

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Центральноукраїнський державний університет**  
**імені Володимира Винниченка**

Кафедра української філології та журналістики

ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор

Центральноукраїнського державного  
університету імені В. Винниченка

\_\_\_\_\_ проф. Євген СОБОЛЬ

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 р.

**ПРОГРАМА**

**кваліфікаційного екзамену**

**за спеціальністю: 061 Журналістика**

**галузі знань: 06 Журналістика**

**Освітньо-професійна програма: Журналістика**

Програму

кваліфікаційного екзамену

розглянуто та ухвалено на засіданні

кафедри української філології

та журналістики

*Протокол № 9 від 29.03.2024 р.*

на засіданні вченої ради факультету

української філології, іноземних мов та

соціальних комунікацій

*Протокол № 6 від 19.04.2024 р.*

## Пояснювальна записка

Кваліфікаційний екзамен для студентів факультету української філології, іноземних мов та соціальних комунікацій:

**Освітній рівень:** Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

**Галузь знань:** 06 Журналістика

**Спеціальність:** 061 Журналістика

**Освітньо-професійні програма:** Журналістика

**Форма навчання:** денна і заочна

**Мета:** перевірити рівень знань і набутих компетентностей випускників ОР «бакалавр» із історії української журналістики, теорії журналістики, теорії тексту і твору, медіакритики, масової комунікації та інформації, медіаменеджменту, інтернет-журналістики, кросмедійної журналістики, теорії і методики журналістської творчості

**Освітні компоненти, винесені на екзамен:** історія української журналістики, теорія журналістики, теорія тексту і твору, медіакритика, масова комунікація та інформація, медіаменеджмент, інтернет-журналістика, кросмедійна журналістика, теорія і методика журналістської творчості

**Форма проведення – усна.**

### **Компетентності:**

Історія української журналістики	Теорія журналістики	Теорія тексту і твору	Медіа критика	Масова комунікація та інформація	Медіа менеджмент	Інтернет-журналістика	Кросмедійна журналістика	ТМЖТ
Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.  Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності й досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.  Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності й досягнення суспільства на	Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності й досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та в розвитку	Здатність бути критичним і самокритичним.  Здатність до провадження безпечної медіадіяльності. Здатність підвищувати духовний, моральний, культурний,	Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності й досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та в розвитку суспільства, техніки й технологій, використовув	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.  Здатність організувати й контролювати командну професійну діяльність ефективно просувати	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.  Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.  Навички використання інформаційних і комунікаційних	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.  Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації

області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та в розвитку суспільства, техніки й технологій, використувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.	основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та в розвитку суспільства, техніки й технологій, використувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. Здатність спілкуватися державною мовою. Здатність створювати медіапродукт.	суспільства, техніки й технологій, використувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. Здатність спілкуватися державною мовою. Здатність створювати медіапродукт.	освітній потенціал аудиторії.	ати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності. Здатність підвищувати духовний, моральний, культурний, освітній потенціал аудиторії.	створений медійний продукт.	Здатність формувати інформаційний контент. Здатність створювати медіапродукт. Здатність брати участь у забезпеченні технологічного процесу випуску друкованого та електронного видань.	технологій. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями. Здатність брати участь у забезпеченні технологічного процесу випуску друкованого та електронного видань.	ції з різних джерел. Здатність створювати медіапродукт.
--	---	---	-------------------------------	---	-----------------------------	--	--	---

### Програмні результати навчання. Випускник:

Історія української журналістики	Теорія журналістики	Теорія тексту і твору	Медіа критика	Масова комунікація та інформація	Медіа менеджмент	Інтернет-журналістика	Кросмедійна журналістика	ТМЖТ
Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження	Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для	Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження	Оцінювати свій чужий інформаційний продукт, інформа	Використовувати сучасні інформаційні комунікаційні технології та спеціалізован	Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванн	Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для	Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для	Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та

<p>суспільних і культурних цінностей і досягнень.</p>	<p>створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.</p> <p>Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень.</p> <p>Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.</p>	<p>суспільних і культурних цінностей і досягнень.</p> <p>Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.</p> <p>Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.</p>	<p>ційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.</p> <p>Оцінювати діяльність колег як носіїв прав і обов'язків членів суспільства, представників громадянського суспільства.</p> <p>Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальних наук.</p>	<p>е програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.</p> <p>Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень.</p> <p>Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.</p> <p>Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.</p>	<p>ям цілей, обмежень та передбачуваних ризиків.</p> <p>Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.</p> <p>Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.</p> <p>Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій</p>	<p>створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.</p> <p>Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.</p> <p>Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.</p> <p>Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.</p>	<p>створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.</p> <p>Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.</p> <p>Використовувати сучасні інформаційні комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.</p> <p>Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкрива</p>	<p>примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень.</p> <p>Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.</p>
---	---	---	--	---	--	--	---	---

					<p>на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.</p>	<p>Організувати редакційну роботу, брати участь у розробці концепції видання, інтернет-ресурсу, телерадіоаналу, програми, рубрики, авторського проєкту та їх корекції.</p>	<p>ти способи та джерела здобування тих знань.</p> <p>Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.</p> <p>Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.</p> <p>Організувати редакційну роботу, брати участь у розробці концепції видання, інтернет-ресурсу, телерадіо каналу,</p>	
--	--	--	--	--	---	--	---	--

							програми , рубрики, авторськ ого проєкту та їх корекції	
--	--	--	--	--	--	--	--	--

### **Зразок білета:**

#### **Екзаменаційний білет №1**

1. Передумови зародження журналістики на українських землях.
2. Суть, принципи й види медіакритики.
3. Явище конвергентності в сучасній інтернет-журналістиці: сучасні тенденції, успішні практики.

### **Зразок відповіді:**

#### **1.**

Датою народження журналістики в підросійській Україні є 1812 рік, коли в Харкові з 4 травня до 20 липня існувала газета під назвою «Харьковский еженедельник». Вийшло усього 12 чисел. Друкувався великий як на ті часи тираж – 600 примірників. З'являлася вона щосуботи в обсязі 1 – 1,5 друкова-ного аркуша. Передплата для Харкова дорівнювала 10 крб. на рік, а з пересилкою – 12.

Видавцем газети був університетський книгар Лангнер, а редактором – професор Карл Нельдехен, німець з Берліна, запрошений для викладання в Харківському університеті сільськогосподарських наук ще першим попечителем Харківської навчальної округи графом С. О. Потоцьким.

У підросійській Україні журналістика виникла в Харкові, тому що саме тут склалися найкращі передумови для цього.

Епоха імператора Олександра Першого, що царював у 1801 – 1825 роках, була видатним періодом в історії Росії. Він прийшов на царський престол з твердим наміром і далі європеїзувати Росію, перенести сюди дух освіти й цивілізованості, який у добу Просвітництва оволодів Європою.

Варто відзначити хоча б два напрямки в діяльності молодого царя: адміністративний і освітній. Перший було зrealізовано заснуванням у Росії на самому початку його правління міністерств, що усталило спеціалізацію в роботі державного апарату. Другий було зrealізовано в

реформуванні освітньої діяльності держави, запровадженні нових університетів і створенні навколо них навчальних округів.

Допомагало Олександрю Першому в розробці програми реформування Росії освічене дворянство. Найяскравішим його представником був Василь Назарович Каразін (1773 – 1842), який переконав молодого царя в потребі й можливості відкрити в глибоко провінційному на той час Харкові Імператорський університет. Можна сказати, що ця подія була кульмінаційною в історії цього міста, а наука зробила з Харковом те, що торгівля з Нижнім Новгородом і Одесою. Університет запрацював з вересня 1804 року, хоча його офіційне відкриття відбулося 28 січня 1805 року.

Заснування університетів і запровадження навчальних округів супроводжувалося й реформуванням друкарської й книговидавничої справи. Був прийнятий «Устав про цензуру 1804 року», у відповідності з яким з професорів і магістрів при університетах утворювалися цензурні комітети, що перебували в їхньому безпосередньому віданні. Кожен комітет розглядав книги і твори, що виходили в усіх друкарнях даної навчальної округи. Ці ж цензурні комітети мали повноваження розглядати й допускати до друку періодичні видання та альманахи.

## 2.

Медіакритикою називається нова галузь сучасної журналістики, що швидко розвивається і здійснює критичне пізнання і оцінку соціально значущих, актуальних культурно-творчих, професійно-етичних, правових, економічних і технологічних аспектів інформаційного виробництва в ЗМІ з акцентом на творчий бік створення медійного змісту. Медіакритика являє собою спілкування з аудиторією, у ході якого на основі аналізу, інтерпретації й оцінки медійного змісту й жанрово-стильових форм його втілення здійснюється вплив на сприйняття цього змісту публікою, на уявлення про матеріальний і духовний світ, що формується у свідомості реципієнтів.

*Актуальність медіакритики.* Визначальною рисою медіакритики є її зверненість до поточної практики ЗМІ: вона покликана негайно реагувати на аспекти медійного змісту й діяльності ЗМІ, які мають актуальне суспільне значення, пов'язані зі злободенними проблемами розвитку суспільства. Актуальність критики ЗМІ визначається не тільки й не стільки тією обставиною, що в досліджуваному медіакритикою медійному змісті превалює актуальна соціальна інформація. Ця риса медіакритики витікає головним чином із самої суті критичної діяльності, яка націлена на оперативне пізнання і оцінку соціального функціонування ЗМІ.

*Публіцистичність медіакритики.* Найкращі зразки медіакритики гармонійно сполучають у собі властивості публіцистичності й науковості. Місією публіциста постає формування або зміна суспільного ставлення до того чи іншого явища, до тієї чи іншої проблеми. Це досягається через вплив на громадську думку, через який у адресатів публіцистичних творів виробляється певна позиція відносно тих соціальних проблем, що розглядаються медійною критикою.

Критики ЗМІ формують оціночне ставлення суспільства до публікацій і зразків медійної діяльності, піддаючи їх розгляду на відповідність уявленням про соціальну користь, критеріям політичної культури, естетики, професіоналізму, нормам закону та етики. Воднораз критика не зводиться до публіцистики, у неї є свої обов'язки: покликання критика не обмежується впливом на громадську думку.

*Науковість медіакритики* походить з необхідності глибокого пізнання проблем діяльності ЗМІ. Науковість критичних творів – властивість, що досягається не імітацією академічного стилю, а ґрунтовною науково-методологічною підготовкою критика, його здатністю до концептуального раціонального осмислення явищ і процесів. У завдання журналіста, який спеціалізується в галузі медіакритики, не входить демонстрація наукової ерудиції: вона залишається у підтексті журналістського твору, сам зміст якого повинен свідчити про те, наскільки глибоко проник автор у сутність явищ і проблем, що ним розглядаються. Ступінь же проникнення визначається ступенем володіння інструментарієм наукового аналізу, інтерпретації і концептуалізації медійних явищ і процесів.

Підтвердженням науковості медіакритики є її опертя на зміст ЗМІ і медійної діяльності, виконані із застосуванням соціологічних, контент-аналітичних, статистичних та інших наукових методик.

Залежно від складу авторів-критиків ЗМІ, аудиторного призначення критико-журналістських творів, а також особливостей змісту цих творів медіакритика постає в трьох взаємопов'язаних групах: *академічній, професійній і масовій*, які утворюють в сукупності складну системну триєдність, що є однією із базових властивостей цієї галузі журналістики.

*Академічна (або науково-експертна)*. Твори академічної медіакритики створюються авторами, що володіють інструментарієм наукового дослідження медійних феноменів – ученими, експертами. Ці науково-публіцистичні роботи адресовані як ученим, так і медіаспілці й спрямовані на пізнання найбільш складних і масштабних явищ і процесів у сфері масової комунікації. Академічна медіакритика пізнає найбільш складні й масштабні явища та процеси масово-інформаційної сфери, які потребують теоретичного підходу, підвищеного рівня компетентності.

Академічна медіакритика втілена в критико-журналістських працях учених і адресується як науковим колам, так і професіоналам мас-медіа. Як правило, вона вивчає і оцінює найбільш складні й масштабні актуальні проблеми й процеси функціонування ЗМІ, що потребують від критиків ґрунтовного теоретично-концептуального підходу, підвищеного рівня компетентності, застосування наукових методик досліджень медійної практики. Роботи представників академічної медіакритики зазвичай публікуються в наукових журналах і альманахах, «товстих» журналах, а також у виданнях, що орієнтуються на фахові медійні кола. Окремі метаріали академічної медіакритики розміщені на освітніх інтернет-сайтах.

*Професійна (корпоративна)*. Представлена роботами критиків-журналістів, її адресатом є спільнота журналістів та інших професіоналів ЗМІ, а її завдання полягають у покращенні



діяльності ЗМІ, а також досягненні ними більшої відповідності об'єктивним потребам, інтересам й очікуванням аудиторії. Твори «внутрішньоцехової» медіакритики публікуються частіше за все на сторінках професійних видань із журналістики та галузевих видань (портал «Детектор медіа», інтернет-видання «Медіакритика»).

*Масова.* Твори масової медіакритики призначаються одночасно як для широкої аудиторії читачів, телеглядачів, радіослухачів, так і медійників – за безумовного пріоритету аудиторії. Масова медіакритика стимулює суспільний інтерес до актуальних проблем соціального функціонування ЗМІ, виступає у якості засобу зворотного зв'язку між аудиторією і ЗМІ.

### 3.

Конвергентність, завдяки інформаційним технологіям і системам комунікацій, інтегрує всі види медіаконтенту в єдину систему, за рахунок чого створюються нові типи медіа та платформи (веб-видання, блоги, розширення для браузерів, соціальні мережі, цифрове відео, інтерактивне телебачення, мобільна телефонія тощо). Конвергенція позначається на різних галузях — злиття технологій, видів соціальної комунікації, виробництва медійного продукту. Цифрові медіа забезпечують інтерактивну взаємодію користувача та виробника інформації. Користувач миттєво реагує на медіаконтент, який отримує в режимі реального часу, може запропонувати власну тему чи спрямувати висвітлення події у певному напрямку.

Концепція кросмедіа базується на взаємодії, що передбачає зближення або повне злиття різних видів ЗМІ, охоплюючи як структуру, так і формування особливих принципів керування й організації самої редакції. Медійний інформаційний продукт таких медіа розрахований на оперативне поширення на різних платформах у різних медійних середовищах, отже враховує специфіку найрізноманітнішої аудиторії.

Тенденції розвитку кросмедійності наклали відбиток на трансформацію професії журналіста. Особливого розвитку набувають журналістські розслідування, в усіх країнах світу журналісти підіймають актуальні теми чи незначні факти, збирають дані, роблять логічні висновки, оприлюднюють їх у різних медіа, у результаті чого тема отримує розголосу, примушує замислитись, звертає увагу на неадекватні дії урядовців чи вповноважених осіб, примушуючи їх працювати на суспільство. Аудіо та відеоматеріали посідають чільні позиції в розповсюдженні інформації, без них сучасні медіа не можуть функціонувати. Відеоконтент, який у традиційних ЗМІ був властивий лише телебаченню, нині є частиною кросмедійних видань. Також для читачів важлива наявність інтерактивності, можливість обговорити матеріал чи отримати відгук.

Сучасні журналісти працюють у складнішому медіасередовищі, що вимагає розуміння принципів і здатності працювати з кількома платформами та використовувати декілька комунікаційних технологій. Журналісти мають безмежні можливості друкувати будь-які обсяги матеріалів у різних форматах і в будь-який спосіб доставляти інформацію споживачеві.

Журналісти, редактори експериментують із формами подачі контенту. Звісно, не всі з них є виправданими, деякі залишаються і стають «традиційними», інші ж — відбраковуються. У результаті радикально змінюються колишні уявлення про канали комунікації та інформації, виникають нові інтегровані журналістські жанри. Вербальний контент кросмедіа повинен мати чітку структуру, виділені ключові слова, хештеги, містити гіперпосилання і обов'язково — джерело інформації. Зображення в електронних медіа відіграють провідну роль, без них матеріал втрачає свою значущість і привабливість. Проте зображальний ряд також має свої особливості: висока якість і невеликий обсяг пам'яті, зв'язок із текстом, послідовність, позначення людей або місць, укрупнення деталей, бажана динаміка чи тривимірність. Споживачеві інформації недостатньо прочитати текст, переглянути відео, він потребує чітко структурованих мультимедійних матеріалів із інтерактивом, елементами гри, перехресними посиланнями на інші матеріали, різножанровості. Не випадково нині почав запроваджуватися ще один тренд кросмедіа — гейміфікація — поєднання новини та комп'ютерної гри. Подібний спосіб вироблення новин почали застосовувати і в редакціях «Guardian», «New York Times», BBC.

Важлива відмінність кросмедіа — у візуалізації, яка може бути окремим матеріалом, доповнювати текст чи аналізувати ситуацію. Можна з упевненістю стверджувати, що візуальна комунікація все більше витісняє вербальну. Візуалізація сама по собі є комунікативною технологією, що спрямована на підвищення ефективності комунікації. Вона поглиблює процес засвоєння трансльованих образів, пояснює складні дані у швидкий наочний спосіб, що обумовлено відмінностями у сприйнятті вербального, візуального та аудіального контенту. Читачеві не обов'язково читати матеріал, він може натиснути на посилання, в якому побачить реальний перебіг подій чи анімацію, що відтворює її. Динамічні візуалізації значно розширюють можливості читача заглибитись у матеріал, створити власне уявлення про подію, повернутися до часу, коли подія ще не відбулася, чи ознайомитись зі свідченнями очевидців, оцінити локацію. Усе це потребує особливого бачення ситуації журналістом не лише з позиції платформи розташування, але й детальності викладу ситуації, для чого потрібно збирати додаткові дані та свідчення, які б дали змогу всебічно охарактеризувати журналістську історію. Така робота вимагає від журналіста величезних зусиль і знань, умінь працювати з технікою й організувати свою роботу.

### **Система, критерії оцінювання**

Кваліфікаційний екзамен складається з двох частин – теоретичної і практичної.

- *теоретична* (у формі усної відповіді на питання з фаху);
- *практична* (виконання кваліфікаційного завдання).

<b>Теоретична частина</b>	<b>Практична частина</b>
---------------------------	--------------------------

Перше питання	Друге питання	Третє питання	Кваліфікаційне завдання
20 балів	20 балів	20 балів	40 балів

### Критерії оцінювання теоретичної частини кваліфікаційного екзамену

Бал за теоретичну відповідь	Критерії оцінювання
18-20 балів	<p>Теоретичний зміст курсу засвоєний повністю. Студент має системні, повні, міцні знання в обсязі та в межах вимог навчальної програми, усвідомлено використовує їх у стандартних та нестандартних ситуаціях. Уміє самостійно аналізувати, узагальнювати опанований матеріал та застосовувати основні положення теорії при розв'язанні нестандартних завдань, робити правильні висновки, приймати рішення.</p> <p>Студент логічно й послідовно викладає матеріал, пов'язуючи з вивченими раніше курсами спеціальних та гуманітарних дисциплін, бачить міжпредметні зв'язки, наводить приклади і коментує їх, глибоко розкриває тенденції розвитку журналістики в Україні в історичному контексті й на сучасному етапі; докладно й усебічно характеризує етапи розвитку соціальних комунікацій, різновиди медійної продукції за всіма критеріями класифікації, добре обізнаний з професійними стандартами журналістської діяльності.</p>
15-17 балів	<p>Студент повністю засвоїв теоретичний матеріал, вільно викладає його, наводить приклади, але має незначні проблеми з усвідомленням системних зв'язків, кваліфікацією окремих аспектів підготовки журналістської продукції. Студент застосовує знання в стандартних ситуаціях, самостійно використовує традиційні докази з правильною аргументацією.</p> <p>Студент уміє дати ґрунтовну відповідь на поставлене запитання, володіє поняттєвим апаратом дисципліни. У відповідях на теоретичні питання допускає незначні неточності чи негрубі фактичні помилки. Не завжди дотримується логіки викладу, хоча вільно орієнтується в етапах розвитку соціальних комунікацій та завданнях журналістської праці.</p>

12-14 балів	<p>Теоретичний зміст курсу засвоєний майже повністю. Знання студента є достатніми, він застосовує вивчений матеріал у стандартних ситуаціях, намагається аналізувати, встановлювати найсуттєвіші зв'язки й залежності між явищами, фактами. Для розв'язання нестандартних завдань уміє самостійно аналізувати та застосовувати основні положення теорії, однак припускається несуттєвих неточностей, хоча при цьому студент робить загалом правильні висновки.</p> <p>Відповіді на питання логічні, аргументовані, хоч і мають місце певні неточності. Студент вільно усуває помилки та відповідає на зауваження.</p>
9-11 балів	<p>Теоретичний зміст курсу засвоїв частково. У цілому правильно відтворює навчальний матеріал, знає основні положення й факти, уміє наводити окремі власні приклади на підтвердження думок, робити окремі висновки.</p> <p>Студент володіє найважливішими поняттями журналістської діяльності, але відтворює матеріал на рівні переказування, не достатньо логічно й послідовно, не завжди наводить приклади, не може обґрунтувати необхідність того чи того аспекту редакторської правки. При цьому студент, однак, визначає етапи розвитку соціальних комунікацій, найважливіші різновиди медіапродукції, обізнаний з основною термінологією журналістського фаху.</p>
6-8	<p>Теоретичний зміст курсу засвоєний поверхово (посередньо), частково. Студент виявляє поверхові знання й неглибоке розуміння основних положень навчального курсу. Відповідь недостатньо осмислена. Має труднощі в застосуванні теоретичного матеріалу при розв'язанні нестандартних завдань.</p>
До 7 балів	<p>Теоретичний зміст курсу засвоєний лише частково. Студент має фрагментарні знання з журналістської діяльності, які не дають цілісного уявлення про закономірності розвитку та функціонування журналістики в Україні, специфіку праці журналіста. Студент не може дати послідовну відповідь на питання, сплутує основоположні фахові поняття, припускається великої кількості фактичних помилок у відповіді.</p>

## Критерії оцінювання кваліфікаційного завдання

Бал за кваліфікаційне завдання	Критерії оцінювання
33-40 балів	Студент виправив помилки найпростішим способом і найоптимальнішим. Виявив помилки різних видів, усунув їх. Його виправлення ясні, зрозумілі, фахово обґрунтовані.
27-32 балів	Студент виправив більшість помилок, але не помітив окремі похибки у порушенні стандартів, не всі виправлення здійснені оптимальним шляхом.
20-26 балів	Студент виправив грубі помилки, але не помітив або не зумів виправити окремі недоліки, завдання виконано спорадично, виправлення не складають систему.
1-19 балів	Студент виявив деякі помилки, але не може запропонувати шляхів їх виправлення.

### **Процедура проведення**

Кваліфікаційний екзамен проводиться у два етапи.

Теоретична частина передбачає усну відповідь на три питання з фаху.

Практична частина містить кваліфікаційне завдання, мета якого полягає у визначенні рівня сформованості професійної компетенції – здатності виконувати функції журналіста. На цьому етапі перевіряється загальне володіння професійними стандартами журналістської діяльності.

### ***Приклад виконання кваліфікаційного завдання:***

Завдання 1. Проаналізувати текст щодо дотримання стандартів журналістики.

Вказати можливі шляхи його покращення.

### **Обшуки на "Мотор Січі": запорізькі ЗМІ висувають версії**

23 квітня СБУ проводить слідчі дії на запорізькому підприємстві «Мотор Січ», яке контролюється народним депутатом України В'ячеславом Богуслаєвим.

Про це повідомляє [1-й Запорізький](#).

“Зараз на заводі працюють фахівці столичного управління СБУ. У прес-службі «Мотор Січі» доки не коментують обшуки», - йдеться в повідомленні.

Експерти розглядають дві версії. По одній - це ухилення від податків при приватизації «Мотор Січ» в 90-і роки. Внаслідок мінімізації вартості приватизованого майна, бюджет недоотримав засоби у особливо великих розмірах. У серпні минулого року Генпрокуратура почала розслідування за цим фактом.

Друга версія торкається продажу контрольного пакету акцій посадовцями і власниками ПАО «Мотор Січ» на користь іноземних компаній. Зокрема, йдеться про громадянина Китаю, власника Beijing Skyrizon Aviation Industry Investment Ван Цзі. За версією ЗМІ, з минулого року він контролює 56% акцій підприємства. Цю долю китаєць нібито купив у народного депутата України, генерального конструктора і президента АТ «Мотор Січ» 79-річного В'ячеслава Богуслаєва і підконтрольних йому структур.

Після угоди з китайцем Служба безпеки України в червні порушила справу про «диверсію» - мовляв, потужності заводу новий власник може вивезти з України, а сам завод знищити. Перекидання більше 50% акцій і активів підприємства, за версією правоохоронців, можуть привести до ліквідації і повного знищення єдиного унікального заводу з виробництва авіадвигунів.

У вересні 2017 року Служба безпеки України через суд домоглися арешту іменних акцій компанії «Мотор Січ» на час проведення досудового розслідування за частиною ч.1 ст.14 (підготовка до злочину), ст.113 КК України (диверсія).

В той же час Богуслаєв не підтвердив, але й не спростував інформацію про продаж контрольного пакету запорізького підприємства китайцям.

### ***Еталонне розв'язання:***

У наведеному матеріалі порушено ряд журналістських стандартів:

- відокремлення фактів від суджень: *«Експерти розглядають дві версії», «За версією ЗМІ, з минулого року він контролює 56% акцій підприємства», «Цю долю китаєць нібито купив у народного депутата України, генерального конструктора і президента АТ «Мотор Січ» 79-річного В'ячеслава Богуслаєва і підконтрольних йому структур»;*
- балансу думок. У матеріалі відсутні коментарі від сторін;
- точності: *«Експерти розглядають дві версії»* - не вказані імена, посади експертів й назви організацій, які вони представляють. *«За версією ЗМІ, з минулого року він контролює 56% акцій підприємства»* - не вказані назви засобів масової інформації, на які посилається автор.

Також потребують уточнення юридичні терміни, використані в статті. Зокрема, в реченні: *«Після угоди з китайцем Служба безпеки України в червні порушила справу про «диверсію» - мовляв, потужності заводу новий власник може вивезти з України, а сам завод знищити»* слід уточнити

значення терміна «угода» (вказати сторони, між якими вона була укладена) і точно вказати, за якою статтею Кримінального кодексу України було відкрито судове провадження.

## **ПРОГРАМА З ІСТОРІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ**

1. Передумови зародження журналістики на українських землях.
2. Національні джерела української журналістики.
3. Початки української преси на східноукраїнських землях.
4. Діяльність «Руської трійці» та перший західноукраїнський альманах «Русалка Дністровая».
5. М. Максимович як редактор і видавець альманахів «Киевлянин» та «Украинец».
6. Місце суспільно-політичного та літературно-мистецького журналу «Основа» в історії української журналістики.
7. Громадсько-політичний та науково-літературний збірник «Громада» в історії української журналістики.
8. Альманахи 1880-х років як «рятівний човен» української журналістики.
9. Національно-патріотична преса початку ХХ століття у боротьбі за державність та незалежність українського народу.
10. Внесок меценатів Є. Чикаленка та В. Симиренка у становлення української національної преси.

### **Література:**

1. Федченко П. Преса та її попередники. Історія зародження й основні закономірності розвитку / Павло Максимович Федченко. – К. : «Наукова думка», 1969. – 350 с.
2. Животко А. Історія української преси / Упоряд., авт. іст.-біогр. нарису та приміт. М.С. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 1999. – 368 с., ім. пок. («Літературні пам'ятки України»).
3. Михайлин І. Історія української журналістики ХІХ століття: Посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 720 с.
4. Тимошик М. Історія видавничої справи: Підручник. – К.: Наша культура і наука, 2003. – 496 с. (Перевидання 2007 р.)
5. Дмитрук В. Нарис з історії української журналістики ХІХ ст. Посібник для студентів факультету журналістики / В. Дмитрук. – Львів : Видавництво Львівського університету, 1969. – 147 с.

## **ПРОГРАМА З ТЕОРІЇ ЖУРНАЛІСТИКИ**

1. Основні тенденції розвитку сучасної української журналістики.
2. Журналістика як система засобів масової інформації.

3. «Чотири теорії преси» Ф. Сіберта, Т. Петерсона і У. Шрамма.
4. Теорія масових комунікацій Г.М. Маклюєна.
5. Концепція постіндустріального (інформаційного) суспільства Данієла Белла.
6. Теорія «поля журналістики» П'єра Бурдьє.
7. Суспільство і соціальна інформація.
8. Норми професійної етики журналіста.
9. Моральні засади роботи журналіста.
10. Законодавчі акти, які регулюють норми професійної діяльності журналіста.

### **Література:**

1. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник / Володимир Здоровега; 2-е вид., перероб. і допов. – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с.
2. Іванов В.Ф. Журналістська етика : підруч. для студ. ВНЗ / В. Ф. Іванов; передм. В. П. Мостового. – К. : Вища шк., 2006. – 231 с.
3. Кібл Р. Журналістська етика / Річард Кібл; перекл. з англ. Д. І. Смоляк. – К. : Київська типографія, 2007. – 188 с.
4. Михайлин І.Л. Журналістика як всевіт : вибрані медіадослідження / І. Л. Михайлин. – Х. : Прапор, 2008. – 512 с.
5. Михайлин І.Л. Основи журналістики. Підручник. 5-те вид. перероб. та доп. / І. Л. Михайлин. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 496 с.
6. Москаленко А.З. Теорія журналістики : навчальний посібник / А.З. Москаленко – К. : ЕксОб, 2003. – 334 с.
7. Приступенко Т.О. Теорія журналістики: етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації. Навчальний посібник / Т.О. Приступенко. – К.: Інститут журналістики, 2004. – 375 с.

### **ПРОГРАМА З ТЕОРІЇ ТВОРУ Й ТЕКСТУ**

1. Поняття про текст, твір, дискурс. Їх діалогічна сутність.
2. Пов'язаність тексту із соціальною практикою.
3. Підхід до тексту як до завершеної системи. Цілісність і зв'язність тексту.
4. Психологія образного відтворення дійсності. Основні положення теорії психологічної образності О.О. Потебні.
5. Композиція та архітектоніка тексту.
6. Заголовок і зміст тексту. Заголовки одного напрямку та комплексні заголовки. Повноформативні та неповноформативні (пунктирні) заголовки.
7. Прецеденти феномени: ім'я, висловлювання, ситуація.
8. Ідентифікація і типологія патогенного тексту
9. Первинні та вторинні тексти: види та функції.



10. Типи спілкування та способи мислення. Емоційний, формально-логічний, діалектичний та практичний способи мислення.

### **Література:**

Нариси про текст. Теоретичні питання комунікації і тексту / Різун В.В., Мамалига А.І., Феллер М.Д. – К.: РВЦ “Київський університет”, 1998. – 336 с  
Серажим К.С. Текстознавство. Підручник / К.С. Серажим. – К., 2012. – 528 с.

### **ПРОГРАМА З МЕДІАКРИТИКИ**

1. Суть, принципи і види медіакритики.
2. Функції медіакритики в сучасному медійному просторі.
3. Моніторинг ЗМІ як медіакритичний інструмент.
4. Специфіка медіакритичного аналізу, оцінки й прогнозу.
5. Можливості медіакритики у протидії маніпулятивному впливу медіа на масову аудиторію в політичних цілях.
6. Державна інформаційна політика, правове регулювання ЗМІ, вплив економічних чинників на діяльність ЗМІ, комерціалізація ЗМІ як об’єкти медіакритичного аналізу.
7. Роль медіакритики у підтриманні здорового психологічного і морального клімату в суспільстві.
8. Медіакритика і проблема соціальної відповідальності ЗМІ.
9. Професійні стандарти журналістської діяльності.
10. «Мова ворожнечі», джинса та вразливі групи населення як об’єкт медіакритики.

### **Література:**

1. Іванов В.Ф. Журналістська етика / В.Ф.Іванов, В.Є. Сердюк / Передм. В.П. Мостового: Підручник. – К. : Вища школа, 2006. – 231 с.
2. Квіт С. Масові комунікації : підручник / С. Квіт. – К. : ВД «Києво-Могилянська академія», 2008. – 208 с.
3. Потятиник Б.В. Медіа: ключі до розуміння. Серія: Медіакритика / Б. В. Потятиник. – Львів : ПАЇС, 2004. – 312 с.
4. Різун В.В. Маси : тексти лекцій / В. В. Різун. – К. : ВПЦ «Київський університет», 2003. – 118 с.

### **ПРОГРАМА З МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЇ**

1. Загальна характеристика масовоінформаційної діяльності. Поняття про комунікацію.
2. Природа і структура комунікативного процесу. Моделі комунікації.

3. Особливості системи масової комунікації (глобалізація, концентрація, конгломерація, масифікація).
4. Система засобів масової комунікації.
5. Поняття про масову інформацію. Властивості масової інформації.
6. Поняття про інформаційне суспільство. Інформація як продукт споживання, товар і засіб виробництва.
7. Інформаційний простір. Характеристика інформаційного простору України.
8. Діапазон поняття «соціально-комунікаційні технології» та вплив цих технологій на маси.
9. Комунікаційні технології мутації та інмутації як засіб комунікаційного впливу на маси.
10. Ефекти в масовій комунікації.

### **Література:**

1. Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. К. : Освіта, 1999. 351 с.
2. Масова комунікація / А. З. Москаленко та ін. : підручник. Київ : Либідь, 1997. 216 с.
3. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. К. : Видавничий центр «Київський університет», 1999. 308 с.
4. Різун В. В. Маси. Тексти лекцій. К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2003. 118 с.
5. Різун В, В. Теорія масової комунікації : підручник. К : Просвіта, 2008. 260 с.
6. Холод О. М. Комунікаційні технології. К : «Центр учбової літератури», 2013. 213 с.

### **ПРОГРАМА З МЕДІАМЕНЕДЖМЕНТУ**

1. Мета і напрямки медіа маркетингу.
2. Поняття і зміст регулярного менеджменту.
3. Життєвий цикл медіа як товару.
4. Етапи розвитку медіа менеджменту.
5. Редакційний маркетинг: сутність і напрями.
6. Теорії мотивації персоналу в менеджменті.
7. Поняття бізнес-планування та бізнес-моделювання.
8. Бізнес-моделі ЗМІ.
9. Модель суспільного медіа.
10. Модель «подвійної конверсії» ЗМІ.

### **Література:**

1. Альбарран А. Менеджмент електронних ЗМІ / А. Альбарран; пер.з англ. Н. Кашуба. – К.: Наука», 2009. – 296 с.
2. Пекар В. Різнобарвний менеджмент. – Х.: Фоліо, 2019. – 191 с.
3. Сучасний медіа-менеджмент в друкованих ЗМІ: шляхи роздержавлення української преси / за ред. В. Іванова та Н.Ланге. – К.: АУП, 2008. – 300 с.
4. Хаб'юк О. Концептуальні основи медіа-економіки: монографія / О. Хаб'юк. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2012. – 180 с.

### **ПРОГРАМА З ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИКИ**

1. Явище конвергентності в сучасній інтернет-журналістиці: сучасні тенденції, успішні практик
2. Нішева інтернет-журналістика: типологічні аспекти
3. Особливості роботи редактора та журналіста в сучасному інтернет-виданні
4. Особливості розробки контент-плану для онлайн-видання.
5. Регіональна інтернет-журналістика: виклики, тенденції, успішні практики
6. Зміст роботи редактора/журналіста над конвергентним медіа проектом конвергентного типу
7. Переваги та недоліки лонгвідів як жанру сучасної інтернет-журналістики
8. Особливості роботи редакції онлайн-видання з цільовою аудиторією
9. Специфіка проектування інтернет-видання журналістського типу.
10. Заходи щодо просування інтернет-видання на медіа-ринку.

### **Література:**

1. Артамонова І. М. Тенденції становлення та перспективи розвитку інтернет-журналістики в Україні : монографія / І. М. Артамонова. - Донецьк : Лебідь, 2009. - 416 с.
2. Бернерс-Лі Т. Заснування Павутини: з чого починалася і до чого прийде Всесвітня мережа : пер. с англ. / [Тім Бернерс-Лі](#), Марк Фічетті ; Пер. [Андрій Іщенко](#) ; Передмова Майкл Л. Дертузос. – Київ : ВД "Києво-Могилянська академія", 2007 . – 207 с.
3. Крейг Ричард. Інтернет-журналістика : робота журналіста і редактора у новинах ЗМІ. – К. : Видавничий дім “Києво-Могилянська академія”, 2007. – 324с.
4. Партико З.В. Галузеве редагування в засобах масової інформації. – Л. : Афіша, 2007. – 104с.

5. Потятиник Б. Інтернет-журналістика : навчальний посібник. – Львів : ПАІС, 2010. – 246 с.
6. Фанта І. Лонгріді можуть залучати на сайт такий самий трафік, як і топові новини [Електронний ресурс] / І. Фанта. — Режим доступу : [http://osvita.mediasapiens.ua/web/online\\_media/longridi\\_mozhut\\_zaluchati\\_na\\_sayt\\_takiy\\_samiy\\_trafik\\_yak\\_i\\_topovi\\_novini\\_ilona\\_fanta/](http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/longridi_mozhut_zaluchati_na_sayt_takiy_samiy_trafik_yak_i_topovi_novini_ilona_fanta/)
7. Чабаненко М. В. Ч 12 Основи інтернет-журналістики : навчальний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Журналістика»/ М. В. Чабаненко. – Запоріжжя : «Просвіта», 2013. – 112 с. <http://mv.zp.ua/images/texts/osnovyIZH.pdf>
8. Шнайдер Вольф, Рауе Пауль-Йозеф Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / Перекл. з нім. В. Климченко; за загал. ред. В. Іванова —К. : Центр Вільної Преси, Академія УкраїнськоїПреси, 2014. — 358 с.
9. Кросмедіа : контент, технології, перспективи : колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко. — К. : Інститут журналістики, 2017.—234 с.

## **ПРОГРАМА З КРОСМЕДІЙНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ**

1. Конвергентність у новітній журналістиці.
2. Трансмедійний сторітелінг як новий жанровий формат.
3. Становлення лонгріду в журналістиці.
4. Мультимедійність журналістських текстів.
5. YouTube як платформа для громадянської журналістики.
6. WordPress як платформа для блогінгу.
7. Журналістика даних та візуалізація.
8. Соціальні медіа в роботі журналіста.
9. Динамічна візуалізація: інтерактивні тайм-лайни в крос медійних ЗМІ.
10. Кросмедійна модель управління редакцією: структурно-функціональний та культурологічний аспекти.

### **Література:**

1. Підручник з крос-медіа / видавці: Іоанна Нарчіса Крецу, Міхаіл Гузун, Любов Василик ; перекл. Ана Лехінтан та ін. – Sibiu : Schiller Publishing House, 2015. – 140 с.
2. Довженко О. ЖЗЛ 2.0 [Електронний ресурс] / Отар Довженко. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/14229>
3. Залізник Ю. Людина зі смартфоном або соціальні мережі як право на свободу [Електронний ресурс] / Юрій Залізник. – Режим доступу: <http://bit.ly/XNunpF>

4. Піддубний О. Сила соціальних медіа. Або чому не можна нехтувати соцмережами [Електронний ресурс] / Олександр Піддубний. – Режим доступу: <http://pidubny.com/syla-sotsialnyh-media-abo-chomu-ne-mozhna-nehtuvaty-sotsmerezhamy/>

5. Кайда О. С. Організація роботи конвергентного ньюзруму в регіональному медіапросторі України [Електронний ресурс] // Світ соціальних комунікацій. — К., 2013. — Т. 9. — URL: <http://www.kymu.edu.ua/wsc/toms/09/118-121.pdf> (дата звернення: 21.01.2015).

6. YouTube як конкурент теленовинам [Електронний ресурс] / Пер. М. Дорош // Media Sapiens. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/onlain-media/post/6345/2012-08-29-youtube-yak-konkurent-telenovinam/>

## ПРОГРАМА З ТЕОРІЇ І МЕТОДИКИ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ТВОРЧОСТІ

1. Журналістика як творчість і ремесло.
2. Характерні особливості журналістського твору. Головні етапи роботи над журналістським твором.
3. Перша фраза, лід і його різновиди.
4. Різновиди інтерв'ю в пресі та робота над ними.
5. Репортаж, його різновиди. Особливості роботи над репортажем.
6. Рецензування. Особливості рецензування в пресі. Види рецензій. Робота над рецензією.
7. Публіцистичний образ і факт, їх співвідношення в публіцистиці та роль в донесенні думки. Особливості публіцистичної аргументації.
8. Подорожній нарис. Мета, завдання, особливості.
9. Есеїстська публіцистика. Есе як публіцистичний жанр.
10. Поняття сатиричної публіцистики та її види. Ознаки сатиричної публіцистики.

### Література:

1. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості. Навчальний посібник / В.Й. Здоровега. – Львів : ПАІС, 2008.
2. Капелюшний А. О. Редагування в засобах масової інформації : навч. посіб. / А.О. Капелюшний. – Львів : ПАІС, 2009. – 304 с.
3. Михайлин І.Л. Основи журналістики : Підручник. - 2-ге вид., допов. та поліпшене / І.Л. Михайлин. – Х., 2000. – 257 с.
4. Москаленко А.З. Теорія журналістики : Підручник /А.З. Москаленко. – К. : КНУ імені Т. Шевченка, 1998. – 326 с.
5. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. - 2-ге вид., доп. / Г.Г. Почепцов. - К., 1999.
6. Шкляр В. Журналістська майстерність: поетика журналістського твору: Конспект лекцій для студентів Інституту журналістики / В. Шкляр. – К. : Інститут журналістики КНУ, 1995. – 68 с.
7. Шкляр В. Теорія і методика журналістської творчості / В. Шкляр. – К. : МІЛП, 1999. – 44 с.

## **Інформаційні ресурси**

Академія української преси // Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/>

Інститут демократії імені Пилипа Орлика // <http://idpo.org.ua/>

Інститут масової інформації // Режим доступу: <http://imi.org.ua/>

Інститут розвитку регіональної преси // Режим доступу: <http://irrp.org.ua/>

Національної спілка журналістів України / журнал «Журналіст України» //

Режим доступу : <http://www.unuj.org/jurnalist-ukrainy/arhiv>

Інтернет-видання «Детектор медіа» // Режим доступу: <http://detector.media/>