

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені І. І. МЕЧНИКОВА



Факультет журналістики, реклами та видавничої справи

Кафедра журналістики, реклами та медіакомунікацій

Силабус навчальної дисципліни

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Галузь знань	03 Гуманітарні науки
Спеціальність	035 Філологія
Спеціалізації	035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська 035.043 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – німецька 035.055 Романські мови та літератури (переклад включно), перша – французька 035.051 Романські мови та літератури (переклад включно), перша – іспанська
Освітньо-професійні програми	"Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська" "Германські мови та літератури (переклад включно), перша – німецька" "Романські мови та літератури (переклад включно), перша – французька" "Романські мови та літератури (переклад включно), перша – іспанська"
Обсяг	3 кредити ЄКТС. Загальна кількість годин 90: очна форма навчання: лекції 20 годин, практичні заняття 10 годин, самостійна робота 60 годин; заочна форма навчання: лекції 6 годин, практичні заняття 4 години, самостійна робота 80 годин.
Семестр, рік навчання	2 рік навчання, 3 семестр (очна форма); 2 рік навчання, 4 семестр (заочна форма)
Статус дисципліни	вибіркова
Дні, час, місце	Відповідно до розкладу
Викладач	Олена Андріївна ІВАНОВА , доктор наук із соціальних комунікацій, професор, декан факультету журналістики, реклами та видавничої справи

Контактна інформація	journalist_fac@onu.edu.ua dekanat-74@ukr.net
Робоче місце	Французький бульвар, 24/26, кабінет № 74 (третій поверх)
Консультації	відповідно до графіку індивідуальних консультацій
Мета навчальної дисципліни	формування основних уявлень та навичок щодо принципів та форм безпечного медіаспоживання та інформаційної поведінки в умовах інформаційного суспільства. Для ефективного засвоєння змісту дисципліни спеціальні знання та навички не є обов'язковою вимогою, оскільки курс передбачає власне знайомство зі сферою масової комунікації.
Завдання навчальної дисципліни	розуміння задач та потенційних можливостей журналістики, реклами та піару як соціокультурних явищ і соціальних інститутів; - усвідомлення відповідальності споживача інформації про небезпеку та загрози, що може нести інформаційне середовище реципієнту; - усвідомлення особливостей інформаційної політики масмедіа; - розуміння, здатність розпізнавати під час споживання масмедійного продукту стандартів якісної журналістики; - формування уявлень про медіаграмотність як навичку та медіаекологію як напрям досліджень медіа.
Очікувані результати навчання	У результаті вивчення даного курсу здобувач повинен знати: <ul style="list-style-type: none"> - особливості журналістики, реклами, піару як багатогранних та невід'ємних явищ сучасного життя, як важливих соціальних інститутів, що виробляють цінний ресурс для споживання – інформацію; - правила медіаграмотної поведінки споживача інформації в інформаційному просторі; вміти: <ul style="list-style-type: none"> - розпізнавати журналістські, рекламні та піар-явища, процеси; - оцінювати рівень дотримання стандартів інформаційної діяльності.
Зміст навчальної дисципліни	Змістовий модуль 1. Журналістика, реклама, піар як професія. Стандарти якісної журналістики та інформаційної діяльності ТЕМА 1. Соціальні комунікації – спілкування з масовою аудиторією 1. Уявлення про масову комунікацію / соціальні комунікації як процес. 2. Ланцюг Лассвелла як модель масової комунікації. 3. Феномен масової аудиторії: цільова та потенційна аудиторія журналістики,

реклами, піару. Сегментація аудиторії.

4. Журналістика серед інших видів масової комунікації. Журналістика та реклама.

Журналістика та піар. Журналістика та пропаганда. : спільне та відмінне.

ТЕМА 2. Відповідальність журналістики. Кодекс журналістської етики

1. Відповідальність журналіста перед аудиторією.

2. Відповідальність журналіста перед професією.

3. Відповідальність журналіста перед колективом.

4. Відповідальність журналіста перед владою.

ТЕМА 3. Тематика та проблематика в журналістиці, рекламі, піарі

1. Уявлення про тему повідомлення. Соціальна значимість тематики в

журналістиці, рекламі, піарі.

2. Тематична спеціалізація в журналістиці, рекламі, піарі.

3. Уявлення про проблему, яка піднімається в журналістському, рекламному,

піар-матеріалі.

4. Зв'язок теми та проблеми в повідомленні. Уявлення про інформаційну політику

ЗМІ та проблемно-тематичні лінії. Феномен рубрикації.

5. Правило наближення інтересів аудиторії.

ТЕМА 4. Журналістські стандарти

1. Уявлення про стандарти журналістики як правила для дій журналіста під час

виконання професійних обов'язків.

2. Визначення стандарту оперативності. «Конфлікт» оперативності з якістю.

Актуальність як оперативність, актуальність як значущість.

3. Визначення стандарту точності. Правила цитування. «Конфлікт» точності з

оперативністю. Недопустимість використання «мови ворожнечі».

4. Визначення стандарту достовірності, посилення на джерела. Ненадійні джерела

інформації. Захист джерел інформації журналістом.

5. Визначення стандарту відокремлення фактів від коментарів. Засоби втілення

стандарту відокремлення фактів від коментарів.

6. Визначення стандарту контраверсійності, балансу думок, точок зору. Уявлення про неупередженість журналіста. Уникнення фальшивого балансу.

7. Визначення стандарту повноти. Уявлення про бекграунд. Вичерпність представлення теми, проблеми, події. Визначення стандарту доступності.

	<p>Змістовий модуль 2. Медіаграмотність як соціальна навичка людини в інформаційному суспільстві.</p> <p>ТЕМА 5. Масова комунікація та медіаграмотність як спосіб поведінки в інформаційному середовищі</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Масова комунікація як поле маніпулювання масовою свідомістю. Поняття про медіавплив. 2. Закономірності масової комунікації, що спричинюють маніпулювання аудиторією: «когнітивний дисонанс», «спіраль мовчання» тощо. <p>Медіаграмотність як стратегія уникання маніпулятивних впливів масової комунікації.</p> <p>ТЕМА 6. Форми прихованого медіавпливу. Небезпека інформаційних маніпуляцій.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Порушення стандартів журналістики та його наслідки для медіааудиторії. 2. Уявлення про «джинсу» як матеріали в медіа, що містять приховані наміри щодо споживача інформації та питання замовності в професійній інформаційній діяльності. 3. Феномен пропаганди та інформаційної війни. 4. Загальні уявлення про медіаекологію та соціальний інжиніринг. Патогенність інформаційного продукту та середовища. Стратегічні плани щодо управління громадською думкою та роль масової комунікації у цьому. <p>ТЕМА 7. Медіаграмотність та інформаційна гігієна.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Уявлення про фейк та діпфейк. 2. Правило 5 «С» та таблоїдизація ЗМІ. 3. Ознаки дезінформації. 4. Принципи медіаграмотної поведінки.
<p>Методи навчання</p>	<p>Словесні (лекція, пояснення).</p> <p>Робота з науковим матеріалом, монографіями, статтями, підручниками (під керівництвом викладача, самостійна робота студентів).</p> <p>Кейс-стаді.</p>
<p>Рекомендована література</p>	<p style="text-align: center;">Основна</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Закон України «Про друковані засоби масової інформації». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12#Text 2. Закон України «Про інформацію». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text 3. Іванова О. А. Управління громадською думкою в умовах інформаційного суспільства: стратегічний підхід. Діалог: Медіастудії, 2018. Вип. 24. С.8-41. 4. Іванова О., Мойсеєва О. Журналістика рішень як рішення для регіональної журналістики. 20 вересня 2021. URL:

	<p>https://idpo.org.ua/articles/4286-15zhurnalistika-rishen-yak-rishennya-dlya-regionalno%dl%97-zhurnalistiki.html</p> <p>5. Михайлин І. Л. Основи журналістики: підручник. Київ, 2011. 496 с.</p> <p style="text-align: center;">Додаткова</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Богуславський О. Журналістська освіта сьогодні, або Хочеться по-нашому, але так, як у них. URL: http://www.mediakrytyka.info. 2. Квіт С.М. Масові комунікації. Київ, 2008. 206 с. 3. Почепцов Г. Г. Від покерів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ, 2017. 260 с. <p style="text-align: center;">Електронні інформаційні ресурси</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Наукова бібліотека ОНУ імені І. І. Мечникова. URL: http://lib.onu.edu.ua/ua/elektronnaya-biblioteka/ 2. Одеська національна наукова бібліотека. URL: http://biblioteka.od.ua/ 3. Одеська обласна універсальна наукова бібліотека. URL: http://odnb.odessa.ua/ 4. Офіційний сайт факультету журналістики, реклами та видавничої справи. URL: http:// fj.onu.edu.ua/library/
Оцінювання	<p>Набрати бали за кожною темою здобувачі можуть на практичних заняттях (5 занять по 20 балів відповідно за темою практичного заняття), або відповівши на запитання за кожною темою (7 тем по 14 та 16 балів відповідно за змістовими модулями).</p> <p>Підсумковий контроль за дисципліною – залік.</p> <p>Загальна оцінка виставляється за результатами поточного контролю.</p> <p>Якщо за результатами поточного контролю студент набрав менше 60 балів, або якщо він набрав 60 і більше балів, проте хоче поліпшити свій підсумковий результат, він повинен виконати залікове завдання (див. Перелік питань для поточного контролю) і з урахуванням його результатів одержати відповідну кількість залікових балів із дисципліни.</p>
ПОЛІТИКА КУРСУ («правила гри»): <i>Відвідування занять</i> <i>Регуляція пропусків</i>	<p>Відвідування практичних занять є обов'язковим. В окремих випадках навчання може відбуватись онлайн з використанням дистанційних технологій. Відпрацювання пропущених занять має бути регулярним за домовленістю з викладачем у години консультацій. Порядок та умови навчання регламентуються «Положенням про організацію освітнього процесу в ОНУ імені І.І.Мечникова»</p> <p>https://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/polozennya/poloz-org-osvit-process-2022.pdf.</p>

<i>Дедлайни та перескладання</i>	Слід дотримуватися запропонованих у розкладі термінів складання сесії; перескладання відбувається відповідно до «Положення про організацію і проведення контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти ОНУ імені І.І. Мечникова» (http://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/polozennya/polo-z-org-kontrol_2022.pdf)
<i>Політика академічної доброчесності</i>	Регламентується «Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у освітній та науково-дослідній роботі учасників освітнього процесу та науковців Одеського національного університету імені І.І. Мечникова» (https://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/acad_council/polozhennya-antiplagiat-2021.pdf)
<i>Використання електронних пристроїв на занятті</i>	Під час занять не дозволяється користуватися мобільними телефонами, які попередньо мають бути переведені у беззвучний режим. Електронні пристрої використовуються лише за наявності відповідної вимоги в навчальному завданні.
<i>Комунікація</i>	Очні заняття з можливістю дистанційної роботи на платформах ZOOM чи Google Meet за попередньою домовленістю. Всі робочі оголошення або надсилаються через старосту академгрупи на електронну пошту, або через чат академгрупи у Viber/Telegram, або розміщуються в Google Class. Студенти мають регулярно перевіряти повідомлення і вчасно на них реагувати.