візуальні медіа	8	2
Всього	48	10

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/ п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин (денна форма)	Кількість годин (заочна форма)
1	Підготовка практичних і творчих завдань, у тому числі усних відповідей	60	98
2	Підготовка до екзаменаційного тесту	12	12
	Разом	72	110

6. Індивідуальні завдання

Індивідуальні завдання не передбачено навчальним планом.

7. Методи навчання

Позааудиторні - читання, перегляд інтернет-джерел, перегляд записів.

Аудиторні - лекції-дискусії, семінарські дискусії, практичні заняття (рисунок, зйомка, розробка концепту, тощо).

Курс адаптований для проведення як в очному, так і в дистанційному або змішаному форматі. Усіх студентів на початку курсу запрошують до Google Class з дисципліни, де вони отримують усі необхідні матеріали і посилання.

Перед лекційним заняттям студенти мають переглянути відеозапис лекції, а на самому занятті мають змогу поставити питання викладачеві, висловити коментарі та думки стосовно переглянутого (таке заняття може проводитися як офлайн, так і онлайн за допомогою конференц-сервісів ZOOM чи Google Meet).

Семінарські (практичні) заняття за курсом передбачають завдання, які можливо виконувати як в аудиторії, так і вдома з консультацією викладача. Більшість із них потребують для виконання наявності олівця, маркера і паперу або будь-якого мобільного графічного редактора. Результат практичної роботи у будь-якому разі прикріплюється до завдання в Google Class, там само відбувається й оцінювання.

8. Методи контролю

Контроль знань з навчальної дисципліни визначає відповідність рівня знань, вмінь і навичок студентів вимогам нормативних документів. Програмою навчальної дисципліни передбачені різні види практичних і творчих завдань, а також контрольна робота.

Поточний контроль – виконання практичних і творчих завдань за участі викладача або самостійно; на семінарських заняттях оцінюється якість виконаних завдань й активності студентів. Контрольна робота дозволяє оцінити аналітичні і практичні навички студентів за якістю виконання завдань.

Підсумковим контролем знань є залік (у формі тестових завдань). Тест виконується онлайн (за допомогою Google Classroom і Google Forms). Використання Google Classroom і Google Forms можливе і під час аудиторного виконання залікового тесту.

9. Схема нарахування балів

Денне і заочне відділення

Семінарські, самостійні, контрольні роботи								Залік	Сума
T1	T2	T3	T4	К.р.	T5	T6	T7	40	100
5	5	10	4	12	13	4	6		

За активність і оригінальні відповіді можна отримати додатково до 10 бонусних балів. Бонусні бали додаються до суми набраних балів у тому випадку, якщо за іншими формами роботи студент не набрав 100, і зараховуються у кількості, якої не вистачає до 100, або у повному обсязі, якщо сума менша за 100.

Критерії оцінювання практичних і творчих завдань

Через творчий характер завдань, критерії уточнюються окремо у клзному з них у відповідності до характеру роботи, але загальний принцип оцінювання за кожним параметром наступний:

Характеристика роботи	Кількість балів
Студент(ка) здійснює логічно правильний, послідовний аналіз усіх елементів представленого матеріалу, пропонує оригінальні ідеї, аргументує їх із посиланнями на відповідні дослідження, вірно використовує категорії і терміни	Максимальна кількість балів
Студент(ка) здійснює аналіз деяких елементів представленого матеріалу, пропонує запозичені ідеї, але розвиває їх у відповідності до завдання, аргументує їх без посилань, загалом вірно використовує деякі категорії	Половина максимальної кількості балів
Студент(ка) не аргументує аналіз, ідеї запозичені з джерел та є чистою компіляцією або відсутні, плутає або не може використати категорії	1 бал

На курсі також діють правила щодо здачі завдань у встановлені терміни, які обмежують можливість оцінювати завдання максимально високо, якщо студент запізнився із ним без поважної причини, для якої є документальне підтвердження.

Характеристика роботи	Максимальна можлива кількість балів
Студент(ка) виконує роботу у встановлений термін	Максимальна кількість балів
Студент(ка) виконує роботу після встановленого дедлайну, однак не пізніше ніж за тиждень після нього	Половина максимальної кількості балів
Студент(ка) не виконує роботу взагалі або виконує її пізніше, ніж через тиждень після встановленого дедлайну	0 балів

Критерії оцінювання контрольної роботи

Параметр	Варіювання	Максимальна кількість балів
Глибина аналізу і повнота охоплення (за	1 – студент(ка) здійснює логічно правильний, послідовний аналіз усіх елементів представленого матеріалу	2

кожним із 2 питань першого завдання)	0,5 – відсутня одна з характеристик або обидві наявні не повною мірою 0 – відсутні обидві	
Досягнення вказаної кількості очок (на кожному з тренажерів у другому завданні)	1 - досягнуто вказану кількість очок 0 - не досягнуто	5
Наявність і структурованість наративу (відеоролик у третьому завданні)	2 – наратив наявний, структура оригінальна або стандартна 1 – наратив неявний, структура втрачена 0 – наратив відсутній	2
Відповідність виражальних засобів тематиці і настрою історії (відеоролик у третьому завданні)	2 – виражальні засоби повною мірою відповідають настрою історії 1 – не всі виражальні засоби відповідають настрою історії, або не повною мірою 0 – виражальні засоби не відповідають настрою історії	2
Ефективність ролика з позиції заявленої мети (відеоролик у третьому завданні)	1 – ролик відповідає заявленій меті 0 – ролик не відповідає заявленій меті	1
Усього		12

Критерії оцінювання залікового тесту

Характеристика відповіді	Максимальна кількість балів
Правильна відповідь на стандартне тестове запитання	1
Усього	40

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка	
	для чотирирівневої шкали оцінювання	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно	зараховано
70 – 89	добре	

50 – 69	задовільно	
1 – 49	незадовільно	не зараховано

10. Рекомендована література

Основна література

1. Печенюк Т. Кольорознавство [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] /. Таміла Печенюк; Львів. нац. акад. мистецтв. – К. : Грані-Т, 2009.
2. Синєпупова Н. Композиція: Тотальний контроль / Наталія Синєпупова; з російської переклала Роза Туманова. Київ : ArtHuss. 240 с.
3. Емброуз, Г. Оно-Біллсон, Н. (2019) Основи. Графічний дизайн 01: Підхід і мова / Гевін Емброуз, Найджел Оно-Біллсон; з англійської переклали Любов Базь, Ростислав Дзюба, Тетяна Кривов'яз. Київ : ArtHuss. 192 с.
4. Шевченко В.Я. Композиція плаката. Колорит, 2004.
5. Buialo, A. (2021). Motifs of negative space as a constructive space in typography (Doctoral dissertation).
6. Halimi, N. (2021). FROM WRITTEN WORD TO ART/CALLIGRAPHY. PHILOSOPHICA International Journal of Social and Human Sciences, 8(15-16), 78-86.
7. Lauer, D.A. Pentak, S. Design Basics – Boston : Wordsworth, 2011. – 324 p.
8. Russmann, U., & Svensson, J. (2017). Introduction to visual communication in the age of social media: Conceptual, theoretical and methodological challenges. Media and Communication, 5(4), 1-5.
9. Storytelling : art and technique / Janice M. Del Negro, Editor.
10. Waddington A. The Creative Calligraphy Source Book / A. Waddington. – NY : Watson-Gutpill Publications, 1996. – 144 p.
11. Lars G. Wallentin. Creativity takes courage. Book #2. The world's greatest book about packaging communication

Допоміжна література

12. Wetcho, S., & Na-Songkhla, J. (2021). VISUAL LITERACY FROM THEORY TO PRACTICE: A PARADIGM OF VISUAL THINKING, LEARNING AND COMMUNICATION. JOURNAL OF EDUCATION NARESUAN UNIVERSITY, 23(4), 464-478.
13. Byrne M. T. The Art of Layout and Storyboard / M. T. Byrne. – Leikslip : M. T. Byrne Publications, 1999. – 196 p.

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

Історія візуальних мистецтв і культури: <https://smarthistory.org/>
Визначення кольорової гами зображення: <http://pictaculous.com/>
Онлайн-редактор шрифтів: <http://fontstruct.com/>

Сервіс для миттєвого запису відео: <http://screencastle.com/>

Створення кольорових комбінацій: <http://colorschemedesigner.com/>

Відеолекції:

<https://youtube.com/playlist?list=PLmMj2N0C7ICKT10061p3DTFDwbtcDRoy6>

Додаток до робочої програми навчальної дисципліни «Візуальні медіакомунікації» _____
(назва дисципліни)

Дію робочої програми продовжено: на 2022/2023 н. р.

Заступник декана соціологічного факультету з навчальної роботи

(підпис)

В'ячеслав НІКУЛІН
(прізвище, ініціали)

« » 2022 p.

Голова науково-методичної комісії соціологічного факультету

_____Юлія СОРОКА_____
(підпис) (прізвище, ініціали)

« » 2022 p.

2. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ВІЗУАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ»

ТЕМА 1. ПОНЯТТЯ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Питання

1. Як органи відчуттів людини співвідносяться із каналами сприйняття нею інформації?
2. У чому полягає основна мета рекламної та ПР-комунікації?
3. Дайте визначення поняття візуальної культури.
4. Розкрийте зв'язок понять краси та блага.
5. Що таке знак? Чим знак відрізняється від символу?
6. Художній образ та символ: спільне та відмінне.
7. Що таке нарратив?
8. Функції художніх образів та нарративів у медіакомунікації.
9. Що є більш важливим: естетичність чи функціональність повідомлення?
10. Дизайн та його значення для мас-медіа.

Рекомендована література:

Russmann, U., & Svensson, J. (2017). Introduction to visual communication in the age of social media: Conceptual, theoretical and methodological challenges. *Media and Communication*, 5(4), 1-5.

ТЕМА 2. ЕСТЕТИКИ І ДЖЕРЕЛА НОВАЦІЙ У ВІЗУАЛЬНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Питання

1. Розкрийте механізм впливу світової художньої культури на сучасну візуальну комунікацію.
2. Дайте визначення стилю та великого стилю.
3. Схарактеризуйте середньовічні великі стилі в цілому.
4. Романський архітектурний канон та його зв'язок із суспільною естетикою.
5. Художні принципи готики у стилізаціях та ремінісценціях
6. Засоби ренесансної естетики у комунікації з глядачем
7. Бароко, рококо, шиноазрі: образи розкошів та гри
8. Класицизм: зв'язки з громадськістю в архітектурі
9. Опишіть основні риси великих стилів XVII-XIX ст.
10. Абстракціонізм і абстрактність елементів повідомлення у візуальній комунікації
11. Футуризм і семантичні ігри
12. Застосування сюрреалізму в рекламних повідомленнях
13. Формальні риси культурних течій XIX-XX ст.

Рекомендована література:

<https://smarthistory.org/>

ТЕМА 3. ЗАГАЛЬНІ ПРИНЦИПИ КОНСТРУЮВАННЯ ВІЗУАЛЬНОГО ПОВІДОМЛЕННЯ

Питання

1. Які обмеження візуального сприйняття має людина?
2. Виразіть у числовій та геометричній формі відношення, що вважається оптимальним для форми та розмірів візуального повідомлення.
3. Що таке композиція?
4. Перелічіть якомога більше засобів композиції та дайте їм визначення.
5. Назвіть основні принципи композиції.
6. Поясніть, чим ритм відрізняється від метру.
7. Які теорії перспективи Ви знаєте?
8. Хто є автором теорії перцептивної перспективи? В чому полягають її відмінності від академічної перспективи та аксонометрії?
9. Схарактеризуйте відмінності між графікою, живописом та фотографією. Який вид візуального образу є найбільш прийнятним для масової комунікації? Чому?

Рекомендована література:

1. Синєпупова Н. Композиція: Тотальний контроль / Наталія Синєпупова; з російської переклала Роза Туманова. Київ : ArtHuss. 240 с.
2. Wetcho, S., & Na-Songkhla, J. (2021). VISUAL LITERACY FROM THEORY TO PRACTICE: A PARADIGM OF VISUAL THINKING, LEARNING AND COMMUNICATION. JOURNAL OF EDUCATION NARESUAN UNIVERSITY, 23(4), 464-478.

ТЕМА 4 КОЛІР У ВІЗУАЛЬНИХ МЕДІА

Питання

1. Що таке колір?
2. Що таке кольорова пляма? Як плями впливають на порядок сприйняття?
3. У чому різниця між кольором та тоном?
4. Що таке додатковий та подібний колір?
5. Вкажіть відношення контрасту та нюансу на зображенні.
6. Проілюструйте на прикладі конкретного кольору різницю між його біопсихологічною та соціальною семантикою.
7. Що таке кольорове коло? Як визначити на кольоровому колі додатковий колір? Для чого використовується їх поєднання?
8. Які гармонійні кольорові поєднання за колом Вам відомі?
9. Де та для чого використовуються контрастні та нюансні кольорові відношення?
10. Що такі теплі та холодні кольори?

11. Чим відрізняється яскравість від насиченості?
12. У чому полягає принцип додавання кольорів? Яка модель його використовує?
13. Що таке принцип віднімання? У яких повідомленнях до нього звертаються? Яка модель звертається до цього принципу?
14. Поясніть різницю між кольором друкованої реклами та реклами на телебаченні.
15. Які кольори та чому Ви б обрали для логотипу:
 - А) Магазину дитячого одягу;
 - Б) Нічного клубу;
 - В) Більярдної;
 - Г) Авіакомпанії;
 - Д) Вегетаріанського ресторану?
16. Які психологічні та культурні особливості сприйняття червоного, чорного, фіолетового, синього кольору Вам відомі? Де б Ви могли використати ці кольори? Зверніть увагу на їхню яскравість та насиченість.

Рекомендована література:

1. Печенюк Т. Кольорознавство [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] /. Таміла Печенюк; Львів. нац. акад. мистецтв. – К. : Грані-Т, 2009.
2. Lauer D.A. Design Basics / D. A. Lauer, S. Pentak. – Boston : Wordsworth, 2011. – 324 p.

ТЕМА 5. ОСОБЛИВОСТІ ОФОРМЛЕННЯ ТЕКСТУ В МЕДІА

Питання

1. Що таке шрифт?
2. У чому полягають основні відмінності рукописних та друкованих шрифтів?
3. Дайте визначення родини шрифтів. Які родини вам відомі?
4. Що таке мінускул і маюскул? Розкажіть історію появи.
5. Що таке кегль, акциденції, порожнини?
6. Коли з'являється курсив? Які передумови зумовили появу курсивних шрифтів?
7. Що таке акциденції?
8. Які співвідношення вимірів шрифта характерні для найвідоміших шрифтів, таких як Times New Roman, Arial, Helvetica, Century, Franklin Gothic, HumanST?
9. Які способи виділення окремих елементів тексту Вам відомі?
10. Який шрифт доцільно використовувати для друку наукових статей? Плакатів щодо проведення молодіжної вечірки? Заголовків художньої книги у жанрі кіберпанку? Прес-релізу, присвяченого міському святкуванню Хеловіну?
11. Назвіть основні види графічних об'єктів у тексті.

Рекомендована література:

1. Lauer D.A. Design Basics / D. A. Lauer, S. Pentak. – Boston : Wordsworth, 2011. – 324 p.
2. Waddington A. The Creative Calligraphy Source Book / A. Waddington. – NY : Watson-Gutpill Publications, 1996. – 144 p.
3. Buialo, A. (2021). Motifs of negative space as a constructive space in typography (Doctoral dissertation).
4. Halimi, N. (2021). FROM WRITTEN WORD TO ART/CALLIGRAPHY. PHILOSOPHICA International Journal of Social and Human Sciences, 8(15-16), 78-86.
5. Adrian Frutiger – Typefaces. The Complete Works
6. Шевченко В.Я. Композиція плаката. Колорит, 2004.

ТЕМА 6 КОМУНІКАЦІЯ ЗА ДОПОМОГОЮ ВІДЕОМАТЕРІАЛІВ. ФІЛЬМ ТА МУЛЬТФІЛЬМ

Питання

1. Які особливості має аудиторія синтетичних медіа?
2. У чому полягає причина більшого впливу синтетичних медіа на глядача в порівнянні з традиційними?
3. Які види динамічних повідомлень можна виділити за каналами сприйняття?
4. Що таке циклічна структура наративу?
5. Що таке монтаж?
6. Навіщо потрібні титри?
7. Яку роль грають звуки у відео?
8. Якими бувають звуки у відео?
9. Які види відеоефектів вам відомі? Для чого вони призначені?

Рекомендована література:

1. Емброуз, І. Оно-Біллсон, Н. (2019) Основи. Графічний дизайн 01: Підхід і мова / Гевін Емброуз, Найджел Оно-Біллсон; з англійської переклали Любов Базь, Ростислав Дзюба, Тетяна Кривов'яз. Київ : ArtHuss. 192 с.
2. Byrne M. T. The Art of Layout and Storyboard / M. T. Byrne. – Leikslip : M. T. Byrne Publications, 1999. – 196 p.
3. Storytelling : art and technique / Janice M. Del Negro, Editor.

ТЕМА 7. ПРОСТІР І СЕРЕДОВИЩЕ ЯК ВІЗУАЛЬНІ МЕДІА

Питання

1. Схарактеризуйте роль ергономіки в повсякденності людини.
2. Які соціальні змісти можуть містити просторові відношення? Наведіть приклади.
3. Дайте визначення публічного, приватного, інтимного простору.
4. Що таке затишок?

5. Які особливості має упаковка порівняно з зовнішньою рекламою? Друкованою рекламою? Іншими медіа?
6. Які продукти потребують упаковки, а які – ні? Чому?
7. Чому інформації на упаковці зазвичай більше, ніж у медіа?
8. Як упаковка впливає на імідж?
9. Що таке функціональна упаковка?
10. Які види упаковки Вам відомі? Охарактеризуйте кожен з них.

Рекомендована література:

Lars G. Wallentin. Creativity takes courage. Book #2. The world's greatest book about packaging communication

3. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Тема 1. Поняття візуальної комунікації

1. Уявіть світ, де люди не мають органів сприйняття візуальної інформації. Яким було б суспільство у такому разі, як змінилися б звичні речі? Оберіть одну повсякденну практику та розгляньте на прикладі її (2 бали)
2. Оберіть жанр, тему або продукт та проаналізуйте, якими є суспільні норми щодо його візуальної комунікації. Якими каналами передачі повідомлення на цю тему традиційно НЕ транслюють? Як ви вважаєте, чому так відбувається? Аргументуйте (1 бал)
3. Проаналізуйте джерела власних комунікаційних та естетичних уподобань та переваг (2 бали)

Тема 2. Естетики і джерела новацій у візуальній комунікації

Обрати візуальне повідомлення (твір мистецтва, постер, сторінку книги, etc., будь-який час раніше 80-х років XX століття) й охарактеризувати своєрідність бачення, візуальну культуру епохи, до якої належить цей твір.
Не забувайте прикласти ілюстрацію і пам'ятайте про цитування і самостійність роботи

План роботи:

Що зображено? Чому саме це? (1 бал)

Що оминається, чого немає на зображенні, хоча мало би/могло би бути? Чому? (1 бал)

Якими правилами користувався автор, коли створював зображення? (1 бал)

Якщо розглянути сам вибір цих правил як частину меседжу, який передає зображення, то в чому полягає цей метамеседж? (1 бал)

Яке значення мало це зображення у загальному контексті розвитку культури? Як змінилося сприйняття цього зображення сьогодні? (1 бал)

Тема 3. Загальні принципи конструювання візуального повідомлення

! Для виконання знадобиться: папір, ножиці, чорний маркер/фломастер. Або будь-який графічний редактор. Здається у форматі фотографії.

1. Об'єкт - простір

Мета - навчитися утримувати композиційну рівновагу, оперуючи обмеженою кількістю об'єктів. У процесі ви маєте створити три композиції, які по-різному представляють відносини між об'єктом і простором.

План роботи:

1) Обрати набір з 3-7 простих геометричних фігур (коло, круг, трикутник, чотирикутник, п'ятикутник тощо).

2) Фігури можуть бути прості, зафарбовані або заштриховані.

3) Шляхом переміщення фігур в рамках формату створити три врівноважені графічні композиції:

- (1) з домінуванням найбільшої за розміром фігури (1 бал),
- (2) з домінуванням найменшої за розміром (1 бал),
- (3) з домінуванням простору над усіма фігурами (1 бал).

Усі фігури мають бути однакового розміру і вигляду на всіх трьох композиціях, єдині доступні кольори - чорний і білий. Якщо працюєте в офлайн, то рекомендуємо намалювати фігури і вирізати їх, а потім просто переміщати їх на білому листі; якщо в онлайн - створіть для себе один набір фігур і користуйтеся ними, не змінюючи розмір та не додаючи нових.

Критерії оцінювання: дотримання заданого домінування у композиції - 1 бал, максимально за роботу - 3 бали

2. Об'єкт - символ

План роботи:

- 1) Обираємо об'єкт - наприклад, дерево. Далі перебираємо (краще виписати на листочок) усі його реальні характеристики, які спадають Вам на думку: зелене, високе...
- 2) Обираємо другий об'єкт - щось принципово інше. Наприклад, ранок. Створюємо інший список характеристик: світлий, дощовий...
- 3) Обираємо одну характеристику з другого списку і суміщаємо її з першим об'єктом - отримуємо, наприклад, дощове дерево. Обмірковуємо, яким саме чином, за допомогою яких виражальних засобів глядач має зрозуміти/відчути, що ми мали на увазі, - якими мають бути штрихи? Плями? Розміщення? Щільність? Насиченість?
- 4) Зображуємо об'єкт, не забуваючи підписати, що саме ми хотіли тут виразити.

Критерії оцінювання:

Оригінальність ідеї суміщення - 1 бал

Вибір та аргументація візуальної мови - 2 бали

3. "Зняття художності". Фактично, це тренінг з розробки основного невербального елемента логотипу.

План роботи:

- 1) Оберіть послугу або продукт, якому буде присвячено Ваш меседж.
- 2) Напишіть список характеристик, цінностей,
- 3) Зведіть це до предметів-індикаторів і характеристик, які сприймаються через візуальний канал сприйняття. Дво- або багатозначність вітається.
- 4) Зобразіть їх, дотримуючись правил композиції.
- 5) Узагальняйте, спрощуйте і полегшуйте зображення до отримання найбільш простого графічного рішення, яке можна буде використовувати як лого або його частину.

Критерії оцінювання:

Оригінальність ідеї - 1 бал

Дотримання правил композиції - 1 бал

Ефективність спрощення - 1 бал

Аргументація візуальної мови - 1 бал

Тема 4. Колір у візуальних медіа

Оберіть тематику, напрям продуктів чи послуг. Проаналізуйте колірні гами медіаповідомлень з цієї тематики. Спробуйте виявити особливості "традиційного" і "унікальних" колірних рішень для цієї галузі/сфери (2 бали), визначте соціальні джерела їхньої семантики (2 бали).

Тема 5. Особливості оформлення тексту в медіа

1. Калліграфія

Знаряддя й інструменти: плаский пензлик і фарба, розведена до рідкого стану; або перо і чорнило; або еквівалент цього в будь-якому цифровому засобі (але краще робити в офлайн, нехай навіть замість пера буде коктейльна трубочка чи зворотна сторона бамбукової палички для суші, а замість чорнила - міцна кава).

План роботи:

оберіть один із шрифтів зі сторінки 30 Waddington і далі, та спробуйте, керуючись вказівками на літерах, відтворити його.

Завдання не у тому, щоб просто скопіювати форму, а в тому, щоб на рівні власної моторики засвоїти прийоми, за допомогою яких вона конструюється. Це допоможе краще розуміти "характер" шрифтів.

Маєте здати фотографію листка, на якому потрібно відтворити 4 літери обраного шрифту, або ж відповідне зображення з цифрового редактора. Літери обирайте не однакові за складом елементів - щоб були і виносні, і крапельки, і внутрішні проміжки. Не забудьте вказати, який саме шрифт Ви відтворювали.

Важливо:

- 1) якщо ви спробуєте перемалювати літеру олівчиком, а потім заповнити цей контур маркером або фарбою - повірте, це буде видно, тож не марнуйте, будь ласка, час на таке, бо за це одразу буде 0.
- 2) з першого разу акуратно не вийде, і це нормально. Зробіть декілька ітерацій.

Критерії оцінювання:

кожна самотійно написана літера з правильною структурою штрихів = 1 бал, максимальна кількість балів = 4

2. Власний шрифт

Створити принаймні 4 літери власного шрифту, з яких можна скласти слово; здається у вигляді скріншотів, ttf-файлу шрифту і коментаря з приводу призначення шрифту, відповідності його естетики цій меті й обґрунтування стильової єдності літер. Зверніть увагу, що Ваш власний просто собі почерк шрифтом не є:)

Сервіси для виконання завдання: <https://fontstruct.com/> або <https://www.calligraphr.com/>

Зверніть увагу, що в Fontstruct є кирилиця і можна змінювати масштаб сітки - чим менші комірки, тим більш детально ви зможете проробити шрифт.

Критерії оцінювання:

Аргументація естетики - 2

Акуратність і завершеність - 2

Єдність шрифту - 1

3. Шрифтовий плакат

Створіть меседж (соціальна реклама, життєствердний постик в Instagram, філософський плакат для наукової бібліотеки третього тисячоліття... Візьміть щось цікаве) у вигляді шрифтового плаката, шрифтового колажу або шрифтової композиції. Важливо: шрифтовий плакат відрізняється від просто плакату тим, що в ньому виражальним засобом виступає саме шрифт, а не текст - тобто самі форма і вигляд літер транслюють значення. Спосіб самоперевірки перед тим, як здавати завдання: якщо шрифт на плакаті можна змінити на чорний TNR і від цього він не втратить жодної частини свого змісту - будь ласка, подумайте ще. Виконувати можна як в матеріальній, так і в цифровій формі. Можна використовувати фрагменти зображень і взагалі що завгодно, якщо воно відповідає змісту (єдине обмеження щодо змісту - він має залишатися в рамках пристойного).

Критерії оцінювання:

Оригінальність тематики та ідеї - 2

Відповідність візуальної форми (засобів художньої мови і т.ін.) змісту повідомлення - 2

Тема 6. Комунікація за допомогою відеоматеріалів. Фільм та мультфільм

Проаналізувати відеоповідомлення з точки зору прийомів і методів, які використовуються у ньому, щоб:

- 1) розповісти історію (1 бал),
- 2) створити певну атмосферу (1 бал),
- 3) захопити, налякати, розчулити або якимось іншим чином подіяти на емоції глядача (1 бал)

Зробіть висновок про те, чи досягає це відео своєї мети. Що Ви би могли запропонувати поліпшити у ньому з точки зору глядача? (1 бал)

Тема 7. Простір і середовище як візуальні медіа

Розробити новаторську форму упаковки для обраного продукту, яка має включати текст, візуальні елементи, фактури та опис використовуваного матеріалу.

Зверніть увагу, що оцінюється не сама наявність опису, наприклад, форми упаковки, але якість Вашого міркування про те, якою вона має бути, виходячи із властивостей продукту.

Критерії оцінювання:

Текст і візуальні елементи - 1

Фактури та опис використовуваного матеріалу - 1

Аргументація візуальних рішень - 2

Вирішення проблеми споживання - 2

4. ЗАВДАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ, ЩО ПЕРЕДБАЧЕНА НАВЧАЛЬНИМ ПЛАНОМ

Студенти виконують наступні завдання.

1. Аналіз повідомлення (4 бали)

Проаналізуйте будь-яке візуальне повідомлення (пост у мережі, роздаткову рекламу, бігборд, обкладинку книги, etc.)

Чи відповідає це зображення якійсь із класичних структур композиції (трикутник, коло, квадрат і т.д.)? Які засоби композиції тут використано? (2 бали)

Якою траєкторією проходить погляд глядача? Чи є однозначною ієрархія об'єктів на зображенні? Що б Ви змінили, щоб зробити повідомлення ефективнішим? (2 бали)

Важливо: якщо Ви берете для цього завдання ідеальне візуальне повідомлення, Вам не буде що пропонувати як поліпшення. Тому беріть що-небудь більш буденне і звичайне.

2. Пройти і набрати (5 балів):

<https://color.method.ac/> - середній бал за усіма не менше 9 (1 бал)

<https://guessthecolor.com/> - 50 балів або більше на важкому рівні (1 бал)

<http://kolor.moro.es/> - 500 або більше (1 бал)

<http://type.method.ac/> - набрати 80 або більше (1 бал)

<http://shape.method.ac/> (80 або більше) (1 бал)

(здається скріншотами)

3. Зняти/змонтувати вірусний ролик або короткометражку (5 балів)

(смартфону вистачить).

Тема будь-яка, однак має бути заявлена мета (ми хочемо, щоб після перегляду глядач... Що відчув? Про що замислився? Що зробив?), а візуальна естетика має відповідати заявленій меті. Обмеження - як завжди, тримайтесь у межах етики.

Критерії оцінювання:

Наявність і структурованість наративу (2 бали)

Відповідність виражальних засобів тематиці і настрою історії (2 бали)

Ефективність ролика з позиції заявленої мети (1 бал)

5. ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ (ЗАЛІК У ФОРМІ ТЕСТОВОГО ЗАВДАННЯ)

Підсумковим контролем знань є залік (у формі тестових завдань). Тест виконується онлайн (за допомогою Google Classroom і Google Forms). Використання Google Classroom і Google Forms можливе і під час аудиторного виконання тесту.

1. Як співвідносяться цільова аудиторія та вибір виду комунікації?
2. Розкрийте зв'язок між формою і функцією повідомлення.
3. Яким є значення дизайну в масових комунікаціях?
4. Розкрийте можливості використання символів, образів, асоціацій і алюзій в масових комунікаціях, зокрема, у рекламі та PR.
5. Розкрийте основні закономірності зорового сприйняття.
6. Що таке композиція? Назвіть та охарактеризуйте її основні правила.
7. Перелічіть відомі Вам засоби композиції, коротко охарактеризуйте кожен.
8. Поясніть, у чому полягає принцип «золотого перерізу» у візуальних повідомленнях.
9. У чому полягає роль пропорції, симетрії, масштабу та формату у візуальному повідомленні?
10. Розкрийте поняття контрасту, нюансу, іррадіації, ритму та метру.
11. Поясніть, як звернення до простору, текстури та фактури може підвищити ефективність візуального повідомлення?
12. Розкрийте основні принципи гештальт-психології у дизайні повідомлення.
13. Що таке колір? Дайте визначення поняттям фоновому та додаткового кольору, тону, насиченості та яскравості (див.Т. Печенюк «Кольорознавство»)
14. Статичні і динамічні повідомлення. Сучасний акцент на динаміці: активність (текст, відео) та інтерактивність (інтернет-сервіси).
15. Що таке шрифт? Як з'явилися друковані шрифти?
16. Різновиди шрифтів. Сім'ї, накреслення, візуальна єдність шрифта.
17. Розбірливість
18. Читабельність
19. Об'ємність
20. Опишіть способи виділення окремих елементів у тексті.
21. Які графічні об'єкти розміщуються в тексті? Охарактеризуйте їхнє значення для підвищення ефективності повідомлення.
22. Охарактеризуйте особливості типографіки у веб-дизайні.
23. Розкрийте основні тренди сучасної типографіки.
24. Опишіть особливості впливу синтетичних медіа на аудиторію.
25. Наратив у відео. Естетика і особливості відеоповідомлень.
26. Розкрийте сутність основних методів забезпечення композиційної єдності відеоряду.
27. Охарактеризуйте роль матеріальної складової у повідомленні.

28. Композиційні особливості упаковки як медіа.
29. Упаковка і ергономіка користування продуктом.
30. Які основні форми та види упаковки Вам відомі? Які з них використовуються для споживчих продуктів, продуктів розкошу? Як це пов'язано із культурними особливостями спільнот?

6. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ СТУДЕНТІВ

Денне і заочне відділення

Семінарські, самостійні, контрольні роботи								Залік	Сума
T1	T2	T3	T4	К.р.	T5	T6	T7	40	100
5	5	10	4	12	13	4	6		

Критерії оцінювання практичних і творчих завдань

Через творчий характер завдань, критерії уточнюються окремо у клжному з них у відповідності до характеру роботи, але загальний принцип оцінювання за кожним параметром наступний:

Характеристика роботи	Кількість балів
Студент(ка) здійснює логічно правильний, послідовний аналіз усіх елементів представленого матеріалу, пропонує оригінальні ідеї, аргументує їх із посиланнями на відповідні дослідження, вірно використовує категорії і терміни	Максимальна кількість балів
Студент(ка) здійснює аналіз деяких елементів представленого матеріалу, пропонує запозичені ідеї, але розвиває їх у відповідності до завдання, аргументує їх без посилань, загалом вірно використовує деякі категорії	Половина максимальної кількості балів
Студент(ка) не аргументує аналіз, ідеї запозичені з джерел та є чистою копіяцією або відсутні, плутає або не може використати категорії	1 бал

На курсі також діють правила щодо здачі завдань у встановлені терміни, які обмежують можливість оцінювати завдання максимально високо, якщо студент запізнився із ним без поважної причини, для якої є документальне підтвердження.

Характеристика роботи	Максимальна можлива кількість балів
Студент(ка) виконує роботу у встановлений термін	Максимальна кількість балів
Студент(ка) виконує роботу після встановленого дедлайну, однак не пізніше ніж за тиждень після нього	Половина максимальної кількості балів

Студент(ка) не виконує роботу взагалі або виконує її пізніше, ніж через тиждень після встановленого дедлайну	0 балів
--	---------

Критерії оцінювання контрольної роботи

Параметр	Варіювання	Максимальна кількість балів
Глибина аналізу і повнота охоплення (за кожним із 2 питань першого завдання)	1 – студент(ка) здійснює логічно правильний, послідовний аналіз усіх елементів представленого матеріалу 0,5 – відсутня одна з характеристик або обидві наявні не повною мірою 0 – відсутні обидві	2
Досягнення вказаної кількості очок (на кожному з тренажерів у другому завданні)	1 - досягнуто вказану кількість очок 0 - не досягнуто	5
Наявність і структурованість наративу (відеоролик у третьому завданні)	2 – наратив наявний, структура оригінальна або стандартна 1 – наратив неявний, структура втрачена 0 – наратив відсутній	2
Відповідність виражальних засобів тематиці і настрою історії (відеоролик у третьому завданні)	2 – виражальні засоби повною мірою відповідають настрою історії 1 – не всі виражальні засоби відповідають настрою історії, або не повною мірою 0 – виражальні засоби не відповідають настрою історії	2
Ефективність ролика з позиції заявленої мети (відеоролик у третьому завданні)	1 – ролик відповідає заявленій меті 0 – ролик не відповідає заявленій меті	1
Усього		12

Критерії оцінювання залікового тесту

Характеристика відповіді	Максимальна кількість балів
--------------------------	-----------------------------

Правильна відповідь на стандартне тестове запитання	1
Усього	40

Шкала оцінювання

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