

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Факультет журналістики
Кафедра радіомовлення і телебачення

Затверджено
на засіданні кафедри радіомовлення і
телебачення факультету журналістики
Львівського національного
університету імені Івана Франка
(протокол № 1 від 29 серпня 2023р.)

Завідувач кафедри –
доц. Парасковія ДВОРЯНИН



Силабус з навчальної дисципліни
«Радіожурналістика в соцмережах»,
що викладається в межах
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «ЖУРНАЛІСТИКА»
другого (магістерського) рівня вищої освіти
для здобувачів зі спеціальності 061 – журналістика

| | |
|--|---|
| Назва дисципліни | «Радіожурналістика в соцмережах» |
| Адреса викладання дисципліни | Вул. Генерала Чупринки, 49, м. Львів, 79044. |
| Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна | Факультет журналістики, кафедра радіомовлення і телебачення. |
| Галузь знань, шифр та назва спеціальності | Галузь знань – 06 Журналістика, спеціальність – 061 Журналістика |
| Викладачі дисципліни | Дворянин Парасковія Ярославівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри радіомовлення і телебачення |
| Контактна інформація викладачів | (032) 239-47-64; (032) 239-40-30, 0503701986 Paraskoviya.Dvoryanyn@lnu.edu.ua https://journ.lnu.edu.ua/employee/dvoryanyn-p-ya |
| Консультації з курсу відбуваються | Щопонеділка о 15 год. Львів, вул. Генерала Чупринки, 49, ауд. 308. Упродовж тижня, поза заняттями каналами комунікації з викладачем є групи у Telegram або електронне листування. |
| Сторінка дисципліни | http://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/02/Radiozhurnalistyka-v-sotsmerezah.pdf |
| Інформація про дисципліну | Навчальна дисципліна «Радіожурналістика в соцмережах» є вибірковою дисципліною зі спеціальності 061 «Журналістика» для освітньої програми «Журналістика», яку викладають для студентів I курсу в обсязі 3 кредитів (за ЄКТС). |
| Коротка анотація дисципліни | Навчальну дисципліну розроблено таким чином, щоби надати студентам знання, обов'язкові для розуміння суті та специфіки радіожурналістики; розвитку радіомовлення в Україні та світі; сформувати професійні уявлення студентів про принципи функціонування сучасної радіоіндустрії; познайомити їх із особливостями програмування державного, суспільного й комерційного радіо; дати відомості про жанри радіожурналістики й |

| | |
|--|--|
| | <p>творчий процес створення радіопередач; навчити студента створювати проекти з промоції бренду та особистості, писати стратегії роботи з соцмережами та втілювати їх. У дисципліні представлено огляд тенденцій у соцмережах, особливості каналів комунікації та інструментів дистрибуції радіоконтенту.</p> |
| <p>Мета та цілі дисципліни</p> | <p>Метою вивчення вибіркової дисципліни «Радіожурналістика в соцмережах» є формування у здобувачів освіти ступеня магістра наукового розуміння сутності та особливостей радіожурналістики, особливостей дистрибуції її контенту у соцмережах, формування навиків самопрезентації, позиціонування медіа, залучення аудиторії. Використання різних платформ, інструменти їх застосування.</p> |
| <p>Література для вивчення дисципліни</p> | <p style="text-align: center;">Базова література</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бойд Ендрю. Ефірна журналістика. Технології виробництва ефірних новин / Ендрю Бойд. – К.: Київська типографія, 2007. – 432 с. 2. Гоян О. Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту : підруч. / Гоян О. П. – К.: Веселка, 2004. – 208 с. 3. Дворянин П. Звукова атмосфера в радіотворчості / П. Дворянин // Теле- та радіожурналістика. – 2009. – Вип.8. – С. 131 – 135. 4. Дворянин П. Я. Фактори комунікативної ефективності регіональних радіоновин / П. Я. Дворянин // Регіональні ЗМІ: історія, сучасний стан та перспективи розвитку: матеріали II Міжнар. наук. конф.: [у 3 т.] / [відп. ред. В. М. Галич]. – Луганськ : Вид-во ДЗ “ЛНУ імені Тараса Шевченка”, 2012. – Т.1. – С. 143–151. 5. Єлісовенко Ю. П., Нагорняк М. В. Радіовиробництво : навч. посіб. Київ : ТОВ «ДРУКАРНЯ «БІЗНЕСПОЛІГРАФ», 2017. – 304 с. 6. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики: Підручник / В.В. Лизанчук — К.: Знання, 2006. — 628 с. 7. Любченко Ю. В. Виразальна система радіожурналістики: монографія / Ю. В. Любченко. – Запоріжжя: АА Тандем, 2016. – 192 с. 8. Прімбс Ш. Соціальні медіа для журналістів. Редакційна робота з Facebook Twitter & Co/ За загал. ред. В. Ф. Іванова, Пер. з нім. В. Клименко. – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2018. – 198 с. |

| | |
|--------------------|--|
| | <p>9. Сербенська О. Роздумуючи про сутність радіо / О. Сербенська // Теле- та радіожурналістика. – 2012. – Вип.11. – С. 316 – 325.</p> <p>10. Телевізійна та радіокомунікація: історія, теорія, новітні практики: підручник / В.В.Лизанчук, І.В.Крупський, О.М.Білоус, П.Я.Дворянин та ін.; за ред. д-ра філол. наук, проф. В.В.Лизанчука. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2021. – 420 с.</p> <p style="text-align: center;">Додаткова література</p> <p>1. Головенко І. Виразальні засоби в інформаційних, аналітичних і художньо-публіцистичних радіожанрах / І. Головенко // Теле- та радіожурналістика. – 2016. – Вип. 15. – С. 135 – 141.</p> <p>2. Лівін М. Сторітелінг для очей вух і серця – К.: Наш формат, 2020. – 184 с.</p> <p>3. Лизанчук В. Журналістська майстерність: підручник. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2011. – 376 с.</p> <p>4. Малетич Т. Авторське «Я» в радіоматеріалах / Т. Малетич // Телета радіожурналістика. – 2011. – Вип.10. – С. 96 – 112.</p> <p>5. Нагорняк М. В. Жанрові пріоритети новинного контенту мережевих радіостанцій як чинник ефективної комунікації зі споживачами // Психолінгвістика: зб. наук. пр. ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди». Переяслав-Хмельницький: «Видавництво КСВ», 2015. Вип. 17. – С. 264–275.</p> <p>6. Почепцов Г. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації. – К.: Спадщина, 2012. – 464 с.</p> <p>7. Сербенська О. А. Голос і звуки рідної мови / О. Сербенська. – Львів: Апріорі, 2020. – 280 с.</p> <p>8. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства. – К.: НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, 2014. – 260 с.</p> <p>9. Фрієр С. Без фільтрів. Інсайдерська історія Instagram/Сара Фрієр; пер. з англ. О. Бершадської. – Київ: Форс Україна, 2020. – 384 с.</p> <p>10. Хеффлінгер М. За лаштунками Facebook: 10 уроків на шляху до завоювання світу/М. Хеффлінгер. – Київ: Кі Фанд Медіа, 2019 – 298 с.</p> |
| Обсяг курсу | Денне навчання: 32 год. аудиторних занять. З них 16 год. лекційних, 16 год. практичних та 58 год. самостійної роботи. |

| | |
|--------------------------------------|--|
| | Заочне навчання: 16 год. аудиторних занять (10 год. лекцій, 6 год. практичних занять, 74 год. самостійної роботи). |
| Очікувані результати навчання | <p>Після завершення цього курсу студент буде</p> <p>Знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особливості функціонування радіожурналістики в сучасних умовах; – виробництво радіоновин: написання сценаріїв та компонування матеріалу; – функції та формати соціальних мереж; – персоналізація журналіста у соцмережах; – способи використання соцмереж для дистрибуції новинного контенту радіо; – особливості комунікації з аудиторією, діалог зі спільнотою, способи залучення прихильників; – правила соцмереж та розуміння алгоритмів впливу на аудиторію та поширення радіоконтенту; – розмаїття засобів та інструментів комунікації у соцмережах. <p>Вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> –проаналізувати особливості радіоринку, визначити виклики, з якими стикаються журналісти та способи роботи з ними; –використовувати особливості функціонування різних платформ для роботи з радіоконтентом; – організувати новинний випуск для радіо і організувати його розповсюдження та обговорення у соцмережах; – добирати потрібну інформацію для дистрибуції у соцмережах; – підготувати допис, відео-матеріал, підібрати ілюстрацію для різних платформ інтернету; – створити стратегію залучення аудиторії у соцмережах і визначити інструменти щоденної комунікації з нею; – розробити методичні рекомендації щодо персоніфікації радіожурналіста, поширення радіо контенту та впливу на аудиторію. |
| Ключові слова | Радіомовлення, контент, комунікація, цільова аудиторія, соцмережі, соціальні медіа, медійні бренди, вірусний ефект, візуалізація медіа-продукту, медіаплатформи, мультимедійні технології. |
| Формат курсу | Очний/Заочний |
| Теми | Подано у формі «СХЕМИ КУРСУ» |

| | |
|---|--|
| Підсумковий контроль, форма | Залік в кінці семестру. |
| Пререквізити | Вивчення цього курсу пов'язане з опануванням студентами журналістикознавчих дисциплін. |
| Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу | Лекція, аналіз, синтез, дискусії. Рольові ігри. Робота в групах. SWOT-аналіз. Мозковий штурм. Проектно-дослідницький метод. Використання Таксономії Блума. Демонстрація та аналіз конкретних ситуацій, обговорення, презентації, навчальне відео та подкасти, записані викладачем та студентами. |
| Необхідне обладнання | Диктофон, мікрофон, комп'ютер, інтернет, мультимедійний проектор, власні мобільні пристрої. |
| Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності) | <p>Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.</p> <p>I. За опанування I-го модуля «Радіожурналістика в соцмережах» студент може набрати максимально 50 балів. З них під час поточного контролю максимально 20 балів:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Опрацювання рекомендованої літератури – максимально 5 балів; – Аналіз стратегій просування радіоматеріалів, апробованих у публічному просторі – до 7 балів; – Участь у дискусіях на практичних заняттях – до 8 балів (по 2 бали на одному занятті). <p>Під час першого модульного контролю студент може набрати максимально – 30 балів. Він аналізує різні соцмережі, профілі у них та інструменти дистрибуції контенту, залучення аудиторії і готує пропозиції, як радіоконтент можна просувати, використовуючи ці можливості. Піар-стратегія може бути оцінена 30 балами, якщо в ній:</p> <ul style="list-style-type: none"> – всебічно розкрита тема, логічно, вмотивовано викладено матеріал; – використано актуальний емпіричний матеріал радіо; – професійне володіння термінами (визначеннями); – мова образна, багата виражальними засобами; немає помилок. <p>II. За опанування II-го модуля «Соціальні мережі як засіб просування радіоматеріалів» студент може набрати максимально 50 балів. З них під час поточного контролю максимально 20 балів:</p> <p>Оцінювання рекомендованої літератури – до 5 балів;</p> <p>Підготовка різних етапів PR-стратегії – до 7 балів;</p> |

Виступи під час дискусій та роботи в інтерактивних групах на практичному занятті (4 заняття) – **до 8 балів** (по 2 бали на одному занятті).

Під час другого модульного контролю студент може набрати **максимально 30 балів**. Він, проаналізувавши профілі радіостанцій та радіожурналістів у соцмережах, оцінивши результати просування їхнього контенту, пропонує свої методичні рекомендації для організації комунікативного процесу з аудиторією та пише власну стратегію просування свого контенту у соцмережах.

Проєкт «Стратегія просування радіоконтенту у соцмережі» **може бути оцінений 30 балами**, якщо у ньому:

– враховано та використано усі інструменти для напрацювання таких стратегій, особливості різних платформ, залучено усі інструменти просування радіоконтенту у соцмережах.

Очікується, що **письмові творчі роботи** будуть оригінальними журналістськими дослідженнями, які ґрунтуються на засадах доброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. Важливою складовою навчання є **відвідування занять**. Очікується, що всі студенти відвідують усі лекції, беруть активну участь у дискусії на практичних заняттях. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття і відпрацювати пропущене. За будь-яких обставин студенти зобов'язані дотримуватися визначених термінів для виконання усіх завдань, передбачених поточним і модульним контролем. Викладач заохочує студентів до опрацювання джерел та літератури, яких немає серед рекомендованих.

Методика виставлення балів за знання.

Сумуються бали, набрані під час поточного і модульного контролів. Обов'язково враховуються присутність студента на лекціях та активність на практичних заняттях, а також недопустимість пропусків та запізнення на заняття. На оцінювання знань впливає несвоєчасне виконання поставлених завдань, списування, плагіат та ін.

Не толеруються жодні форми порушення академічної доброчесності.

| | |
|---|--|
| <p>Питання до екзамену чи письмової роботи для заліку.</p> | <p>Питання для письмової роботи під час першого модульного контролю:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сучасне радіо: сутність, принципи, функції. 2. Динаміка розвитку медіа як технологічного процесу. 3. Необмежений доступ до інформації: небезпеки та можливості. 4. Інтерпретація інформації. 5. Фрагментація суспільства у соціальних мережах. 6. Правовий статус українських ЗМІ в інтернеті. 7. Причини втрати радіо-аудиторії . 8. Створення шкідливих наративів у соцмережах. 9. Еволюція новин – перспектива радіо. 10. Альтернатива для радіо в онлайн-епоху. 11. Автоматизована журналістика і її переваги. 12. Швидкі новини, що їх генеруватиме комп'ютерна програма. 13. Алгоритм як альтернатива журналісту. 14. Суть мультиплатформних медіа. 15. Майбутнє журналістики – смерть новин. 16. Базові вимоги до новин. 17. Новина як результат щоденної поновлюваної гри. 18. Новина - недосконалий швидкокопсувний продукт. 19. Роль реципієнта в процесі створення новин. 20. Поняття «факт реальний» і «факт відображений». 21. Суть та особливості «інформаційних бульбашок». 22. Комунікація в соцмережах в умовах воєнного стану. 23. Радіожурналістика у час війни. 24. Фейки, чутки та стратегія боротьби з ними у соцмережах. 25. Контент, що руйнує репутацію радіостанції. <p>Питання для письмової роботи під час другого модульного контролю:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Селекція новинного контенту радіо у соцмережах. 2. Використання інтернет-платформ для популяризації новинного контенту 3. Фактори новинної цінності. 4. Завдання соцмереж у сучасних умовах. 5. Стратегія просування радіоконтенту у соцмережах. 6. Різновиди соцмереж. Платформи інтернету. 7. Канали комунікації та інструменти у соцмережах. 8. Управління репутацією редакції: стратегії і технології. 9. Структура та різновиди соціальних мереж. 10. Потенційні можливості і загрози соціальних мереж 11. Токсичність у соцмережах. |
|---|--|

| | |
|-------------------|--|
| | <p>12. Способи використання Youtube для популяризації новинного контенту.</p> <p>13. Контент-стратегія та розробка контент-плану.</p> <p>14. Створення візуального контенту.</p> <p>15. Принципи створення новинних і промоційних текстів.</p> <p>16. Сутність та принципи просування бренду.</p> <p>17. Фактор цільової аудиторії у соцмережах.</p> <p>18. Інфографіка у соцмережах.</p> <p>19. Гумор у соцмережах.</p> <p>20. Меми як новітній компонент залучення уваги.</p> <p>21. Текст у радіожурналістиці.</p> <p>22. Магія розказаної історії. Сторітелінг.</p> <p>23. Особливості застосування вербальних та невербальних засобів комунікації.</p> <p>24. Способи привернення уваги: інструменти та стратегії.</p> <p>25. Етичний кодекс журналіста у соцмережах.</p> |
| Опитування | Анкету-оцінку з метою оцінювання якості викладання дисципліни буде надано після завершення курсу. |

СХЕМА КУРСУ

| Тиж. | Тема, план, короткі тези | Форма діяльності (заняття)* *лекція, самостійна, дискусія, групова робота) | Література. Ресурси в інтернеті | Завдання, год | Термін виконання |
|---|---|---|--|--|--|
| Змістовий модуль I. Соціальні мережі як засіб просування радіоматеріалів | | | | | |
| 1-й тиждень, 2-й тиждень | <p>Тема 1. Ефірна журналістика: особливості функціонування радіо у сучасних умовах</p> <p>1. Сучасний радіопростір: місія, візія та усвідомлення викликів.</p> <p>2. Виробництво радіо новин: конкуренція за першість та оригінальність викладу.</p> <p>3. Критерії цінності новини та стандарти</p> | <p>Лекція 2 години,</p> <p>Практичне заняття 2 години</p> | <p>1. Бойд Ендрю. Ефірна журналістика. Технології виробництва ефірних новин / Ендрю Бойд. – К.: Київська типографія, 2007. – 432 с.</p> <p>2. Гоян О. Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту : підруч. / Гоян О. П. – К.: Веселка, 2004. – 208 с.</p> <p>3. Дворянин П. Звукова атмосфера в радіотворчості / П. Дворянин // Теле- та радіожурналістика. – 2009. – Вип.8. – С. 131 – 135.</p> <p>4. Дворянин П. Я. Фактори комунікативної ефективності регіональних радіоноvin / П. Я. Дворянин // Регіональні ЗМІ: історія, сучасний стан та перспективи розвитку: матеріали II Міжнар. наук. конф.: [у 3 т.] / [відп. ред. В. М. Галич]. – Луганськ : Вид-во ДЗ “ЛНУ імені Тараса Шевченка”, 2012. – Т.1. – С. 143–151.</p> <p>5. Дмитровський З. Аналітична журналістика: Тексти лекцій. – Львів: Малий видавничий центр факультету журналістики ЛНУ ім. І. Франка, 2022. – 192 с.</p> | <p>8 годин</p> <p>Студенти опрацьовують рекомендовану літературу, аналізують новинні матеріали радіо та способи їх поширення на різних інтернет-платформах.</p> <p>Тренувальний кейс: транслюємо радіорепортаж у соцмережах.</p> | <p>Один тиждень</p> <p>Перевірка результатів С/Р</p> |

| | | | | | |
|--------------------------|---|--|---|---|---------------------------|
| | журналістської творчості. 4.Спрощення жанрової палітри і компіляція жанрів. 5.Цільова аудиторія та колесо потреб аудиторії | | 6.Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Львів: ПАІС, 2004. – С. 218–256. 7.Лизанчук В. В., Кузнецова О. Д. Методи збирання і фіксації інформації в журналістиці: Навч. посібник // В. В. Лизанчук, О. Д. Кузнецова. – К. – 1991. – С. 64–71. 8.Манфред Май Медіа-політика в інформаційному суспільстві/ Пер. з нім. В. Климченко та В. Олійник; За ред. В. Іванова. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2011. – 286 с. 9. Сербенська О. А. Голос і звуки рідної мови / О. Сербенська. – Львів: Априорі, 2020. – 280 с. 10.Новинна грамотність. Посібник / Заг. ред. Наталія Лигачова, Отар Довженко, Діана Дуцик, Дар'я Тарадай. – «Детектор медіа», 2018. – 120 с. | | |
| 3-й тиждень, 4-й тиждень | Тема 2. Соціальні мережі: загрози та можливість для радіо 1. Концепція універсального журналіста. 2. Медіаконвергенція. Суттєва зміна доступу до інформації. 3. Альтернатива радіо в онлайн-епоху. 4. Аналітика даних – нові тенденції. 5. Завдання, які вирішують соцмережі для радіо контенту. | Лекція 2 години, Практичне заняття 2 години | 1. Дорош М. Свобода висловлювань в інтернеті – де її межа? [Електронний ресурс] / Марина Дорош // Media Sapiens. – 07. 10. 2014. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/media_law/law/svoboda_vislovlyuvan_v_interneti_de_ii_mezha . 2. Кулеба Дмитро Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. – Київ: Книголав, 2019. – 384 с. 3. Лизанчук В. В. Журналістська майстерність: підручник / В. Лизанчук. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2011. – С. 111-345. 4. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2015. – 497 с. 5. Сінгер П., Брукінг Е. Війна лайків. Зброя в руках соціальних мереж. Харків: КСД, 2019. – 320 с. 6. Стратегічні комунікації в умовах гібридної війни: погляд від волонтера до науковця: монографія / [А. В. Баровська та ін.]; Нац. акад. Служби безпеки України. Київ: НАСБУ, 2018. – 517 с. 7. Телевізійна та радіокомунікація: історія, теорія, новітні практики: підручник / В. В. Лизанчук, І. В. Крупський, О. М. Білоус, П. Я. Дворянин, Н. Є. Лебеденко, Р. О. Білоус; за ред. д-ра філол. наук, проф. В. В. Лизанчука. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2021. – С. 351–381. 8. Токсичність у медіа і політиці: як протистояти ворогу. Дискусія на Львівському медіафорумі https://texty.org.ua/articles/94466/Toksychnist_u_media_i_polityci_jak_protystojaty-94466/ | 7 годин | Один тижень |
| 5-й тиждень, 6-й тиждень | Тема 3. Сервіси соціальних мереж, функції та формати 1. Стратегії роботи у Facebook. Текстові повідомлення як основа контенту. 2. Взаємодія та поширення контенту у Twitter. Використання | Лекція 2 години Практичне заняття 2 години | 1. Бойд Ендрю. Ефірна журналістика. Технології виробництва ефірних новин / Ендрю Бойд. – К.: Київська типографія, 2007. – 432 с. 2. Гоян О. Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту: підруч. / Гоян О. П. – К.: Веселка, 2004. – 208 с. 3. Дворянин П. Звукова атмосфера в радіотворчості / П. Дворянин // Теле- та радіожурналістика. – 2009. – Вип. 8. – С. 131 – 135. 4. Дворянин П. Я. Фактори комунікативної ефективності регіональних радіоновин / П. Я. Дворянин // Регіональні ЗМІ: історія, | 7 годин | Один тиждень |
| | | | | Студенти виписують і коментують найважливіші положення з рекомендованої літератури. Вибирають захоплену історію, пов'язану із розвитком українського чи зарубіжного радіо. Готують текст для радіоповідомлення. Зачитують радіоповідомлення і записують його на диктофон. | Перевірка результату С/Р |
| | | | | Опрацьовуючи рекомендовану літературу, студенти добирають радіо репортаж будь-якого новинного випуску і розміщують його у соцмережах: Facebook, Twitter, | Перевірка результатів С/Р |

| | | | | | |
|-----------------------------|--|---|--|--|---|
| | мережі для потреб медіа. 3. Жанрові особливості платформи для відео Youtube. 4. Знімки та зображення в Instagram. Візуальна комунікація. 5. Платформи для мініблогів та подкастів. | | сучасний стан та перспективи розвитку: матеріали II Міжнар. наук. конф.: [у 3 т.] / [відп. ред. В. М. Галич]. – Луганськ : Вид-во ДЗ “ЛНУ імені Тараса Шевченка”, 2012. – Т.1. – С. 143–151. 5. Нагорняк М. В. Жанрові пріоритети новинного контенту мережевих радіостанцій як чинник ефективної комунікації зі споживачами // Психолінгвістика: зб. наук. пр. ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди». Переяслав-Хмельницький : «Видавництво КСВ», 2015. Вип. 17. – С. 264–275. 6. Прімбс Ш. Соціальні медіа для журналістів. Редакційна робота з Facebook Twitter & Co/ За загал. ред. В. Ф. Іванова, Пер. з нім. В. Клименко. – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2018. – 198 с. 7. Рендол Девід. Універсальний журналіст / Девід Рендол; [пер. з англ. М. Марченко]. – К., 2007. – 150 с. | Instagram та на платформі Youtube, використовуючи усі інструменти та зважаючи на особливості цих соцмереж і платформи. Готують подкаст на пізнавальну тему, використовуючи усі необхідні інструменти та платформи. | |
| 7-й тиждень, 8-й тиждень | Тема 4. Особливості роботи з матеріалом із соціальних мереж 1. Соцмережі – скарбниця для радіожурналіста. 2. Пошукові системи та особливості їх використання. 3. Twitter – великий масив даних у режимі реального часу. 4. Люди та їхні профілі у Facebook. 5. Пошук у відгуках споживачів та прихильників. | Лекція 2 години, Модульний контроль 2 години | 1. Бойд Ендрю. Ефірна журналістика. Технології виробництва ефірних новин / Ендрю Бойд. – К.: Київська типографія, 2007. – 432 с. 2. Єлісєв Ю. П., Нагорняк М. В. Радіовиробництво : навч. посіб. Київ : ТОВ «ДРУКАРНЯ «БІЗНЕСПОЛІГРАФ», 2017. – 304 с. 3. Женченко, М. І. (2012), „Новітні редакторські професії в умовах конвергенції та мультимедіагізації ЗМІ”, <i>Наукові записки Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка</i> , Т. 49, Жовтень-Грудень. 4. Лизанчук В. В., Кузнецова О. Д. Методи збирання і фіксації інформації в журналістиці : Навч. посібник // В. В. Лизанчук, О. Д. Кузнецова. – К. – 1991. – С. 64–71. 5. Поченцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. – Видавничий дім «Киево-Могилянська академія», 2017. – 260 с. 6. Прімбс Ш. Соціальні медіа для журналістів. Редакційна робота з Facebook Twitter & Co/ За загал. ред. В. Ф. Іванова, Пер. з нім. В. Клименко. – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2018. – 198 с. 7. Рендол Девід. Універсальний журналіст / Девід Рендол; [пер. з англ. М. Марченко]. – К., 2007. – 150 с. 8. Телевізійна та радіокомунікація: історія, теорія, новітні практики: підручник / В.В. Лизанчук, І.В. Крупський, О.М. Білоус, П.Я. Дворянин та ін.; за ред. д-ра філол. наук, проф. В.В. Лизанчука. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2021. – 420 с. | 7 годин Опрацьовуючи рекомендовану літературу, студенти аналізують статтю у Вікіпедії відомого діяча України і та його (її) ж сторінку у соцмережах, згруповують інформацію, яку з цих джерел отримали. Найважливіше зі знайденого використовують під час написання питань до інтерв'ю, які дані викликають застереження, а які відповідають дійсності. | Один тиждень Перевірка результатів С/Р |

Змістовий модуль 2. Персоналізація радіожурналіста та промоція радіостанції у соцмережах

| | | | | | |
|------------------------------|--|--|---|--|--------------------------------------|
| 9-й тиждень, 10-й тиждень | Тема 5. Розвиток особистого бренду у соцмережах. 1. Соціальні мережі як засіб власного маркетингу. | Лекція 2 години, Практичне заняття 2 години | 1. Бойд Ендрю. Ефірна журналістика. Технології виробництва ефірних новин / Ендрю Бойд. – К.: Київська типографія, 2007. – 432 с. 2. Борґ Джеймс. Мистецтво говорити. Таємниці ефективного спілкування/ пер. з англ. Н. Лазаркевич. – Харків: Вид-во «Ранок»: Фабула, 2020 – 304 с. | 7 годин Студенти опрацьовують рекомендовану літературу. Методом | Один тиждень Перевірка результату |
|------------------------------|--|--|---|--|--------------------------------------|

| | | | | | |
|-----------------------------------|--|--|---|--|---|
| | 2.Профіль як візитна картка. 3.Особливості розповсюдження власного контенту. 4.Втрата анонімності і афіліація з радіостанцією. 5.Еволюція журналіста і його контенту. | | 3. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практич. посіб. / Інститут масової інформації. Київ ТОВ «Софія-А» 2016. – 184 с. 4.Кушнір Р. Великий оратор, або як говорити так, щоб вам аплодували стоячи/ Р.О, Кушнір – Дрогобич: Коло,2013. – 258 с. 5. Примбс Ш. Соціальні медіа для журналістів. Редакційна робота з Facebook Twitter & Co/ За загал. ред. В. Ф. Іванова, Пер. з нім. В. Клименко. – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2018. – 198 с. 6. Степура А. WOW-виступ по-українськи. Нау-хау сучасного оратора / Андрій Степура – 2-е вид. – Дніпро: Моноліт, 2019. – 304 с. 7.Успішні виступи на TED: рецепти найкращих спікерів/ К. Андерсон; пер. О. Асташова, літ. ред. О. Рудь - Київ: Наш формат, 2017. – 256 с. | SWOT-аналізу описують сильні та слабкі сторони власної особистості, визначають можливості та загрози щодо себе. На основі цього аналізу формують ключові позиції, на основі яких розвивають особистий бренд. | атів С/Р |
| 11-й тиждень , 12-й тиждень | 6. Тема Експертність радіожурналіста як важлива ознака для соцмереж 1.Реалістичні цілі та візії для власного позиціонування. 2.Пропозиції відповідно до колеса потреб аудиторії. 3.Вміння зберегти власну ідентичність. 4.Практична цінність журналістських форматів. 5.Журналістські стандарти – запорука довіри аудиторії. | Лекція 2 години, Практичне заняття 2 години | 1.Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Львів: ПАІС, 2004. – С. 218–256. 2.Іванов В. Ф. Журналістика в піарі та піар у журналістиці: навчальний посібник. Київ: Грамота, 2010. – 288 с. 3.Кулеба Д. Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. – Київ: Книголав, 2019. – 384 с. 4.Рендол Девід. Універсальний журналіст / Девід Рендол; [пер. з англ. М. Марченко]. – К., 2007. – 150 с. 5.Сербенська О. А. Голос і звуки рідної мови / О. Сербенська. – Львів: Априорі, 2020. – 280 с. 7.Сінгер, П. В., Брукінг Емерсон Т.(2019) Війна Лайків. Зброя у руках соціальних мереж. Харків: Клуб сімейного дозвілля. – 320 с. | 7 годин Студенти опрацьовують рекомендовану літературу. Аналізуючи профіль українських радіо журналістів, студенти пишуть poradnik «Як вести свій профіль, щоб підкреслювати свою експертність». | Один тиждень Перевірка результатів С/Р |
| 13-й тиждень , 14-й тиждень | Тема 7. Цільова аудиторія: мистецтво знаходити прихильників 1.Цінність радіожурналіста в очах аудиторії. 2. Цільові аудиторії та ключі взаємодії з ними. 3.Критика та способи реакції на неї. 4.Користувач як партнер з дистрибуції контенту. 5.Особливості комунікації з цільовою | Лекція 2 години, Практичне заняття 2 години | 1.Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста-та. Практичний посібник / Інститут масової інформації. — Київ: ТОВ “Софія-А”, 2016. — 184 с. 2.Іванов В. Ф. Журналістика в піарі та піар у журналістиці: навчальний посібник. Київ: Грамота, 2010. – 288 с. 3. Каплунов Д. Королі соціальних мереж. Як підвищувати популярність, залучати клієнтів та будувати особистий бренд у соціальних мережах за технологією SOCIAL SELLING / Денис Каплунов; перекладач Ольга Жукова. – Київ: Видавництво Букшеф, 2022. – 432 с. 4.Кочубей Л. О. PR у політичній сфері : підручник. К. : ПіЕНД імю І.Ф. Кураса НАН України, 2013. – 472 с. 5.«Новини пласкої землі» Ніка Дейвіса [Дейвіс Н. Новини пласкої Землі. – К.: Темпора, 2011. – 548 с. 6.Прімбс Штефан. Соціальні медіа для журналістів. Редакційна робота з Facebook, Twitter & Co/ За загал. Ред. В.Ф. Іванова, пер. 3 | 7 годин Опрацювати рекомендовану літературу, проаналізувати інструменти визначення цільової аудиторії. Створити інструкцію щодо залучення прихильників на основі заданих параметрів, використовуючи вивчений інструментарій. Інструкцію розробити для кількох соцмереж. | Один тиждень Перевірка результатів С/Р |

| | | | | | |
|---------------------------------------|---|---|--|--|---|
| | аудиторією у соцмережах. | | нім. В. Климченко. – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2018. – 198 с. 7.Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: навчальний посібник. Київ, 2001. – 103 с. | Написати есе «Як залишитися толерантним у соцмережах». | |
| 15-й тиждень , 16-й тижде нь | Тема 8. Промування радіопродукту у соцмережах. 1 Проблема вибору: 2.Візуалізація контенту: монтаж, інфографіка, меми та емодзі. 3.Текст у соцмережах особливості викладу. 4.Вірусний ефект відповідного контенту. 5.Комунікація відповідно до колеса потреб аудиторії. | Лекція 2 години, Модульний контроль 2 години | 1.Іванов В. Ф. Журналістика в піарі та піар у журналістиці: навчальний посібник. Київ: Грамота, 2010. – 288 с. 2.Ілляхов М., Саричева Л. Пиши, скорочуй. Як створити дієвий текст копірайтерам, дизайнерам, журналістам, менеджерам і всім, хто працює з текстом. Київ : Book-Chef, 2019. — 440 с. 3.Каплунов Д. Королі соціальних мереж. Як підвищувати популярність, залучати клієнтів та будувати особистий бренд у соціальних мережах за технологією SOCIAL SELLING / Денис Каплунов; перекладач Ольга Жукова. – Київ: Видавництво Букшеф, 2022. – 432 с. 4.Кулеба Д. Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. – Київ: Книголав, 2019. – 384 с. 5.Прімбс Штефан. Соціальні медіа для журналістів. Редакційна робота з Facebook, Twitter & Co/ За загал. Ред. В.Ф. Іванова, пер. З нім. В. Климченко. – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2018. – 198 с. | 8 годин Студенти готують стратегію побудови особистого бренду радіо журналіста та інструкцію з просування радіо контенту у двох (на вибір) соціальних мережах або платформах. | Один тиждень Перевірка результатів С/Р |

Розробник



доц. Парасковія ДВОРЯНИН