

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

**ПРОГРАМА
атестаційного екзамену
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 061 – «Журналістика», освітньо-професійної програми –
«Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю»**

для денної та заочної форм навчання

**з дисципліни «Історія та теорія журналістики, медіакомунікацій
та зв'язків з громадськістю»**

Затверджено на засіданні
науково-методичної комісії
соціологічного факультету
протокол № __ від _____ 2020 р.
Голова науково-методичної комісії
соціологічного факультету

_____ Юлія СОРОКА

Програма складається з питань за базовими дисциплінами, які вивчалися студентами протягом чотирьох років навчання за спеціальністю 061 – «Журналістика», освітньо-професійної програми – «Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю», а також рекомендованої літератури. Програма атестаційного екзамену є нормативним документом для контролю знань випускників, які претендують на отримання диплому першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Основи теорії комунікації

Вступ до теорії комунікації

Поняття комунікації, її схема, елементи та функції. Комунікація як життєва потреба, як засіб забезпечення успішності спільної діяльності людей, як засіб презентації і само презентації, як засіб формування іміджу, репутації. Вплив сучасних комунікаційних технологій на життєдіяльність індивіда, групи, суспільства. Інтегральні комунікації. Комунікативна компетентність особистості. Закони та категорії теорії комунікації. Специфіка законів комунікації. Ключові категорії теорії комунікації. Функції та методи теорії комунікації. Процес розвитку засобів комунікації. Комунікативні революції. Г.М. Маклюен про "холодні" і "гарячі" засоби комунікації.

Витоки та основні підходи до теорії комунікації

Уявлення про комунікацію як про процес і структуру. Структурні моделі комунікації. Перші підходи до розуміння комунікацій. Сучасні теорії комунікації. Інтераціоналістський підхід до розуміння комунікацій. Технократична група теорій комунікацій. Інтераціоналістська група теорій комунікацій. Комунікативний простір. Сфери комунікації. Соціальна комунікація: поняття, характерні риси, функції. Тренди розвитку комунікацій: глобалізація комунікацій, віртуалізація комунікацій, візуалізація комунікацій, конвергенція комунікацій.

Процес комунікації. Моделі комунікації

Процес комунікації та його елементи. Одиниці аналізу комунікації. Основні поняття і терміни, використовувані для аналізу комунікативного процесу та його елементів. Кодування і декодування в комунікаційних процесах. Комунікатори і комуніканти як суб'єкти комунікації. Професійний і соціальний аспекти діяльності професійних комунікантів. Типи комунікантів. Структурні моделі комунікації. Семіотичні моделі комунікації. Модель мовної комунікації Р. Якобсона. Модель комунікації Ю. Лотмана. Модель комунікації Умберто Еко.

Комунікативні бар'єри

Поняття «комунікативні бар'єри». Множинність класифікацій комунікативних бар'єрів. Ефективність комунікацій і стилі комунікацій. Цензура як специфічний бар'єр комунікації, її види, методи, мімікрія, роль в сучасному комунікативному просторі. Технології подолання комунікативних бар'єрів.

Види комунікацій: вербальна, невербальна, паравербальна

Вербальні комунікації в комунікативному просторі. Семіотика, синтактика, семантика, прагматика та їх роль у дослідженні вербальних комунікацій. Вербальна комунікація: форми, стилі, контексти. Стратегії вербального впливу. Форми мовної комунікації. Діалог: його особливості, типи, правила організації та проведення. Монолог: основні комунікативні ситуації його використання,

класифікація. Суперечка як різновид мовної комунікації. Стратегія і тактика аргументації у вербальній комунікації. Комунікативні моделі і види аргументування: модель «Монолог», модель «Суперечка», модель «Полеміка». Властивості, ситуативна обумовленість, види усномовної комунікації. Письмовомовна комунікація. Невербальна комунікація, її сутність, компоненти. Види невербальної комунікації: кінетика, проксемика, хронеміка, окулістика, такесика та сенсорика. Невербальні компоненти комунікації: погляд, дотики, жести. Способи взаємозв'язку між вербальною і невербальною комунікацією. Сутність, характеристика і засоби паравербальної комунікації.

Прикладні комунікації: кризові, міжнародні, політичні, релігійні. Міжкультурна комунікація

Загальна характеристика кризових, міжнародних, політичних, релігійних комунікацій.

Поняття та особливості кризової комунікації. Теорії кризової комунікації. Теорія відновлення іміджу. Ситуаційна теорія кризової комунікації. Сучасні тенденції в кризових комунікаціях. Політична комунікація, її функції, види, засоби. Політична публічна і політична непублічна комунікації. Поняття релігійної комунікації. Комунікаційна система релігії. Вертикальна та горизонтальна релігійна комунікація. Релігійне послання як комунікація. Релігійні інтернет-комунікації. Методологія та понятійний апарат міжкультурної комунікації. Специфіка міжкультурної комунікації. Контекст, форми міжкультурної комунікації. Типи реакції особистості при сприйнятті чужої культури. Міжкультурна комунікація як потрійний переклад: міжмовний, міжкультурний, міжособистісний. Поняття, симптоми, форми вияву, причини кроскультурного шоку. Фактори, що впливають на кроскультурний шок. Фази кроскультурного шоку і можливості подолання його негативних наслідків.

Рівні комунікації: міжособистісні, групові, публічні, ділові, масові, організаційні

Загальна характеристика міжособистісних, групових, публічних, ділових, організаційних комунікацій.

Публічна комунікація як різновид соціальної комунікації. Публічна комунікація і публічний простір. Засоби масової комунікації: поняття, типологія. Масова комунікація: поняття, характеристики, види, формати, форми, функції. Традиції дослідження масової комунікації. Огляд теорій і концепцій масової комунікації. Організаційні комунікації. Інформаційно-комунікативний ресурс розвитку організації. Умови та фактори, що сприяють ефективній комунікації в організації. Соціокультурна обумовленість комунікації в організаціях. Комунікативні ролі в організації.

Історія медіа

Дисципліна «Історія медіа» присвячена ознайомленню з основними медіа, чинниками їх виникнення та розвитку. Навчальна дисципліна дає уявлення про сутнісні характеристики традиційних та нових медіа.

Аналізуються медіатехнології на початку ери друкованих медіа, розвиток книгарства як медіатехнології, становлення друкованої культури; телефон та

телеграф як види медіа; історія фотографії; радіо і телебачення як медіаносії і транспортні засоби. Виділяються фактори розвитку аудіовізуальної культури. Розглядається народження екранної інформації; формування екранної мови як нового мистецтва і способу відображення вигаданого і реального матеріалу; тенденції в кіно та в мистецтві - рух до постмодернізму; тенденції в ЗМІ (початок масового телебачення, сучасне кіно і телебачення); затвердження нормативної стилістики звичного сьогодні кіно.

Особлива увага приділяється новітнім комунікаційним технологіям та медіатизація суспільства, появи та розвитку соціальних медіа, інтеграції комунікативних технологій в епоху нових медіа.

Основи журналістики

Журналістика як предмет вивчення: структура основних понять. Основні завдання теорії журналістики на рівні об'єкту, предмету, методів вивчення. Особливості журналістики та комунікативних дисциплін. Теорія журналістики як спеціальна комунікативна теорія. Масова інформація - фундаментальне поняття в структурі системи категорій теорії та практики сучасної журналістики.

Журналістика як соціальний інститут громадянського суспільства. Теоретичні, соціально-політичні та історичні передумови становлення журналістики як соціального інституту. Сучасний стан журналістики як соціального інституту: особливості та характеристики. Криза у традиційному розумінні місця та ролі журналістики. Специфіка комунікативних можливостей журналістики як соціального інституту в умовах нових медіа.

Соціальні функції журналістики: система та взаємодія. Функції журналістики, їх обґрунтування. Функціональний підхід до журналістської діяльності. Функціональна роль ЗМК в громадській системі та представлення про функції різних суб'єктів системи журналістської діяльності. Функціональні, дисфункціональні, нефункціональні, афункціональні результати. Функції журналістики як система, їх заємодоповнення в масово-інформаційному процесі.

Журналістика як сфера масово-інформаційної діяльності. Множинність значень терміну «інформація» при його використанні у повсякденній журналістській діяльності. Якісна специфіка теоретичного змісту поняття «інформація». Інформація потенційна, прийнята і реальна. Масово-інформаційна природа журналістики. Три етапи масово-інформаційного процесу. Семантика, синтактика, прагматика журналістського наративу. Три критерії інформативності.

Дієвість та ефективність журналістської діяльності. Ефективність як міра результативності взаємодії з масовою аудиторією. Результативність як міра функціонального досягнення цілі. Можливі варіанти дії ЗМК на споживача інформації. Формула дієвої результативності. Ефективність журналістської діяльності – показник успішності діяльності по досягненню встановлених цілей. Взаємозалежність ефективності та дієвості в журналістиці.

Новини як базовий компонент журналістики. Новинна інформація: онтологічний та гносеологічний сенси. Багатовимірність дефініції «новини». Методологічний базис досліджень журналістських новин, новинної комунікації.

Новини як одночасний засіб комунікації та інформації. Потреба в новинах як стимул виникнення та розвитку сучасного комунікативного простору. Дослідження диверсифікація мультимедійного (конвергентного) контенту новин. **Конвергентна журналістика нових медіа.** Журналістика нових медіа: конвергенція, яка заснована на інтернет-комунікації, зміни параметрів масової інформації як базової категорії інтернет-комунікації. Дискурс конвергентної журналістики в нових медіа. Створення, редагування та управління інтернет-контентом, виготовлення конвергентного дискурсу з урахуванням специфіки нового інформаційно-комунікативного середовища. Журналістика та блогосфера, громадські медіа, громадська журналістика.

Теорія та практика реклами

Основні наукові підходи до розуміння реклами. Роль і значення реклами в сучасному суспільстві. Регулювання рекламної діяльності. Глобальні тенденції розвитку реклами.

Види та типи реклами. Теоретичне та практичне значення вивчення видів і типів реклами. Цілі реклами та тип рекламодавця як базові критерії класифікації реклами. Основні (загальні) класифікаційні критерії і види реклами (відповідно). Комерційна і некомерційна реклама. Класифікаційні характеристики комерційної реклами. Огляд основних типів некомерційної реклами (соціальна, політична, державна, територіальна, особистісна).

Реклама і теорія комунікацій. Модель рекламної комунікації, її елементи та характеристики. Комунікаційні характеристики реклами. Соціально-психологічні основи реклами (рівні психологічного впливу реклами, основні психологічні механізми, потреби та мотиви в рекламі, тестемоніум). Соціологічне забезпечення (супроводження) рекламної діяльності.

Рекламне повідомлення, рекламне оголошення і рекламне звернення: загальне і відмінність. Основні етапи і технології процесу розробки рекламного повідомлення. Зміст рекламного повідомлення: психологічний і маркетинговий підходи. Основні моделі рекламних звернень (AIDA, AIDMA, ACCA, DOGMAR, DIBABA, 4A та інші). Концепція унікальної торгівельної пропозиції (УТП/ UTP) як підходу до формування рекламного повідомлення. Рівні рекламного повідомлення. Форма рекламного звернення: поняття та її елементи (жанр, стильове рішення, тон, атмосфера). Дизайн у рекламі. Структура рекламного звернення: підходи, поняття і композиція (елементи). Творчі рекламні стратегії (TRC) в розробці рекламного повідомлення. Раціональні TRC. Проекційні TRC. Рекламний бриф: поняття (визначення і призначення), види, структура.

Поняття каналу рекламної комунікації і медіаносіїв. Медіапланування як практична діяльність та його роль в рекламній кампанії. Основні види реклами (за каналом розповсюдження реклами) та їх характеристика (носії, особливості, можливості та обмеження). [ТВ-реклама. Реклама в пресі. Реклама на радіо. Комп'ютерна реклама. Мобільна реклама. Транспортна реклама. Поліграфічна реклама. Зовнішня реклама. Внутрішня реклама. Реклама в кінотеатрах. Product Placement. Реклама на нестандартних носіях. (Носії, особливості, можливості та обмеження).]

Реклама в системі маркетингової комунікації. Роль реклами в реалізації маркетингових технологій. Реклама як інструмент брендінга.

Основні поняття і підходи до управління рекламою. Інформаційне забезпечення реклами (рекламної діяльності). Планування рекламної діяльності. Організація рекламного процесу, його структура та учасники. Контроль рекламної діяльності (рекламний аудит, оцінка ефективності реклами).

Теорія та практика зв'язків з громадськістю

Дисципліна «Теорія та практика зв'язків з громадськістю» являє собою курс лекцій, семінарів, практичних занять, присвячених вивченню теорії та практики зв'язків з громадськістю, підходів та технологій PR діяльності. Навчальна дисципліна дає уявлення про історію виникнення та розвитку публік-релейшнз як професійної діяльності, мету та функції PR-діяльності, вимоги до фахівця з PR та сфери його діяльності, поняття «громадськість» у теорії і практиці PR та головні принципи комунікації з різними типами громадськості у рамках проведення PR-кампаній, сутність, етапи та елементи комунікації, вплив публік-релейшнз на громадську думку, способи, інструменти та канали цього впливу, галузі функціонування PR-діяльності, завдання PR-кампаній комерційних та некомерційних організацій, взаємодію зі ЗМІ під час PR- кампанії, особливості антикризової PR-кампанії, методи збору інформації у практиці PR, планування, програмування, реалізацію PR-кампанії та оцінку її ефективності.

Методологія та методи досліджень медіакомунікацій

Навчальна дисципліна «Методологія та методи дослідження медіакомунікацій» являє собою курс лекцій, семінарів, практичних занять, присвячених вивченню загальних методологічних і методичних принципів проведення кількісних і якісних міждисциплінарних досліджень в галузі медіакомунікацій. Також дисципліна спрямована на набуття студентами відповідних навичок теоретичних та емпіричних досліджень, включає в себе як теоретичний, так і практичний матеріал. Дається уявлення про медіакомунікації як складне, багатоаспектне явища, з яким безпосередньо пов'язана фахова діяльність в межах спеціалізації; про особливості сьогоденних інформаційно-комунікативних процесів; про основні сучасні напрямки теоретичних і практичних досліджень медіакомунікацій; про методологію теоретичного та емпіричного дослідження; про загальнонаукові, універсальні і спеціальні методи дослідження медіакомунікацій, про принципи розробки методологічної стратегії кількісного і якісного емпіричних досліджень в цій галузі; про правила розробки, організації і проведення емпіричних досліджень, про методи збору та аналізу дослідницької інформації.

Історія світової та української журналістики

Програма навчальної дисципліни «Історія світової та української журналістики» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності – 061 Журналістика освітньої програми – Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю.

Метою викладання навчальної дисципліни «Історія світової та української журналістики» є дати студентам загальне уявлення про обставини виникнення та функціонування періодичних видань у світі, забезпечити засвоєння студентами основних етапів генези преси та її типологічних ознак, а також допомогти їм у систематизації історичних знань про основні тенденції розвитку світової журналістики.

У результаті вивчення курсу «Історія світової та української журналістики» студент повинен знати головні поняття та категорії масової інформації в їх історичному становленні, розвитку та сучасному значенні, розуміти головні етапи розвитку журналістики як в Україні та і у світі, вміти застосовувати теоретичні знання для створення сучасного журналістського тексту, аналізувати історико-журналістські явища, а також поліпшити власну практичну діяльність.

Навчальним планом та програмою навчальної дисципліни передбачені різні види завдань, за виконання яких протягом семестру студенти набирають певну суму балів, яка дозволяє (або не дозволяє) скласти екзамен.

Медіапсихологія

Медіапсихологія як галузь психологічної науки. Предмет, завдання, категорії і принципи медіапсихології. Базові поняття. Завдання та напрями медіапсихологічних досліджень.

Теорії та моделі масових комунікацій. Основні характеристики масових комунікацій. Соціально-психологічні функції медіа в сучасному суспільстві. Формування стереотипів і соціальних уявлень в процесі масових комунікацій..

Психологічні методи впливу масмедіа на аудиторію (зараження, навіювання, переконання, наочіння, рекламні маніпулятивні техніки і стратегії, громадська думка, епатажність, міфологізація, віртуалізація, сенсаційність).

Зарубіжні і вітчизняні концепції медіаосвіти. Медіаосвіта і проблема інформаційно-психологічної безпеки особистості. ЗМІ і проблема «інформаційного імунітету» (Е. Проніна).

Медіакомпетентність як результат медіаосвіти і властивість особистості. Медіакомунікативна компетентність, медіаграмотність, медіаосвіта, медіазахищеність: співвідношення понять. Структура і критерії медіакомпетентності. Види грамотності і освіченості по відношенню до ЗМІ. Поняття «медіаімунітет».

Поняття “вплив”, “особистий вплив” і “соціальний вплив”. Поняття психологічного впливу. Основні механізми впливу (переконання, навіювання, зараження, наслідування).

Психологічні особливості протистояння впливам. Універсальний алгоритм захисту. Система методів психологічної протидії впливам.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основи теорії комунікації

1. [Адамьянц Т. З.](#) Социальные коммуникации: учебник для академического бакалавриата. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Изд-во Юрайт, 2018. 200 с.

2. Коноваленко М. Ю., Коноваленко В. А., Швед Н. Г. Основы интегрированных коммуникаций: учебник и практикум для академического бакалавриата. Москва: Юрайт, 2017. 486 с.

3. Почепцов Г. [Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття](#). Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с.

Основы теории коммуникации: учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Д. Венедиктова [и др.]; под ред. Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. Москва: Изд-во Юрайт, 2017. 193 с.

4. Гриффин Э. Коммуникация: теории и практики; пер. с англ. Харьков: Гуманитарный центр, Науменко А. А., 2015. 688 с.

5. Кастельс М. Власть коммуникации / пер. с англ. Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. 564 с.

6. Основы теории коммуникации: Учебник / Под ред. М. А. Василика. Москва: Гардарика, 2006. 615 с.

7. Communication theory & research: Communication theory and research: an EJC anthology / Ed. by Denis McQuail a. o. London et al.: Sage publications, 2005. X, 306 p. (European journal of communication).

Ling R., Donner J. Mobile communication. Cambridge: Polity press, 2009. 200 p.

Словники. Хрестоматії

1. Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. Москва: Изд-во Московского ун-та, 2004. 416 с.

2. Жукова И., Лебедько М., Прошина З., Юзефович Н. Словарь терминов межкультурной коммуникации. Москва: Издательство Флинта, 2013. 632 с.

3. Новые медиа: социальная теория и методология исследований: словарь-справочник / отв. ред. О. В. Сергеева, О. В. Терещенко. СПб.: Алетейя, 2015. 264 с.

4. Солганин Г. Я. Толковый словарь. Язык газеты, радио, телевидения: ок. 10 000 слов и выражений. Москва: АСТ: Астрель, 2008. 750 с.

5. Средства массовой коммуникации и социальные проблемы: хрестоматия / пер. с англ. и сост. И. Г. Ясавеев. Казань: Изд-во Казанского ун-та, 2000. 224 с.

6. Эффективная коммуникация: история, теория, практика: Словарь-справочник / Отв. ред. М. И. Панов. Москва: ООО «Агентство «КРПА Олимп», 2005. 960 с.

Історія медіа

1. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие / под ред. М. М. Лукиной. — М. : Аспект Пресс, 2010. — 348 с.

2. Кирия, И. В., Новикова, А. А. История и теория медиа [Текст] : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017

3. Маклюэн М. Галактика Гуттенберга: становление человека печатающего, М.: Академи-ческий проект, 2005. Поллак П. Из истории фотографии. – М.: Планета, 1983
4. Манович Л. Язык новых медиа. М.: Ад маргинем Пресс, 2018. — 400 с.
5. Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов / под ред. А. Бриггза, П. Колби. – 2-е изд. – М. : Юнити-Дана, 2005. – 550 с.
6. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. Изд. стереотип. — М.: Либроком, 2014. — 354 с.
7. Потятиник Б. В. Медіа: ключі до розуміння / Б. В. Потятиник. Серія: Медіакритика. – Львів : ПАІС, 2004. – 312 с. История печати / под ред. Я.Н. Засурского и Е.Л. Вартановой, 1 т., М.: Аспект-пресс, 2001.
8. Стебльов С.О. Історія і теорія медіа: навчально-методичний посібник, Х.: ХНУ, 2011
9. Филиппов С Киноязык и история. Краткая история кинематографа и киноискусства. М.,2006
10. Черных А.И. Мир современных медиа, М.: Территория будущего, 2007.

Основи журналістики

Основна

1. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навч. посібн. / пер. з нім. В. Климченко, А. Баканов. – К. : Академія Української Преси, 2011. – 262 с.
2. Животко А. П. Історія української преси : навч. посіб. для студ. ф-тів журналістики вищих закл. освіти / М. Тимошик (упоряд.). – К. : Наша культура і наука, 1999. – 368 с
3. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: підручник / 2-ге вид., перероб. і доп. – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с.
4. Квіт С. Масові комунікації : Підручник. – К.: Вид. дім «Києво- Могиллянська академія», 2008. – 206 с.
5. Крейг Р. Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / пер. з англ. А. Іщенко. – К. : Києво-Могиллянська академія, 2007. – 324 с.
6. Ла Рош, фон В. Вступ до практичної журналістики : навч. посіб. / пер. з фр. – К.: Академія Української Преси, 2005. — 229 с.
7. Лубкович І. М. Соціологія і журналістика : підруч. для журналістів . – Львів : ПАІС, 2005. – 176 с.
8. Рус-Моль Ш. Журналістика : посіб. / пер. з нім. В. Климченко; наук. ред. В. Іванов. – К. : Академія Української Преси, Центр вільної преси, 2013. – 343 с.
9. Халер М. Пошук і збір інформації : навч. посіб. / пер. з нім. за загал. ред. В. Ф. Іванова та А. Коль. – К. : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2006. – 308 с.
- 10.Чекмишев О.А. Основи професіональної комунікації: Теорія і практика новинної журналістики. – К.: Логос, 2004.
11. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн журналістики / пер. з нім. В. Климченко; за загал. ред. В. Іванова. – К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2014. – 358 с.

Допоміжня

12. Больц Н. Абетка медіа / пер. з нім. В. Климченка. – К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2015. – 177 с.
13. Бурдые П. О телевидении и журналистике / пер. с фр. – М. : Прагматика культуры; Ин-т экспериментальных исследований, 2002. – 159 с.
14. Владимиров В. М. Журналистика, особа, суспільство : проблема розуміння / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2003. – 282 с.
15. Журналистика та медіа : довідник / Зігфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьюрксен ; пер. з нім. П. Демешко та К. Макєєв; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. – К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. – 529 с.
16. Каппон Р. Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс: професійний порадник / пер. з англ. А. Іщенко. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2005. – 158 с.
17. Костенко Н. Досвід контент-аналізу : Моделі та практики: монографія . – К. : Центр Вільної Преси, 2003. – 200 с.
18. Луман Н. Реальность массмедиа – Die Realitat der Massenmedien / пер. с нем. Ю. Антоновского. – М. : Праксис, 2005. – 254 с.
19. Маклюэн М. Понимание медиа : Внешние расширения человека . – М. : КАНОН-пресс-Ц, 2003. – 464 с.
20. Мас-медіа у термінах і визначеннях: Корот. слов.-довід.: навч. посіб. / [Уклад. Ю. В. Боднар]. – К.: МАУП, 2005. – 224 с.
21. Москаленко А. З. Теорія журналістики: Підручник. – К.: «Експрес- об'ява», 1998. – 337 с.
22. Партико З.В. Теорія масової інформації: Конспект курсу лекцій. – К., 2004. – 200 с.
23. Потятиник Б. Медіа : ключі до розуміння / Б. Потятиник. – Львів: ПАІС, 2004. – 312 с
24. Різун В. В. Основи журналістики у відповідях та заувагах . – К.: Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2004. – 80 с.
25. Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті / під ред. Ю. М. Бідзіля. – Ужгород : Закарпаття, 2007. – 224 с.
26. Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы / Пер. с англ. – М.: Медиа Мир, 1998.
27. Стівенс Мітчел, Бет М. Олсон. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет – Broadcast news /Пер. з англ. – Київ, Києво-Могилянська академія, 2008. – 407 с.
28. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / пер.с англ. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 400 с.
29. Фихтелиус Э. Новости: Сложное искусство работы с информацией / Пер. со швед. – М.: Медиа Мир, 2008. – 200 с.
30. Чічановський А.А. Новина в журналістиці. – К.: Грамота, 2003. – 48 с.

Теорія та практика реклами

1. Балабанова Л. В. Рекламний менеджмент: Підручник/ Л.В. Балабанова, Л.О. Юзик. – К.: ЦУЛ, 2013. – 391с.

2. Батра Р. Майерс Дж., Аакер Д. Рекламный менеджмент. М.; СПб.: Вильямс, 2004.
3. Головлева, Е.Л. Основы рекламы / Е.Л. Головлева. – М.: ОАО «Московские учебники», 2006. – 271 с.
4. Михайлова В. А.. Теорія і практика реклами. Підручник / За ред. Тулупова В. В. - СПб.: Изд-во - 528 с., 2006.
5. Музыкант В.Л. Теория и практика рекламы. М. 2011. –
6. Основы рекламы і зв'язків із громадськістю: підручник /за заг. ред. В. Ф. Іванова, В. В. Різуна.– К.: Видавничо -поліграфічний центр «Київський університет », 2011. – 431 с.
7. Поцепцов Г.Г. Теория коммуникации. М., К.:Ваклер, 2001.
8. Ромат Е. Реклама в системе маркетинга. К.: Студцентр, 2008.
9. Ромат Е. Теория и практика рекламы. СПб.: Питер, 2016.
10. Ромат, Е. В. Реклама / Е.В. Ромат. - М.: Питер, **2014**. - 496 с.
11. Сендидж Ч. Реклама: теория и практика рекламы. М.: "Сирин", при участии "МТ-ПРЕСС", 2001.
12. Уильям Ф. Аренс, Михаэль Ф. Вейголд, КристианАренс. Современная реклама. М.: Эксмо, 2011.
13. Федотова, Л.Н. Реклама: теория и практика. Учебник для академического бакалавриата / Л.Н. Федотова. – М.: РГГУ, 2016. - 392 с.
14. Хопкинс К. М. Реклама. Научный подход. М., 2005.

Словники, енциклопедії, довідники

1. Єрмоленко С. Я. Словник іншомовних слів: тлумачення, словотворення та слововживання [Текст] / За редакцією. С. Я. Єрмоленка // «Фоліо», Харків. – 2006. – С. 98.
2. Кузьмина, О. Г. Социологическое обеспечение рекламы и маркетинга. Учебное пособие / О.Г. Кузьмина. - М.: Дашков и Ко, Наука-Спектр, 2015. - 188 с.
3. Маркетинг: Энциклопедия/ Под ред. М.Бейкера. – СПб.: Питер, 2002
4. Музыкант, В. Л. Психология и социология в рекламе / В.Л. Музыкант. - М.: РИОР, Инфра-М, 2013. - 224 с.
5. Песоцкий, Е. А. Реклама и мотивация потребителей / Е.А. Песоцкий. – М.: ИЛ, 2014. - 240 с.
6. Словарь терминов по рекламе .– Режим доступу: http://www.perfekt.ru/dictionaries/rekl/s_rus.html
7. Словарь: реклама. Advertising vocabulary.– Режим доступу: <http://www.dinternal.com.ua/business-english/advertising-vocabulary/>
8. Шарков Ф.И. Современные маркетинговые коммуникации. Словарь-справочник. М.: Изд-во "Альфа-Пресс", 2006.

Першоджерела

1. Огилви, Д. Огилви о рекламе /Д. Огилви; пер. с англ. А. Гостева, Т. Новиковой. – М.: Эксмо, 2006. – 232 с..

2. Огородникова Е. Реклама как форма массовой коммуникации [Электронный ресурс] [Текст] / Е. Огородникова // Научно-культурологический журнал RELGA. – № 11 (113). – 2005. – Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tguwww.woa/wa/Main?textid=575&level1=main&level2=articles>.
3. Олгови, Д. Записки рекламного агента /Д. Олгови. – М.: Спирин, 2001. – 324 с.
4. Пономарів О. Про мову реклами [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ponomarov-kultura-slova.wikidot.com/mova-reklamy>.
5. Про доступ до публічної інформації. Закон України.– Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/official-documents/2011-02-09/60020>
6. Про друковані засоби масової інформації (преси) в Україні. Закон України. – Режим доступу: <http://www.minjust.gov.ua/0/7184>
7. Про інформацію. Закон України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>
8. Про рекламу. Закон України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>
9. Про телебачення і радіомовлення. Закон України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3759-12>
10. Шевчук Д. А. Реклама и рекламная деятельность: конспект лекций. – М. 2010. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.litmir.net/br/?b=139294>.

Теорія та практика зв'язків з громадськістю

1. Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое / С. Блэк : пер. С англ. – М. : Новости, 1990. – 240 с.
2. Королько В.Г. Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: Підручник для студентів вищих навчальних закладів/ 3-є вид. Доп. і перероблене – К.: Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2009.– 831 с.
3. Пізнюк Л. В. Паблік рилейшнз: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. С. М. Квіта. – К.: Ун-т «Україна», 2005 – 239 с.
4. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології ХХІ століття.- Видавничий дім “Києво-Могилянська академія”, 2017.- 260 с
5. Реклама і зв'язки з громадськістю: конспект лекцій. Навч. посібник. Електронне видання. Укладач М.Г. Житарюк. – Вінниця, 2015. – 165 с.
6. Романовський О. Г. Основи паблік рилейшнз : навчально-методичний посібник/ О. Г. Романовський, Н. В. Серета, Є. В. Воробйова. – Х. : НТУ «ХП», 2015. – 176 с
7. Скотт М. Катлип. Паблік рилейшнз: теория и практика :учеб. пособ. / Скотт М. Катлип, Аллен Х. Сентер, Глен М. Брум : пер. С англ. – 8-е изд. – М.; СПб.; К. : Вильямс, 2003. – 624 с.
8. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2001 – 104 с

Методологія та методи досліджень медіакомунікацій

1. Белановский С. А. Метод фокус-групп. – М.: Магист, 1996. – 272 с.
2. Белановский С.А. Глубокое интервью : Учебное пособие. – М. : Никколо-Медиа, 2001 – 320 С.
3. Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Прикладная социология: методология и методы : интерактивное учебное пособие / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. – [416 с.]
4. Захарченко А. П. Засади кількісного аналізу інформаційних кампаній / А. П. Зазарченко // Information Society. 2017. Issue 26 (July-December).
5. Костенко Н. В. Досвід контент-аналізу: моделі та практики : монографія / Н. В. Костенко, В. Ф. Іванов. – К. : Центр вільної преси, 2003. – 200 с.
6. Леонотович О. А. Методы коммуникативных исследований / Леонтович Ольга Аркадьевна. – М. : Гнозис, 2011. – 224 с.
7. Мак-Квейл, Д. Теорія масової комунікації // Деніс Мак-Квейл [перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків]. – Львів : Літопис, 2010;— С. 301—328.
8. Малышева Е. Г. Методология и методы медиаисследований / Е. Г. Малышева, О. С. Рогалева. – Омск : Изд-во Ом.гос. ун-та, 2017. – 131 с.
9. Назаров, М. М. – Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации. Опыт междисциплинарного исследования / Назаров М. М., Папантиму М. А. – М. : ЛИБРОКОМ, 2009. – 2016 с.
10. Филипс Л. Дж. Дискурс анализ: теория и метод : пер. с англ. / Луиза Дж. Филипс, Марианне В. Йоргенсен ; [науч. ред., предисл. А. А. Киселева]. – Х. : Гуманитарный Центр, 2004. – 336 с.
11. Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М. : Добросвет, 1999, с. 71-83.
12. Методы исследования массовой информации: учебное пособие / сост. О. Н. Горячева, О. Г. Гунько, М. Г. Яковлева. – Набережные Челны : ИПЦ Набережночелнинского института К(П)ФУ, 2015. – 104 с.

Історія світової та української журналістики

Основна література

1. Беспалова А. Г., Корнилов Е. А., Короченский А. П., Лучинский Ю. В., Станько А. И. История мировой журналистики. – Ростов-на-Дону : Издательский центр «Март», 2003. – 432 с.
2. Ворошилов В. В. Журналистика. Базовый курс: Учебник. – 5-е изд. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2006. – 640 с.
3. Жиленко І. Р. Історія зарубіжної журналістики (від античності до II пол. XVIII ст.): навчальний посібник / І. Р. Жиленко – Суми : Вид-во СумДУ, 2010. – 285 с.
4. Федченко П. М. Преса та її попередники. – К. : Наукова думка, 1969. – 350 с.

Додаткова література

1. Введение в мировую журналистику. От Античности до конца XVIII века: Хрестоматия / Сост. Г. В. Прутцков. – М. : Аспект Пресс, 2007. – 428 с.
2. Виппер Р. Ю. Лекции по истории Греции. Очерки истории Римской империи. Избранное сочинение в II т. – Т. I. – Ростов-на-Дону: Издательство «Феникс», 1995. – 480 с.
3. Вороненкова Г. Ф. Путь длиной в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества. Национальное своеобразие средств массовой информации Германии (исторические предпосылки, особенности становления и эволюция, типологические

- характеристики, структура, состояние на рубеже тысячелетий). – М. : Языки русской культуры, 1999. – 640 с.
4. Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009. – 384 с.
 5. Есин Б. И. История русской журналистики (1703 – 1917): Хрестоматия. – 2-е изд., испр. – М. : Флинта-Наука, 2001. – 464 с.
 6. Жолудь Р. В. Начало православной публицистики: Библия, апологеты, византийцы. – Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2002. – 191 с.
 7. Журналистика западноевропейских стран: Учебное пособие / Под ред. В. С. Соколова. – Л.: Изд-во Ленинград. ун-та, 1990.
 8. История зарубежной журналистики. 1800-1945: Хрестоматия / Сост. Г. В. Прутцков. – М. : Аспект Пресс, 2007. – 397 с.
 9. История зарубежной журналистики. 1945-2008: Хрестоматия / Сост. Г. В. Прутцков. – М. : Аспект Пресс, 2008. – 222 с.
 10. История печати: В 2 т. – Т. 1. – М.: Аспект Пресс, 2001. – (Серия «Классика журналистики») // Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text2/26.htm>
 11. История печати: В 2 т. – Т. 2. – М.: Аспект Пресс, 2001. – (Серия «Классика журналистики») // Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text2/31.htm>
 12. История печати: Антология: Т. 3: Газета Древнего мира / Очерки по истории мировой почты / Сатирико-нравоучительные журналы Стиля и Аддисона: Учебное пособие для вузов (сост., предисл., комм. Засурского Я. Н., Бакулина О. А.). – М.: Аспект Пресс, 2008г. – 271 с. – (Серия «Классика журналистики»).
 13. История русской журналистики XVIII–XIX веков / Под ред. проф. А. В. Западова. – М. : Высшая школа, 1973.
 14. Козлова М. М. История журналистики зарубежных стран: Учебное пособие для бакалавров специальности «Связи с общественностью». – Ульяновск : УЛГТУ, 1999. – 100 с.
 15. Казакова Т. В. Історія зарубіжної журналістики: Методичні матеріали для студентів заочного та дистанційного навчання зі спеціальності «Журналістика». – Харків : ХНУ, 2001. – 19 с.
 16. Козлова М. М. История журналистики зарубежных стран: Учебное пособие для бакалавров специальности «Связи с общественностью». – Ульяновск: УЛГТУ, 1999. – 100 с.
 17. Корнилова Е. Н. Риторика – искусство убеждать. Своеобразие публицистики античного мира: Учебное пособие. – 3-е изд., доп. – М. : Изд-во Моск.ун-та, 2010. – 240 с.
 18. Кузнецов И. В. История отечественной журналистики (1917-2000): учебно-методический комплект (учебное пособие, хрестоматия) / И. В. Кузнецов. – 3-е изд., испр. – М. : Флинта: Наука, 2006. – 640 с.
 19. Куле К. «СМИ в Древней Греции: сочинения, речи, разыскания, путешествия...» / Пер. с франц. – М. : Новое Литературное Обозрение, 2004 г. – 256 с.
 20. Лучинский Ю. Очерки истории зарубежной журналистики: Учеб. пособие. – Кубан. гос. ун-т. – Краснодар, 1996. – 140 с.
 21. Махонина с.Я. История русской журналистики начала XX века: учебно-методический комплект (учебное пособие, хрестоматия) / С. Я. Махонина. – 2-е изд., испр. – М. : Флинта: Наука, 2006. – 368 с.
 22. Мелещенко О. К., Черняков Б. І. Чотири століття британської журналістики // Наукові записки Інституту журналістики. – Том 9 (жовтень-грудень). – К., 2002. – С. 191–228.
 23. Мелещенко О. К., Черняков Б. І. Журналістика Франції // Наукові записки Інституту журналістики. – Том 10 (січень-березень). – К., 2003. – С. 159–212.
 24. Мелещенко О. К., Чічановський А. А., Шкляр В. І. Інформація, інформаційний. Словник термінів і понять для журналістів і політологів. – К. : Грамота, 2007. – 72 с. – (Сер. «Словник»).
 25. Мельник Г., Виноградова С. Деловая журналистика: Учебное пособие. – СПб: Питер, 2010. – 304 с.
 26. Михайлин І. Л. Історія української журналістики. – Х. : Прапор, 2004. – 320 с.

27. Михайлин І. Л. Журналістика як всесвіт: Вибрані медіа-дослідження – Х. : Прапор, 2008. – 512 с.
28. Михайлов С. А. Журналистика Соединенных Штатов Америки. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2004. – 448 с.
29. Михайлов С. А. История зарубежных СМИ: Учебное пособие. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2006. – 256 с.
30. Михайлов С. А., Ли Динсинь, Чжан Хэфэн, У Ли, Чиу Джуей- Хуей. Журналистика Китая. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2006. – 600 с.
31. Овсепян Р. П. История новейшей отечественной журналистики: февраль 1917 – начало XXI в.: учеб. пособие /под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Изд-во Моск. ун-та: Наука, 2005. – 352 с.
32. Ораторы Древней Греции. – Сост. М. Л. Гаспаров. – М., 1985.
33. Прутков Г. В. Введение в мировую журналистику: Антология: В 2 т. – М. : Омега-Л, ИМПЭ им. А. С. Грибоедова, 2003.
34. Прутков Г. В. История зарубежной журналистики. 1929-2011: учебно-методический комплект (учебное пособие, хрестоматия) / Г. В. Прутков.; под. ред. Я.Н.Засурского. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 431 с.
35. Растегар Ирадж. Сучасна преса Іраку: загальна характеристика та основні тенденції розвитку // Наукові записки Інституту журналістики. – Том 12. – К., 2003. – С.125–129.
36. Різун В. В. Теорія масової комунікації: Підручник для студентів галузі 0303 «Журналістика та інформація». – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008. – 260 с.
37. Рыжов К. В., Рыжова Е. В. 100 великих пророков и вероучи-телей. – М. : Вече, 2006. – 544 с.
38. Сидоренко Н. М. Історія зарубіжної журналістики: Навчальна програма. – К., 2001.
39. Соколов В. С., Виноградова С.М. Периодическая печать Великобритании. – СПб. : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2000.
40. Скэмел М. Цензура: личная точка зрения. – Режим доступа: <http://modernproblems.org.ru/press/cenzore>.
41. Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті / За ред. Ю. М. Бідзілі. – Ужгород : ВАТ «Видавництво «Закарпаття», 2007. – 224 с.
42. Средства массовой информации России: Учебное пособие / Под ред. Я.Н.Засурского. – М. : Аспект-пресс, 2006. – 380 с.
43. Трыков В. П. Введение в мировую журналистику: Учеб. пособие. – М. : ИМПЭ им. А. С. Грибоедова, 2007. – 55 с.
44. Ученова В. В. Беседы о журналистике. – М.: Молодая гвардия, 1978. – 208 с.
45. Ученова В. В. У истоков публицистики. – М. : Изд-во МГУ, 1989. – 211 с.
46. Хоменко Т. М. Проповідництво і сучасна публіцистика: (на основі есеїстики Є. Сверстюка, М. Мариновича – Україна, І. Ортинського – Німеччина). – Львів : ПАІС, 2008. – 135 с.

1. 10. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

2. <http://antipedagogika.com/knizhnaya-yarmarka-2014/>
3. <http://bit.ua/2014/03/6-myrovyyh-knyzhnyh-yarmarok-v-2014-hodu/>
4. <http://www.pro-books.ru/bookfairs2014>
5. <http://bit.ua/2014/03/6-myrovyyh-knyzhnyh-yarmarok-v-2014-hodu>
6. <http://www.buchmesse.de/de/>
7. <http://www.librportal.org.ua/>
8. <http://elib.nplu.org/collection.html?id=56&page=4>
9. <http://elib.nplu.org/collection.html?id=56&page=4>

Медіапсихологія

1. Бутиріна Марія. Масова комунікація як об'єкт медіапсихологічних досліджень // Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. – 2014. – Вип. 39. – С. 25–30
2. Винтерхофф-Шпурк П. Медіапсихологія. Основні принципи. Харків: Изд-во гуманит. університет, 2016. 268
3. Зражевська Н. І. Масова комунікація і культура: Лекції / Зражевська Н. І. – Черкаси : Брама – Україна, 2006. – 172 с.
4. Луман Н. Реальність мас-медиа. – М.: Логос, 2005.
5. Медіакультура особистості. Соціально-психологічний підхід: навчально-методичний збірник / О. Т. Баришполец, Л. А. Найдьонова, Г. В. Мироненко, О. Є. Голубева, В. В. Різун та ін.; За ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця. – К. : Міленіум, 2009. – 440 с.
6. Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів: монографія / О. Т. Баришполец, О. Л. Вознесенська, О. Є. Голубева, Г. В. Мироненко, Л. А. Найдьонова, Н. О. Обухова Н. І. Череповська. - К. : Міленіум, 2014. - 348 с.
7. Найдьонова Л. А. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу : підручник. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. – 244

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Теоретичне випробування спрямоване на виявлення навичок самостійного критичного мислення й письмового аргументованого послідовного викладу власних думок. Відповідаючи на питання з екзамену, студент повинен показати вміння чітко, логічно й грамотно формулювати думки, структурувати інформацію, точно та повно відтворювати факти, прізвища, назви праць вчених, конкретні концепції та аналізувати їх, виділяти причинно-наслідкові зв'язки, ілюструвати поняття відповідними прикладами, аргументувати свої висновки.

Максимальна кількість балів, яку можна отримати за результатами атестаційного екзамену – **100 балів**.

Кількість балів за відповідь на кожне питання розподіляється таким чином	1 питання	2 питання	3 питання
Повнота, логічність та послідовність розкриття теми питання	8 балів	8 балів	8 балів
Самостійність відповіді та її відповідність темі	7 балів	6 балів	6 балів
Знання теоретичного матеріалу (з точними посиланнями на назви праць вчених, конкретні теорії), вміння аналізувати їх, виділяти причинно-наслідкові зв'язки	10 балів	10 балів	10 балів
Аргументованість висновків, вміння відрізнити головне від другорядного	6 балів	6 балів	6 балів
Грамотність, охайність оформлення роботи	3 бали	3 бали	3 бали
Усього	34 бали	33 бали	33 бали
	100 балів		