

**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**

<b>Назва дисципліни</b>	«Радіожурналістика в соцмережах»
<b>Адреса викладання дисципліни</b>	Вул. Генерала Чупринки, 49, м. Львів, 79044.
<b>Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна</b>	Факультет журналістики, кафедра радіомовлення і телебачення.
<b>Галузь знань, шифр та назва спеціальності</b>	Галузь знань – 06 Журналістика, спеціальність – 061 Журналістика
<b>Викладачі дисципліни</b>	Дворянин Парасковія Ярославівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри радіомовлення і телебачення
<b>Контактна інформація викладачів</b>	(032) 239-47-64; (032) 239-40-30, 0503701986 <a href="mailto:Paraskoviya.Dvoryanyn@lnu.edu.ua">Paraskoviya.Dvoryanyn@lnu.edu.ua</a> <a href="https://journ.lnu.edu.ua/employee/dvoryanyn-p-ya">https://journ.lnu.edu.ua/employee/dvoryanyn-p-ya</a>
<b>Консультації з курсу відбуваються</b>	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.
<b>Сторінка дисципліни</b>	<a href="http://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/02/Radiozhurnalistyka-v-sotsmerezah.pdf">http://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/02/Radiozhurnalistyka-v-sotsmerezah.pdf</a>
<b>Інформація про дисципліну</b>	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).
<b>Коротка анотація дисципліни</b>	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><b>Мета та цілі дисципліни</b></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><b>Література для вивчення дисципліни</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Базова література</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бойд Ендрю. Ефірна журналістика. Технології виробництва ефірних новин / Ендрю Бойд. – К.: Київська типографія, 2007. – 432 с.</li> <li>2. Гоян О. Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту : підруч. / Гоян О. П. – К.: Веселка, 2004. – 208 с.</li> <li>3. Дворянин П. Звукова атмосфера в радіотворчості / П. Дворянин // Теле- та радіожурналістика. – 2009. – Вип.8. – С. 131 – 135.</li> <li>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.</li> <li>5. Єлісовенко Ю. П., Нагорняк М. В. Радіовиробництво : навч. посіб. Київ : ТОВ «ДРУКАРНЯ «БІЗНЕСПОЛІГРАФ», 2017. – 304 с.</li> <li>6. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики: Підручник / В.В. Лизанчук — К.: Знання, 2006. — 628 с.</li> <li>7. Любченко Ю. В. Виразальна система радіожурналістики: монографія / Ю. В. Любченко. – Запоріжжя: АА Тандем, 2016. – 192 с.</li> <li>8. Прімбс Ш. Соціальні медіа для журналістів. Редакційна робота з Facebook Twitter &amp; Co/ За загал. ред. В. Ф. Іванова, Пер. з нім. В. Клименко. – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2018. – 198 с.</li> </ol>

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

<b>Підсумковий контроль, форма</b>	Залік в кінці семестру.
<b>Пререквізити</b>	Вивчення цього курсу пов'язане з опануванням студентами журналістикознавчих дисциплін.
<b>Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу</b>	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.
<b>Необхідне обладнання</b>	Диктофон, мікрофон, комп'ютер, інтернет, мультимедійний проектор, власні мобільні пристрої.
<b>Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)</b>	<p>Оцінювання здійснюється за <b>100-бальною шкалою</b>.</p> <p>I. За опанування I-го модуля «Радіожурналістика в соцмережах» студент може набрати максимально <b>50 балів</b>. З них під час поточного контролю максимально <b>20 балів</b>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Опрацювання рекомендованої літератури – максимально <b>5 балів</b>;</li> <li>– Аналіз стратегій просування радіоматеріалів, апробованих у публічному просторі – до <b>7 балів</b>;</li> <li>– Участь у дискусіях на практичних заняттях – до <b>8 балів</b> (по 2 бали на одному занятті).</li> </ul> <p>Під час першого модульного контролю студент може набрати <b>максимально – 30 балів</b>. 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 <b>може бути оцінена 30 балами</b>, якщо в ній:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– всебічно розкрита тема, логічно, вмотивовано викладено матеріал;</li> <li>– використано актуальний емпіричний матеріал радіо;</li> <li>– професійне володіння термінами (визначеннями);</li> <li>– мова образна, багата виражальними засобами; немає помилок.</li> </ul> <p>II. За опанування II-го модуля «Соціальні мережі як засіб просування радіоматеріалів» студент може набрати максимально <b>50 балів</b>. З них під час поточного контролю максимально <b>20 балів</b>:</p> <p>Оцінювання рекомендованої літератури – до <b>5 балів</b>;</p> <p>Підготовка різних етапів PR-стратегії – до <b>7 балів</b>;</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><b>Питання до екзамену чи письмової роботи для заліку.</b></p>	<p><b>Питання для письмової роботи під час першого модульного контролю:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сучасне радіо: сутність, принципи, функції.</li> <li>2. Динаміка розвитку медіа як технологічного процесу.</li> <li>3. Необмежений доступ до інформації: небезпеки та можливості.</li> <li>4. Інтерпретація інформації.</li> <li>5. Фрагментація суспільства у соціальних мережах.</li> <li>6. Правовий статус українських ЗМІ в інтернеті.</li> <li>7. Причини втрати радіо-аудиторії .</li> <li>8. Створення шкідливих наративів у соцмережах.</li> <li>9. Еволюція новин – перспектива радіо.</li> <li>10. Альтернатива для радіо в онлайн епоху.</li> <li>11. Автоматизована журналістика і її переваги.</li> <li>12. Швидкі новини, що їх генеруватиме комп'ютерна програма.</li> <li>13. Алгоритм як альтернатива журналісту.</li> <li>14. Суть мультиплатформних медіа.</li> <li>15. Майбутнє журналістики – смерть новин.</li> <li>16. Базові вимоги до новин.</li> <li>17. Новина як результат щоденної поновлюваної гри.</li> <li>18. Новина - недосконалий швидкопсувний продукт.</li> <li>19. Роль реципієнта в процесі створення новин.</li> <li>20. Поняття «факт реальний» і «факт відображений».</li> <li>21. Суть та особливості «інформаційних бульбашок».</li> <li>22. Комунікація в соцмережах в умовах воєнного стану.</li> <li>23. Радіожурналістика у час війни.</li> <li>24. Фейки, чутки та стратегія боротьби з ними у соцмережах.</li> <li>25. Контент, що руйнує репутацію радіостанції.</li> </ol> <p><b>Питання для письмової роботи під час другого модульного контролю:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Селекція новинного контенту радіо у соцмережах.</li> <li>2. Використання інтернет-платформ для популяризації новинного контенту</li> <li>3. Фактори новинної цінності.</li> <li>4. Завдання соцмереж у сучасних умовах.</li> <li>5. Стратегія просування радіоконтенту у соцмережах.</li> <li>6. Різновиди соцмереж. Платформи інтернету.</li> <li>7. Канали комунікації та інструменти у соцмережах.</li> <li>8. Управління репутацією редакції: стратегії і технології.</li> <li>9. Структура та різновиди соціальних мереж.</li> <li>10. Потенційні можливості і загрози соціальних мереж</li> <li>11. Токсичність у соцмережах.</li> </ol>
---	--



	<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>
<b>Опитування</b>	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
<b>Змістовий модуль I. Соціальні мережі як засіб просування радіоматеріалів</b>					
1-й тиждень, 2-й тиждень	<p>Тема 1. <i>Ефірна журналістика: особливості функціонування радіо у сучасних умовах</i></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>	8 годин Студенти опрацьовують рекомендовану літературу, аналізують новинні матеріали радіо та способи їх поширення на різних інтернет-платформах. Тренувальний кейс: транслюємо радіорепортаж у соцмережах.	Один тиждень  Перевірка результатів С/Р

	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. <b>Соціальні мережі: загрози та можливість для радіо</b> 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: <a href="http://osvita.mediasapiens.ua/media_law/law/svoboda_vislovlyuvan_v_interneti_de_ii_mezha">http://osvita.mediasapiens.ua/media_law/law/svoboda_vislovlyuvan_v_interneti_de_ii_mezha</a> . 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 <a href="https://texty.org.ua/articles/94466/Toksychnist_u_media_i_polityci_jak_protystojaty-94466/">https://texty.org.ua/articles/94466/Toksychnist_u_media_i_polityci_jak_protystojaty-94466/</a>	7 годин	Один тиждень  Перевірка результату С/Р
5-й тиждень, 6-й тиждень	Тема 3. <b>Сервіси соціальних мереж, функції та формати</b> 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  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. <b>Особливості роботи з матеріалом із соціальних мереж</b> 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. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. – Видавничий дім «Києво-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. <b>Розвиток особистого бренду у соцмережах.</b> 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. <b>Тема</b> <b>Експертність радіожурналіста як важлива ознака для соцмереж</b> 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: Апріорі, 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	<b>Тема 7. Цільова аудиторія: мистецтво знаходити прихильників</b> 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. <b>Промування радіопродукту у соцмережах.</b> 1 Проблема вибору: 2.Візуалізація радіовипуску новин у соцмережі 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