

Київський університет імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з наукової роботи
та міжнародної діяльності

Наталія ВІННІКОВА

« 01 » Вересня 2025 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ: ТЕОРЕТИКО-ЕМПІРИЧНИЙ КОНТЕНТ **Сучасний медійний дискурс**

для аспірантів

спеціальності

061 Журналістика

освітнього рівня

третього (освітньо-наукового)

освітньої програми

Журналістика

Київ – 2025

Розробник:

Левченко Тетяна Миколаївна, доктор філологічних наук, професор, професор кафедри журналістики та нових медіа

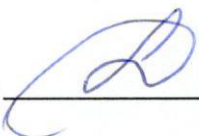
Викладач:

Левченко Тетяна Миколаївна, доктор філологічних наук, професор, професор кафедри журналістики та нових медіа

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри журналістики та нових медіа Факультету журналістики

Протокол від «27» 08 2025 року № 1

Завідувач кафедри

журналістики та нових медіа  Інга ПОГРЕБНЯК

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-наукової програми «Журналістика»

27 . 08 . 2025 р.

Гарант освітньої програми  Олег СЕМЕНЮК

Робочу програму перевірено

01 . 09 . 2025 р.

Завідувач аспірантури, докторантури  Ілона ТРИГУБ

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____. «__» _____. 20__ р., протокол №__

на 20__/20__ н.р. _____. «__» _____. 20__ р., протокол №__

на 20__/20__ н.р. _____. «__» _____. 20__ р., протокол №__

на 20__/20__ н.р. _____. «__» _____. 20__ р., протокол №__

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Сучасний медійний дискурс		
Вид дисципліни	вибіркова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів/годин	2/60	
Рік навчання	3	3
Семестр	6	6
Кількість змістових модулів з розподілом	2	2
Обсяг кредитів	2	2
Обсяг годин, зокрема:		
<i>Аудиторні</i>	16	8
<i>Модульний контроль</i>	4	-
<i>Семестровий контроль</i>	—	-
<i>Самостійна робота</i>	40	52
Форма семестрового контролю	залік	

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета навчальної дисципліни – розширити у здобувачів вищої освіти загальні та фахові компетентності у єдності знаннєвого, діяльнісного й ціннісного компонентів, що дасть змогу засвоїти системні знання про сучасний медійний дискурс як об'єкт сучасного інформаційного простору; опанувати поняття і категорії сучасного медійного дискурсу; ознайомитися з типологічними ознаками сучасного медійного дискурсу і його складниками.

Завдання:

- розширити знання здобувачів освіти про роль сучасного медійного дискурсу як соціокомунікаційної моделі в інформаційному просторі;
- розширити знання здобувачів вищої освіти з основних теоретичних положень курсу та понять про сучасний медійний дискурс;
- виробити практичні вміння та навички застосовувати набуті знання з теорії сучасного медійного дискурсу у професійній діяльності;
- виробити навички аналізувати сучасний медійний дискурс відповідно до функційно-стильової, жанрової, мовної приналежності, з метою доцільності використання у професійній діяльності;
- виробити практичні навички створювати затребувані суспільством та медіаіндустрією медіа та комунікаційні продукти.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

У результаті вивчення дисципліни «Сучасний медійний дискурс» у здобувачів вищої освіти поглиблюються та розширюються знання про: сучасний медійний дискурс як соціокомунікативну модель інформаційного простору; основні теоретичні положення і поняття сучасного медійного дискурсу; навички застосовувати набуті знання у професійній діяльності; створювати затребувані суспільством та медіаіндустрією журналістський продукт комунікації.

Компетентності та результати навчання:

ЗК 1 Здатність розв'язувати комплексні проблеми на основі системного наукового світогляду та загального культурного кругозору із дотримання принципів професійної етики та академічної доброчесності; реалізація власного аксіологічного та наукового потенціалу.

ЗК 2 Здатність до розуміння сучасної методології освіти; застосовування методів наукового пізнання; проведення науково-дослідної діяльності; розробка й управління науково-дослідницькими проектами на засадах лідерства; методологічно та технологічно грамотне здійснення наукового дослідження; інтерпретація його результатів; ефективне висвітлення, поширення знань щодо наукових досліджень та інновацій.

ЗК 4 Здатність мотивувати, налагоджувати й підтримувати активну та конструктивну комунікацію з різними цільовими групами.

СК 1 Здатність застосовувати методологічні знання в галузі соціально-комунікаційної науково-дослідної діяльності на межі предметних галузей; ставити та розв'язувати задачі дослідницького характеру; досягати наукових

результатів, які створюють нові знання, зокрема у міждисциплінарних напрямках.

СК 4 Здатність аналізувати медійні явища з погляду фундаментальних галузевих принципів і знань, класичних та новітніх дослідницьких підходів, а також на основі відповідних загальнонаукових методів.

РН 1 Критично мислити, розумітися та демонструвати цілісне наукове знання в галузі соціально-комунікаційної діяльності, використовувати набутий особистісно-професійний досвід для вирішення наукових та фахових завдань; аналізувати міждисциплінарні явища і процеси; реалізувати власний аксіологічний та науковий потенціал.

РН 2 Застосовувати методи наукового пізнання, проводити науково-дослідну діяльність, розробляти та впроваджувати дослідницькі проєкти, здійснювати наукове дослідження й інтерпретувати його результати, ефективно висвітлювати, поширювати знання щодо наукових досліджень.

РН 9 Працювати з науковими та медіатекстами, виявляти та формувати нові ідеї та актуальні наукові проблеми, здійснювати проєктування наукової роботи, визначити проблематику, гіпотезу, мету, завдання, об'єкт та предмет дослідження, скласти план дослідження.

РН 10 Вибудовувати алгоритм наукового дослідження у галузі соціальних комунікацій та дотичних міждисциплінарних напрямів, застосовувати методологічні принципи медіадослідження, використовувати теоретичні та емпіричні методи наукового дослідження, визначати порядок проведення дослідження та його оприлюднення.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ (ДЕННА ФОРМА)

Назви змістових модулів і тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторна:					Самостійна робота
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Модульний контроль	
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. СУЧАСНИЙ МЕДІЙНИЙ ДИСКУРС ЯК СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНА МОДЕЛЬ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ							
Тема 1. Mediadiscur як багатовимірне явище у сучасних медіа-дослідженнях	14	2	2	-	-	-	10
Тема 2-3. Медіатекст друкованих ЗМІ: жанрово-стилістичний аспект	14	2	2				10
Модульний контроль 1	2			-	-	2	
Разом за модуль	30	4	4	-	-	2	20
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. СУЧАСНИЙ МЕДІЙНИЙ ДИСКУРС ТА ЙОГО РІЗНОВИДИ							
Тема 4. Жанрова та прагмастилістична специфіка теле-та радіо дискурсів	8	1	1				6
Тема 5. Особливості інтернет-дискурсу	8	1	1				6
Тема 6. Прагмалінгвістичні особливості рекламного дискурсу і специфіка редагування рекламних текстів	12	2	2				8
Модульний контроль 2	2					2	
Разом за модуль	30	4	4			2	20
УСЬОГО	60	8	8	-	-	4	40

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ (ЗАОЧНА ФОРМА)

Назви змістових модулів і тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторна:					Самостійна робота
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Модульний контроль	
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. СУЧАСНИЙ МЕДІЙНИЙ ДИСКУРС ЯК СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНА МОДЕЛЬ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ							
Тема 1. Mediadiscur як багатовимірне явище у сучасних медіа-дослідженнях	14	1	1	-	-	-	10
Тема 2-3. Медіатекст друкованих ЗМІ: жанрово-стилістичний аспект	18	1	1				10
Разом за модуль	34	2	2	-	-		20
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. СУЧАСНИЙ МЕДІЙНИЙ ДИСКУРС ТА ЙОГО РІЗНОВИДИ							
Тема 4. Жанрова та прагмастилістична специфіка теле-та радіо дискурсів	8	2	1				10
Тема 5. Особливості інтернет-дискурсу	8	2	0				10
Тема 6. Прагмалінгвістичні особливості рекламного дискурсу і специфіка редагування рекламних текстів	8	2	1				12
Разом за модуль	26	6	2				32
УСЬОГО	60	4	4	-	-		52

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.

СУЧАСНИЙ МЕДІЙНИЙ ДИСКУРС ЯК СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНА МОДЕЛЬ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Лекція 1. Mediadiscurs як багатовимірне явище у сучасних медіа-дослідженнях.

Поняття «медіадискурс». Основні категорії медіадискурсу. Типологія медіадискурсів. Специфіка автора та адресата. Закономірності утворення дискурсу. Інтертекстуальність. Методи вивчення сучасного медіадискурсу. MediaDiscurs у дискурсивному просторі. Концепція та методологія сучасного медіадискурсу. Основні функції медіадискурсу, Типологія і жанрова класифікація сучасного медійного дискурсу. Стратегії комунікації у сучасному медіадискурсі.

Література 1 – 11

Семінарське заняття 1. Теорія дискурсу: теоретичні витoki, етапи розвитку, персоналії, проблеми. Одиниці, система і структура дискурсу. Текст і дискурс. Категорії дискурсу. Конструювання смислів у дискурсі. Людина і її дискурс. Дискурс і суспільство.

Література 1 – 11

Лекція 2-3. Медіатекст друкованих ЗМІ: жанрово-стилістичний аспект

Теоретичні аспекти дослідження жанрів періодичних видань. Базові інформаційні та аналітичні жанри. Критерії розмежування цих груп жанрів. Інформаційні й аналітичні жанри в сучасному медіадискурсі. Епістолярні жанри публіцистики. Особливості художньо-публіцистичних жанрів у публіцистиці. Причини трансформації системи журналістських жанрів у сучасному медіадискурсі. Жанрово-стилістичні ознаки сучасного інтерв'ю. Трансформація тексту інтерв'ю в сучасному медіадискурсі. Види репортажу та його модифікації. Жанроутворюючі елементи статті в сучасних медіа. Проблема актуальності фейлетону в сучасному медіадискурсі. Журналістський медіатекст. Медіатекст друкованих засобів масової інформації. Жанри медіатекстів. Жанрові ознаки медіатекстів. Типи питань підготовки медіатексту. Вступне та заключне слово автора медіатексту. Трансформація тексту з усної форми в письмову. Робота PR-фахівця з репортажем, статтею. Переконавання у медіатексті. Міркування у медіатексті: доказ, підтвердження, обґрунтування, пояснення. Думка авторитетів. Робота з первинними джерелами та статистичними даними. Індуктивне, дедуктивне міркування та міркування за аналогією. Помилки у викладі матеріалу.

Література 1 – 11

Семінарське заняття 2 – 3. Техніка написання медіатексту

Адресат матеріалу. Центральна ідея медіатексту. План медіатексту. Шість наріжних питань. Робота із заголовком. Чинники що впливають на структуру медіатексту: опис, розповідь, інтригуюче твердження, питання, цитата. Компонування матеріалу.

Література 1 – 11

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.

СУЧАСНИЙ МЕДІЙНИЙ ДИСКУРС ТА ЙОГО РІЗНОВИДИ

Лекція 4. Жанрова та прагматистична специфіка теле- та радіо дискурсів

Телевізійна картина світу. Телевізійний текст як різновид креолізованого тексту. Особливості радіо- та телекомунікації. Модель телевізійної комунікації. Специфіка телевізійного спілкування. Специфіка телевізійної картини світу. Когнітивні функції телебачення. Класифікація функцій за способом подання адресату

та за способом взаємодії з картиною світу. Концепція телевізійного тексту. Телевізійний дискурс. Модель телевізійної комунікації. Комунікативна стратегія та тактика. Стратегія оптимізації сприйняття телетексту. Стратегія сегментації телетексту. Заголовна сегментація. Розширення рамки тексту. Стратегія подолання опосередкованого характеру спілкування. Трансформація соціальної ролі комунікатора. Особливості радіокомунікації у сучасному медіадискурсі. Специфіка радіо та телевізійних засобів виразності. Основні принципи, види та функції монтажу. Зображувально-виразні засоби телебачення. Відеориторичні фігури. Виразні засоби радіомовлення. Тембральна метафора. Специфіка та правила побудови радіотексту. Жанри радіо та телевізійного тексту. Жанрова специфіка телетексту. Інформаційні жанри телевізійної журналістики.

Література 1 – 11

Семінарське заняття 4. Виразні засоби теле- та радіо текстів

Немарковані та марковані елементи. Відеометафори та відеориторичні фігури. Відеометонімії. Іронічний ефект. Алгоритм. Уособлення. Паралелізм у медіатексті. Інверсія Еліпс. Градація. Тембральна метафора. Функції тембральної метафоризації: оцінно-експресивна, інформаційна, мотиваційна, креативна, сугестивна. Мовні особливості медіатексту на телебаченні. Усне публічне мовлення, основні правила. Графіка та інотанція.

Специфіка та правила побудови радіотексту. Наочність, точність, небанальність мови. Мовні засоби радіомовлення. Побудова тексту залежно від жанру. Дифузія жанрів радіо. Предмет відображення медіатексту на радіо. Цільове встановлення. Метод розуміння реальності. Методи та форми репрезентації матеріалу. Початкові форми репрезентації матеріалу. Войс.

Література 1 – 11

Лекція 5. Особливості інтернет-дискурсу.

Особливості Інтернет-медіа. Медіатекст в системі Інтернет-комунікацій. Особливість технології WWW. Проблема статусу Інтернет-медіа. Типології Інтернет-медіа. Електронний гіпертекст як спеціальний тип тексту. Гіперпосилання, типи та принципи роботи з ними. Вимоги до Інтернет -публікацій. Особливості веб-ресурсів. Інтернет-новини як особливий жанр сучасного медіадискурсу. Найпопулярніші платформи для блогів та особисті блоги.

Специфіка та правила побудови web-медіатексту. Концепція електронного гіпертексту. Концепція медіаресурсу. Мова гіпертекстової розмітки. Універсальна адресація. Проблема статусу Інтернет-ЗМІ. Специфічні властивості Інтернет-ЗМІ: гіпертекстуальність, інтерактивність, мультимедійність. Типологія Інтернет-ЗМІ. Контент сайту Гіперпосилання та принципи роботи з ними. Контент-посилання. Рубрикатор сайту Фрагмент тексту. Внутрішньотекстові посилання. Референційні посилання. Посилання-деталізатори. Сервісні посилання Рекламні гіперпосилання. Чинники впливають специфіку web-медіатекста.

Література 1 – 11

Семінарське заняття 5. Жанрові особливості web-медіатексту

Типологія юзабіліті. Інтернет-новина. Заголовний комплекс. Жорсткий і м'який типи новинних лідів. Моніторинг повідомлень. Інтернет-журнал або веб-блог. Автономні блоги Блоги-сервіси. Вимоги до Інтернет-публікацій: компресія, зони максимального інформаційного навантаження, марковані списки з відступом. Вимоги до мови.

Література 1 – 11

Лекція 6. Прагмалінгвістичні особливості рекламного дискурсу і специфіка редагування рекламних текстів.

Особливості рекламного медіатексту та специфіка його редагування. Подвійна природа рекламного дискурсу. Ознаки рекламного дискурсу. Структура рекламного дискурсу. Канал передачі рекламного тексту. Функції рекламного дискурсу. Рекламний медіатекст та варіанти його аналізу. Плани рекламного повідомлення: референтний та метареферентний. Аргументація у рекламі. Концепція слогана. Редакторське читання рекламного тексту. Редагування текстів із порушеннями вимог, літературної форми. Сміслові помилки у рекламному тексті. Реклама як соціокультурне поле: дискурсивний складник. Подвійний характер рекламного дискурсу та його елементи. Рекламний текст: семіотика, структура, прагматика. Синтаксична специфіка рекламного дискурсу.

Література 1 – 11

Семінарське заняття 6. PR-текст як різновид медіатексту

Концепція PR-тексту. Характеристики PR-тексту. Адресат PR-тексту. PR-публікації у системі медіатекстів. Типологія PR-текстів: каналом поширення, за складністю. Пресс-реліз. Бекграундер. Факт-аркуш. Пост-реліз. Реліз-анонс. Байлайнер. Іміджева стаття. Кейс-сторі.

Технологія створення PR-тексту. Основні цілі тексту. Вимоги до PR-текстів, залежно від мети. Алгоритм написання тексту: вивчення брифів, вибір формату тексту, історії успіху/провалів, план тексту, збір інформації. Чек-лист тексту.

Література 1 – 11

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень аспірантів

Вид діяльності аспіранта	Максимальна к-ть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		Кількість одиниць	Максимальна к-ть балів	Кількість одиниць	Максимальна к-ть балів
Відвідування лекцій	1	2	2	2	2
Відвідування семінарських занять	1	2	2	2	2
Робота на семінарському занятті	10	2	20	2	20
Виконання завдань для самостійної роботи	5	4	20	3	15
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
РАЗОМ:			69		69
Максимальна кількість балів	138				
Розрахунок коефіцієнта	138/100=1.38				

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Тема 1. Жанрові особливості веб-медіатекстів.

1. На матеріалі інтернет-ЗМІ знайдіть усі відомі вам типи гіперпосилань (по 2 приклади на один тип). Збережіть приклади у вигляді скріншотів двох сторінок – стартового і цільового елементів.
2. Адаптуйте текст для інтернет-публікацій, використовуючи всі відомі вам способи.

Комп'ютерні технології є невід'ємною частиною нашого життя. Вони допомагають нам вчитися, працювати, розважатися, спілкуватися, творити. Але чи замислювалися ви, які можливості відкриваються перед нами завдяки комп'ютерам?

Як школяр, я зацікавлений у тому, як комп'ютерні технології можуть покращити моє навчання. Наприклад, я можу користуватися онлайн-курсами, іграми, симуляторами, щоб засвоїти нові знання та навички. Я можу використовувати інтернет, щоб знайти потрібну інформацію, перевірити факти, порівняти джерела. Я можу співпрацювати з іншими учнями та вчителями, використовуючи онлайн-платформи, соціальні мережі, відеозв'язок.

Комп'ютерні технології також дають мені можливість розвивати свою творчість. Я можу створювати власні проєкти, використовуючи програмування, графіку, музику, відео чи висловлювати свої думки, емоції, ідеї, використовуючи блоги, подкасти, відеоблоги.

Звичайно, комп'ютерні технології не лише приносять користь, але й мають свої недоліки. Якщо я занадто залежу від комп'ютера, я можу втратити свої критичні та аналітичні здібності, свою самостійність та ініціативу. Якщо я проводжу багато часу за комп'ютером, я можу пошкодити своє здоров'я, свої соціальні та сімейні стосунки. Якщо я не дотримуюся правил безпеки в інтернеті, я можу стати жертвою хакерів чи шахраїв.

Тому я вважаю, що комп'ютерні технології — це великий дарунок для людства, але й велика відповідальність. Я маю бути розумним, освіченим, креативним користувачем комп'ютера, щоб використовувати його можливості на благо себе та інших.

3. Оцініть юзабіліті сайту.

1) Читацька адреса.

2) Мета проєкту. Основні завдання.

3) Юзабіліті головної сторінки.

Зручний та зрозумілий інтерфейс?

Чи зрозуміла загальна структура ресурсу?

Чи зрозумілі види інформації, що розміщується? Яка частота оновлення?

4) Юзабіліті структури та навігації ресурсу.

5) Оцініть якість і корисність матеріалів, що розміщуються.

Оцініть грамотність мови та стилю.

6) Оцініть персоналізацію налаштувань.

Оцініть RSS (стрічку новин), зверніть увагу на інформативність заголовків.

7) Яка відвідуваність сайту?

Загальна оцінка юзабіліті ресурсу: Зрозуміло? Зручний? Викликає довіру?

Ефективний? Корисний?

Література 1 – 11

Тема 2. Особливості теле- і радіо дискурсу

1. Укладіть словник базових термінів дискурсу: дискурс, дискурсивна інформація, дискурсивна подія, рівень дискурсивних формацій, глобальний контекст дискурсу, ситуативно-зв'язаний дискурс, ситуативно-вільний дискурс, комунікативний простір особистості, реальний дискурс, латентний дискурс, квазидискурс, віртуальний дискурс, субдискурс, дійсність, свідомість, гіпертекст, рефлексія, вербальна комунікація та невербальна комунікація, локуція, ілокуція, перлокуція, текстова дискурсивна одиниця, аксіологія, гендер, когнітивна карта дискурсу, лакуна, архетип, репліка, преформа.

2. Проаналізуйте один із газетних текстів за схемою: дотримання орфографічних та пунктуаційних правил; тематична спрямованість; відсутність просторічної, зниженої лексики, фразеології; синтаксична оформленість, завершеність; наявність структурно та композиційної організації, простота у сприйнятті інформації; аналіз мовних конструкцій; аналіз лексики та стилістичних прийомів.

3. Проаналізуйте поведінку та мовний образ будь-якої провідної інформаційної програми за таким планом:

1) яке перше враження від образу ведучого на екрані (зовнішній вигляд, погляд, поза, постава, особливості міміки, жестів)?

- 2) який спосіб самоподачі обраний ведучим та наскільки він виправданий у рамках інформаційної програми?
- 3) яку соціальну роль, на вашу думку, виконує ведучий у рамках цієї програми (за ступенем офіційності, за місцем ієрархії, за характером впливу)?
- 4) чи впливає образ цього ведучого та його манера подачі новин на ваше сприйняття інформації? Наскільки загалом інформаційний випуск залежить від особистісних якостей цього чи інших ведучих?
- 5) які особливості мовної поведінки ведучого? Охарактеризуйте його інтонацію, тембр голосу, темп мовлення, емоційність мови.
- 6) проаналізуйте специфіку «підводок», читаних у випуску даним провідним, з погляду основних правил оформлення телевізійної промови. Чи є в підводках, на вашу думку, модальні смисли?

Література 1 – 11

Тема 3. Дискурс PR та реклами

Наведіть конкретні приклади та проаналізуйте стилістичні засоби, що застосовуються у рекламному та радіо дискурсах.

Підготуйте презентацію. Орієнтовні теми для презентацій.

1. Хронотоп у рекламному дискурсі.
2. Специфіка соціальної реклами.
3. Метафора в рекламних текстах.
4. Метонімія та гіпербола в рекламних повідомленнях.
5. Відхилення від мовної норми в рекламних текстах.
6. Прецедентні феномени в рекламі.
7. Експліцитність й імпліцитність у рекламі.
8. Оказіоналізми в рекламному мовленні.
9. Використання фразеологізмів у рекламному дискурсі.
10. Прецедентні тексти й реклама.
11. Використання оцінної лексики в рекламі.
12. Іншомовні слова в рекламних повідомленнях.
13. Антропоніми й топоніми в рекламі.
14. Прагмоніми в рекламних повідомленнях.
15. Мовленнєві засоби гумору в рекламному дискурсі.

Література 1 – 11

Кожна самостійна робота оцінюється у 5 балів. Самостійна робота – один з основних засобів оволодіння навчальним матеріалом. Упровадження в практику навчальної програми різноманітних форм самостійної роботи активно сприяє модернізації навчального процесу шляхом подолання протиріч між трансляцією знань і їх засвоєнням у взаємозв'язку теорії та практики. Максимальне розкриття теоретичного питання та виконання практичних завдань гарантує аспірантові отримання високої оцінки.

Критерії оцінювання:

- глибина і повнота розкриття завдання;
- повнота використання рекомендованої літератури;
- обґрунтування висновків;
- термінологічна коректність;
- грамотність, стиль викладу, оформлення роботи.

6.3. Форма проведення семестрового контролю та критерії оцінювання.

Модульна контрольна робота проводиться у вигляді виконання завдань.

Модульна контрольна 1 (зразки варіантів).

Варіант 1.

1. Проблема дефініції дискурсу.
2. Теорія мовленнєвих актів як передумова виникнення дискурсології.
3. Комуниканти як складники дискурсу.
4. Семіотичні моделі як передумова моделювання дискурсу.
5. У поданому тексті визначити тип інтеракції, жанр дискурсу і головні категорії та їхню мовну репрезентацію.

В умовах кредитно-трансферної технології навчання змінюється функція викладача в організації навчальної діяльності студентів. Його основне завдання полягає в управлінні самостійною роботою студентів, формуванні спонукальних мотивів учіння, визначенні цілей і завдань навчальної діяльності, її організації, контролі за результатами процесу навчання. Кредитно-трансферна технологія ставить перед викладачем нову вимогу – поєднувати функції консультанта і менеджера: використовувати інформаційно-освітнє середовище, уміти викладати навчальний матеріал так, щоб забезпечити ефективну самостійну роботу студентів; активно послуговуватись комунікативними можливостями комп'ютерних програм і мереж для організації ефективної навчально-пізнавальної діяльності; здійснювати постійний контроль результатів навчання.

Варіант 2.

1. Дискурс і текст. Дискурс і комунікація. Дискурс і комунікативна ситуація.
2. Внесок Бірмінгемської групи до дискурсології.
3. Текст як знакова форма реалізації дискурсу.
4. Специфіка методу контент-аналізу.
5. У поданому тексті визначити тип інтеракції, жанр дискурсу і головні категорії та їхню мовну репрезентацію.

Розділ II ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА У СФЕРІ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ Стаття 6. Основні напрями державної політики у сфері державної служби Державна політика у сфері державної служби визначається Верховною Радою України. Основними напрямками державної політики у сфері державної служби є визначення основних цілей, завдань та принципів функціонування інституту державної служби, забезпечення ефективної роботи всіх державних органів відповідно до їх компетенції Проведення єдиної державної політики та функціональне управління державною службою здійснюється спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади з питань реалізації державної політики у сфері державної служби. (Частина третя статті 6 в редакції Закону N 2592-VI (2592-17) від 07.10.2010). Питання функціонування державної служби в інших державних органах, правове становище яких регулюється спеціальними законами України, вирішуються цими органами.

Модульна контрольна 2 (зразки варіантів).

Варіант 1.

1. Інтеракційна соціолінгвістика як напрям дискурсології.
2. Проблема одиниці дискурсу.
3. Контекст і конситуація, типи контекстів.
4. Аксиоми інтеракції.
5. У поданому тексті визначити тип інтеракції, жанр дискурсу і головні категорії та їхню мовну репрезентацію.

«Лексикон інтимних міст» – найбільший за обсягом твір Юрія Андруховича. Невтомний мандрівник Україною, Європою, Америкою, автор розповідає нам 111

історій про 111 міст, з якими йому пощастило пережити щасливі й не дуже, але завжди інтимні – у широкому значенні цього слова – пригоди. Розташовані в алфавітному порядку за географічними назвами, ці різножанрові тексти – від есе й оповідань до віршів у прозі – разом становлять автобіографічний атлас світу письменника. Крім того, кожна «лексиконна» пригода є чітко вписаною не лише у просторові, а й у часові координати, що дає змогу читачеві здійснити слідом за автором 111 приватно-історичних стрибків від середини 60-х років минулого століття до наших днів. Навряд чи варто очікувати від цього атласу, цього вкрай суб'єктивного «посібника з геопоетики і космополітики» об'єктивних характеристик Києва і Львова, Москви і Варшави, Нью-Йорка і Єнакієвого. Але в ньому напевно можна знайти художньо важливіші речі: атмосферу, настрої, образи, запахи й смаки улюблених міст і місць, як вони закарбувалися у пам'яті автора. А також миттєві спостереження і глибші рефлексії, ліричність і смуток, іронію і сарказм – тобто усе те, завдяки чому наше спілкування зі світом набуває ознак інтимності.

Варіант 2.

1. Теорія мовленнєвих актів як передумова виникнення дискурсології.
2. Конверсаційний аналіз як напрям дискурсології
3. Рівні дискурсу. Канал комунікації.
4. Моделі інформаційно-технічні.
5. У поданому тексті визначити тип інтеракції, жанр дискурсу і головні категорії та їхню мовну репрезентацію.
5. Напишіть не менше п'яти варіантів заголовків до тексту. Виберіть найвдаліший, обґрунтуйте свій вибір.

НЕ ПЛАЧТЕ ЗА МНОЮ НІКОЛИ... –... ВІР АБО НЕВІР, але, бігме Боже, не вмирала би ніколи, аби навіть не мала що робити! – розвертається до мене Юстина, продовжуючи виймати речі з домовини. – Та й тебе, дочко, прошу: абись не старілася ніколи! Бабця – іще добріська, лише змаліла під тягарем віку й досвіду, в біленькій, рідко вишитій жовто-зеленим хрестиком сорочці з підгорнутими рукавами, біленькій, у дрібну квіточку невиразної барви, хустині й темній штапельній спідниці – розкладає перед хатою на паркан речі, заготовлені для смерті. Розкрита домовина, звужена донизу й добре вифарбована в густочорне, стоїть на сходах веранди, з піднятим до сонця узголів'ям. На кришці, припертій до веранди, розвівається складена вдвоє тюль жовтуватого відтінку. Вересневе вранішнє сонце – вже скупе, ба, навіть прохолодне – ліниво зігріває золоту корону далеких гір, що зусібіч пишно піднімаються над тихим селом. За парканом, лишивши позаду дрібний виноград, різнобарвні мальви й флокси, низько – чи не попід самі ноги – стелиться туман незліченних айстр. Перед айстрами теракотово сміються красольки. А об рамлюють цей пахучий живий килим – чорнобривчики, що наввипередки з красольками добігають майже вулиці.

7.5. Оцінювання освітніх досягнень аспірантів за системою ECTS

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
A	90-100	Відмінно – відмінний рівень знань (умінь) в межах обов’язкового матеріалу з можливими незначними недоліками
B	82-89	Дуже добре – достатньо високий рівень знань (умінь) в межах обов’язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок
C	75-81	Добре – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
D	69-74	Задовільно – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності
E	60-68	Достатньо – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
FX	35-59	Незадовільно з можливістю повторного складання – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання
F	1-34	Незадовільно з обов’язковим повторним вивченням – досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни

7. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Андреева І. О. Мультимодальний аналіз дискурсу: методологічна основа та перспективи наряду. Одеський лінгвістичний вісник. 2020. № 7. С. 3–8.
2. Бацевич Ф. С. Термінологія комунікативної лінгвістики: аспекти дискурсивного підходу. Проблеми української термінології. Львів: Національний університет «Львівська Політехніка». 2002. № 453. С. 30–34.
3. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ: Академія, 2004. 344 с.
4. Загнітко А. П. Основи дискурсології. Донецьк: ДонНУ, 2008. 194 с.
5. Калініченко О. М. Мультимодальність художнього тексту: напрями лінгвопоетичних досліджень. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2016. Т. 2, № 21. С. 42–45.
6. Корольова В. В. Таксономія дискурсів у новітніх лінгвістичних студіях. Мова і міжкультурна комунікація. 2017. № 1. С. 206–214.
7. Мартинюк А. П. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2021. 196 с.
8. Романюк О. С. Дискурс як інтерактивна комунікативна діяльність. Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2016. Т. 1, № 24. С. 149–152.
9. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність (на матеріалах сучасної газетної публіцистики). Київ: КНУ ім. Т. Г. Шевченка, 2002. 392 с.
10. Шевченко І. В. Дослідження понять «дискурс» і «текст» у сучасній лінгвістиці. *Наукові записки Ніжинського державного університету ім. М. Гоголя*. Сер.: Філологічні Науки. 2014. № 2. С. 284–287.
11. Шевченко Л. І., Дергач, Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять. Київ: КНУ ім. Т. Г. Шевченка, 2013. 364 с.

Додаткова

1. Голік О.В. Жанрова система друкованих ЗМІ: новітні підходи до класифікації та перспективи розвитку. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2386>
2. Горбатко А.О. Підходи до визначення медійного дискурсу у сучасних англомовних ЗМІ. С. 36–42. URL: <https://repository.sspu.edu.ua/bitstream/123456789/11631/1/Horbatko%20pidkhody.pdf>
3. Гудзь Н. О. Інтернет-дискурс – невід’ємна складова сучасної комунікації. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Житомир, 2013. Вип. 2 : Філологічні науки. С. 228–232. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/9886/>
4. Загнітко А.П. Основи дискурсології : науково-навчальне видання. Донецьк : ДонНУ, 2008. 194 с.
5. Ковальська Н. Питання типології дискурсу. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Лінгвістика. Херсон, 2014. Вип. 21. С. 120–123. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_2014_21_32
6. Ковтун Н. Радіодискурс у системі комунікативних мас-медійних дискурсів. Журналістика. 2008. № 7. С. 73–84.
7. Корольов І. Р. Типологія дискурсу в сучасній лінгвістиці. Компаративні дослідження слов’янських мов і літератур : зб. наук. пр. / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2011. Вип. 15. С. 109–119. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/kdsm_2011_15_18

8. Лютянська Н. І. Мас-медійний дискурс: типологічні та структурно-організаційні особливості. Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Сер. : Філологічні науки. 2014. Кн. 2. С. 136–141.
9. Мірошніченко І. Г. Сучасні підходи до типології мас-медійного дискурсу. Вінниця, 2016. URL: <http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/9998/1/Miroshnychenko.pdf>
10. Мойсеєнко С. М. Основні підходи та методи дослідження дискурсу. Передовий науково-практичний досвід – 2009 : збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції. Миколаїв : НУК, 2009. URL: http://www.kamts1.kpi.ua/sites/default/files/files/moiseienko_osnovni.pdf
11. Полякова Г. О. Типологія літературних дискурсів у медіа-текстах Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. 2017. № 4. С. 173–176.
12. Потапенко С.І. Сучасний англomовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти: монографія. Ніжин : Вид-во НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. 391с.
13. Романченко А. П. Елітарна мовна особистість у просторі наукового дискурсу: комунікативні аспекти : монографія. Одеса : Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, 2019. 541 с.
14. Романченко А. П. Інтертекстуальність як реалізація діалогічності лінгвістичного дискурсу. Web of Scholar. Warsaw : RS Global Sp. z O.O., 2018. № 11 (29). С. 51–56.
15. Романченко А. Психолінгвістичні та етнокультурні параметри компаративної картини світу українців. Lingua Montenegrina. Cetinje, 2023. Br. 32. С. 79–96.

Інформаційні ресурси

<http://www.nbuv.gov.ua> – сайт Національної бібліотеки України імені В. Вернадського.

<http://journalib.univ.kiev.ua> – сайт Електронна бібліотека Інституту журналістики Київського Національного університету імені Тараса Шевченка

[http:// i-soc.com.ua/ukr/index.php](http://i-soc.com.ua/ukr/index.php) – сайт Інституту соціології НАН України (Київ)

<http://imi.org.ua> – сайт Інституту Масової Інформації

<http://i-soc.com.ua/journal/content.php> – сайт Соціологія: теорія, методи, маркетинг (Київ, НАН України)

<http://osvita.mediasapiens.ua> – Медіаосвітній портал “Mediasapiens”

8. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТКА ДИСЦИПЛІНИ

2 кредити, 2 модулі. Разом: 60 годин, 16 аудиторних (8 лекцій/8 семінарів), 4 модульний контроль, 40 годин самостійної роботи

Модулі	Змістовий модуль I	Змістовий модуль II
Назва модуля	Сучасний медійний дискурс як соціокомунікаційна модель в інформаційному просторі	Сучасний медійний дискурс та його різновиди
Кількість балів за модуль	83 балів	78 балів
Теми лекцій	Тема 1. Mediadiscurs як багатовимірне явище у сучасних медіа-дослідженнях (1 б.). Тема 2-3. Медіатекст друкованих ЗМІ: жанрово-стилістичний аспект (1 б.).	Тема 4. Жанрова та прагматистична специфіка теле- та радіо дискурсів (1 б.). Тема 5. Особливості інтернет-дискурсу (1 б.). Тема 6. Прагмалінгвістичні особливості рекламного дискурсу і специфіка редагування рекламних текстів (1 б.).
Теми семінарських занять	Семінарське заняття № 1 Теорія дискурсу: теоретичні витoki, етапи розвитку, персоналії, проблеми (10 + 1 б.). Семінарське заняття № 2-3. Техніка написання медіатексту (10 + 16.)	Семінарське заняття № 4. Виразні засоби теле- та радіо текстів (5 + 16.) Семінарське заняття № 5. Жанрові особливості web-медіатексту (5 + 16.) Семінарське заняття № 6. PR-текст як різновид медіатексту (10 + 16.)
Самостійна робота	4 сам. (5 б.)	3 сам. (5 балів)
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота (25 балів)	Модульна контрольна робота 2 (25 балів)
Семестровий контроль	Залік	