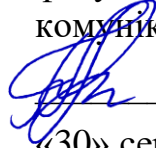


Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Голова науково-методичної ради
факультету систем і засобів масової
комунікації



Юлія ГАРКАВЕНКО

«30» серпня 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОК 2.7 Сучасні світові ЗМІ

шифр із ОПП

і повна назва навчальної дисципліни

для здобувачів вищої освіти

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

галузь знань 06 Журналістика

спеціальність 061 Журналістика

освітня програма Реклама і зв'язки з громадськістю

рік набору 2022/2023 форма навчання денна термін навчання 3 р. 10 міс.

вид дисципліни обов'язкова

Розробник Оксана Вікторівна Кирилова доц. каф. ЗМК, канд. філол. наук, доц.

вказати розробників: ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання



підпис

Погоджено гарант ОП



(підпис)

Анжела ЛЯЩЕНКО

(ім'я та прізвище)

Робоча програма схвалена на засіданні кафедри масової та міжнародної комунікації
Протокол від «15» червня 2023 року № 12

Ухвалено на засіданні науково-методичної ради факультету систем і засобів масової комунікації
Протокол від «30» серпня 2023 року № 1

Дніпро
2023

Опис навчальної дисципліни

Навчальний рік (роки*) викладання дисципліни	Курс	Семестр	Підсумковий контроль				Індивідуальні завдання		Кредитів ECTS	Обсяг роботи студента (години)						
			екзамен	диф.залік	залік	курсова робота	форма	кількість		всього	аудиторні					самостійна робота
											всього аудиторних	лекції	практичні заняття	семінарські заняття	лабораторні заняття	
2023/24	2	4	4					6,0	180	88	48	40			92	
20__/_																
20__/_																

* Робоча програма (РП) розробляється на повний цикл навчання за навчальною дисципліною, тобто зазначаються усі семестри викладання за ОП, якщо дисципліна викладається декілька років.

1. Мета дисципліни

Поглибити знання студентів спеціальності 061 Журналістика про сучасний стан зарубіжної медійної системи, розкрити особливості її функціонування.

У завдання курсу входять аналіз сучасних світових медіа, встановлення загальних особливостей та національної специфіки журналістики різних країн світу

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати** достатній обсяг інформації для створення загального культурного розуміння світу; **вміти** давати власну оцінку соціокультурного, економічного, політичного та наукового впливу інформації в різних країнах та регіонах світу.

Вивчення дисципліни забезпечує формування компетентностей за ОП:

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

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.

ЗК12. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

СК07. Здатність використовувати вітчизняний і світовий досвід у сфері реклами і зв'язків з громадськістю.

СК08. Здатність використовувати професійно-профільні знання й практичні навички з журналістики, рекламної та PR-комунікації, а також діджитал-технологій для дослідження комунікаційних явищ і процесів і провадження ефективної рекламної та PR-діяльності.

2. Попередні вимоги до опанування навчальної дисципліни.

Опанування навчальної дисципліни базується на знаннях, отриманих у процесі вивчення курсів «Вступ до спеціальності», «Теорія та історія соціальних комунікацій».

3. Результати навчання за дисципліною та їх співвідношення із програмними результатами навчання.

№	Результати навчання за дисципліною	Програмні результати навчання за ОП	Номери тем
1.	Аналізувати медіапродукти з огляду на актуальні тенденції світового медіавиробництва	ПРО1. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.	2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5
2.	Готувати власний медіапродукт, відповідно до професійних стандартів	ПРО2. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.	2.2, 2.4
3.	Аналізувати сучасне медіасередовище	ПРО4. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.	усі
4.	Готувати власний медіапродукт, відповідно до професійних стандартів	ПРО5. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.	2.2, 2.4
5.	Займатися інформаційно-аналітичною діяльністю.	ПРО8. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.	усі
6.	Займатися медіакритикою на професійному рівні	ПРО10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень.	усі
7.	Знати основи професійної комунікації	ПРО12. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, іноземною мовою.	усі
8.	Використовувати у новинному виробництві мультимедійні сервіси та технології.	ПРО19. Використовувати набуті знання в умовах динамічності сучасного рекламного та ПР-продукту; застосовувати практичні рекомендації у процесі створення професійних та конкурентних рекламних та	усі

		ПР-проектів.	
9.	Орієнтуватися у сучасному медіасередовищі.	ПР20. Використовувати передовий вітчизняний та зарубіжний досвід створення рекламного/ПР-продукту, використовувати певні методи та прийоми у власній практичній діяльності. ПР21. Знати особливості сучасної медіасистеми та адаптувати рекламний та ПР-продукт під запити та функції певного її елементу.	усі

4. Структура навчальної дисципліни.

№ п/п	Номер і назва теми	Кількість годин*				
		лекції	практичні заняття	семінарські заняття	лабораторні заняття	самостійна робота
3 семестр						
<i>Розділ 1.</i>						
1	Тема 1.1 Загальна характеристика сучасної світової медіасистеми.	4	2			4
2	Тема 1.2. Багатоформатність, конвергентність, диджиталізація як основа світової медіадіяльності.	4	2			4
<i>Розділ 2.</i>						
3	Тема 2.1. Інформаційно-багаті країни: загальна характеристика	2	2			4
4	Тема 2.2. Медіасистема Великобританії.	8	6			16
5	Тема 2.3. Специфіка системи ЗМІ Західної Європи (Німеччина, Франція, Італія).	18	18			38
6	Тема 2.4. Провідні медійні системи США	8	8			20
7	Тема 2.5. Провідні медіасистеми Азії (Японія, Китай, Індія).	4	2			6
Всього		48	40			92

Тематика практичних / семінарських / лабораторних занять

№ Теми	Тематика (назва) практичного / семінарського / лабораторного заняття	Кількість годин	Рекомендована література (№ з переліку)
<i>Розділ 1.</i>			
Тема 1.1	Загальна характеристика сучасної світової медіасистеми.	2	1-7, 9, 16, 17
Тема 1.2.	Багатоформатність, конвергентність, диджиталізація як основа світової медіадіяльності.	2	1-7
		4	

Розділ 2.			
Тема 2.1	Інформаційно-багаті країни: загальна характеристика	2	6, 9
Тема 2.2	Медіасистема Великобританії.	6	8, 13, 17
Тема 2.3	Специфіка системи ЗМІ Західної Європи (Німеччина, Франція, Італія).	18	1, 3, 5, 6, 7
Тема 2.4	Провідні медійні системи США	8	4,6, 10, 12, 14, 15
Тема 2.5	Провідні медіасистеми Азії (Японія, Китай, Індія).	2	11, 16, 17
Всього годин		40	

Тематика самостійної роботи

№ Теми	Тема самостійної роботи	Кількість годин	Рекомендована література (№ з переліку)
1.2.	Багатоформатність, конвергентність, диджиталізація як основа світової медіадіяльності (презентація)	4	9, 16, 17
2.2	Робота над україномовною сторінкою Вікіпедії з британської медіасистеми (групове завдання)	10	8, 13, 15
2.4	Подкаст на тему «Медіа США»	12	4, 6, 10, 12, 14, 15
2.5	Провідні медіасистеми Азії (Японія, Індія) (аналітичний огляд)	4	5, 11
	Підготовка до практичних занять	40	
Всього годин		92	-

5. Схема формування оцінки.

5.1 Шкала відповідності оцінювання:

Відмінно/Excellent	Зараховано/Passed	90-100
Добре/Good		82-89
		75-81
		64-74
Задовільно/Satisfactory		60-63
Незадовільно/Fail	Не зараховано/Fail	0-59

5.2 Форми та організація оцінювання:

Поточний контроль:

Форма оцінювання	Строки проведення оцінювання (тижні викладання)	Максимальна кількість балів
Відповіді на практичних заняттях (2 протягом семестру)	Протягом семестру	10
Багатоформатність, конвергентність,	2–3	10

диджиталізація як основа світової медіадіяльності (презентація)		
Робота над україномовною сторінкою Вікіпедії «ЗМІ Великої Британії» (групове завдання)	5–7	10
Подкаст на тему «Медіа США»	14-15	15
Провідні медіасистеми Азії (Японія, Індія) (аналітичний огляд)	15	15
Максимальна кількість балів за поточне оцінювання		60

Семестровий контроль:

Форма оцінювання	Максимальна кількість балів
Екзамен	40

5.3 Критерії оцінювання:

Критерії оцінювання знань здобувачів*	
<i>Відповідь на практичних заняттях</i>	
Бали	Критерій
5	Відповідь повна, без помилок
4	Відповідь повна, наявні 1-2 незначні помилки
3	Відповідь неповна, містить 1-2 значні помилки
2	Відповідь неповна, містить понад 3 значні помилки
<i>Форма 2 (презентація)</i>	
Бали	Критерій
10	Вичерпна розкриття теми у доповіді, що посилена презентацією
8	Доповіді й презентації бракує глибини
6	Наявні помилки фактологічного характеру / відповідь неповна
2-4	Доповідь та презентація носять оглядовий характер
<i>Форма 3 (редагування сторінки Вікіпедії)</i>	
Бали	Критерій
15	Студент брав участь у всіх видах робіт (пошук інформації, створення, редагування, публікація тексту)
10	Студент брав участь лише у творчих видах робіт (пошук інформації, створення тексту)
5	Студент брав участь лише у технічних видах робіт (редагування, публікація тексту)
<i>Форма 4 (подкаст)</i>	
15	Подкаст створено на цікаву для масової аудиторії тему, відредаговано з урахуванням вимог онлайн-середовища, опубліковано на каналі ютуб.
10	Подкаст створено на цікаву для масової аудиторії тему, відредаговано з урахуванням вимог онлайн-середовища, на каналі ютуб не опубліковано.
5	Подкаст створено з порушенням концептуальних вимог.
<i>Форма 4 (аналітичний огляд)</i>	
15	Глибокий аналіз і критичне розуміння обраної теми. Матеріал викладено

	чітко та логічно, текст легко читається. Авторські позиції добре обґрунтовані та підкріплені аргументами.
10	Задовільний аналіз основних аспектів теми. Наявні деякі невиразності у викладі, але загалом логіка зберігається. Обґрунтування присутнє, але може бути більш повним
5	Поверхневий аналіз без розкриття ключових аспектів. Заплутаний виклад, важко зрозуміти основну думку. Мінімальне обґрунтування позицій.

* (за кожною формою оцінювання, зазначеною у п. 5.2)

6. Методи навчання, інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна:

Методи навчання: словесні, пояснювально-демонстраційні, методи обговорення, кейс-метод, рольові ігри.

Інструменти та обладнання: персональні комп'ютери, фотоапарати, відеокамери, смартфони.

Програмне забезпечення: Microsoft 365, Canva, Chat GPT, Visme, Canva, Venngage, Wix, Weblium, Audacity, Videopad.

7. Рекомендована література:

Основна:

1. Pashchenko V., Kyrylova O. Globalization of manga: rationale of its popularity in the world in comparison with Ukraine. *State and Regions. Series: Social Communications*. 2020. № 3 (39). P. 56-62.
2. Pashchenko V., Kyrylova O., Pavlenko V., Blynova N. The Implementation of a New Pop-Cosmopolitanism Concept in the Process of Mediatization of Japanese Mass Culture. *Journal of Print and Media Technology Research*. 2021. Issue 3-21. DOI 10.14622/JPMTR-2105
3. Кирилова О. В. Імерсивна журналістика: досвід світових новинних ресурсів. *Вісник Дніпропетровського університету. Сер. Соціальні комунікації*. 2017. Вип. 17. С. 51–57.
4. Кирилова О. В. Крос-медійний характер діяльності «The New York Times»: генеза та сучасний стан. *Вісник Дніпропетровського університету. Сер. Соціальні комунікації*. 2016. Вип. 16. С. 87-93.
5. Кирилова О. В. Сучасні тенденції розвитку індійської медійної системи. *Наукові записки (Українська академія друкарства)*. 2015. № 2 (15). С. 66–74.
6. Кирилова О. В. Телерадіомовлення США: традиції та сучасність. *Вісник Дніпропетровського університету. Сер. Соціальні комунікації*. 2015. Вип. 15. С. 68-74.
7. Кирилова О. В., Докуніна К. О. «Таймс»: нове обличчя. *Вісник Дніпропетровського університету. Сер. Соціальні комунікації*. 2014. Вип. 14. С. 59–64.

Додаткова:

1. Antheaume, A. (2023, June 14). *France*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/france>
2. Antoniou A. A new change is introduced to the Code of Practice for British newspapers, magazines and news websites. 2021. http://repository.essex.ac.uk/29758/1/a.antoniou_IRIS2021_2_ipso.pdf

3. Bergman T. et al. American television: manufacturing consumerism. Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness, 2018.
<https://www.uwestminsterpress.co.uk/site/chapters/10.16997/book27.k/download/1767/>
4. Bodroghkozy A. A Companion to the History of American Broadcasting. John Wiley & Sons, 2018.
5. Cornia, A. (2023, June 14). *Italy*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/italy>
6. de Historia de la Comunicación, R. I. Las primitivas recepciones de la televisión en España: la British Broadcasting Corporation (BBC) se sintonizó antes que televisión Española (TVE) en Asturias. *Rihc*. 2020. <https://doi.org/10.12795/RiHC.2020.i15.10>
7. *Germany media guide*. (2012, March 13). BBC News. <https://www.bbc.com/news/world-europe-17301193>
8. Goddard P. 'Distinctiveness' and the BBC: a new battleground for public service television? *Media, Culture & Society*. 2017. Vol. 39. №. 7. P. 1089-1099.
9. Lefkowitz J. "Tabloidization" or Dual-Convergence. *Journalism Studies*. 2018. 19:3. P. 353-375, DOI: 10.1080/1461670X.2016.1190662
10. Maher, B. (2023, June 15). *Trust and subscribers up, social overtaking TV: US news trends for 2023*. Press Gazette. <https://pressgazette.co.uk/north-america/reuters-digital-news-report-2023-us-americans-trust/>
11. Sawa, Y., & Saisho, R. (2023, June 14). *Japan*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/japan>
12. Stroud N. J., Muddiman A. The American Media System Today: Is the Public Fragmenting? *New directions in media and politics*. Routledge, 2018. C. 7-28.
13. *The UK media landscape 2023: A complete guide*. (2023, September 28). Meltwater. <https://www.meltwater.com/en/blog/uk-media-landscape-companies>
14. United States media guide. <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-16757497>

Інформаційні ресурси:

15. <https://sites.google.com/site/mediakarta12/>
16. DIGITAL 2023: GLOBAL OVERVIEW REPORT.
<https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>
17. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>