

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова приймальної комісії  
Одеського національного університету  
імені І. І. Мечникова

Ректор \_\_\_\_\_ Вячеслав ТРУБА

\_\_\_\_\_ 2024 року



**Програма вступного іспиту  
для вступників на навчання за ступенем вищої освіти «доктор філософії»  
спеціальності 061 «Журналістика»**

Одеса 2024

## СВІТОВІ МЕДІАСИСТЕМИ

Термінологічна база науки про соціальні комунікації. Специфіка визначення предмета, об'єкта, мети дослідження в царині соціальних комунікацій. Природа соціальних комунікацій та контекст влади як основа теоретичних узагальнень щодо масовокомунікаційних процесів, уявлення про «всюдисущість» медіа. Матеріал досліджень у сфері соціальних комунікацій, зв'язок між емпіричним і теоретичним рівнем дослідження.

Міждисциплінарність наукових пошуків у соціальних комунікаціях. Концепція суспільства мережевих структур М. Кастельса та теорія інформаційного суспільства, роль соціальних комунікацій у процесі становлення нового світу. Ідея мережевого індивідуалізму. Теоретичні погляди на комунікацію Н. Лумана. Концепція трьох видів селекції в масовокомунікаційній діяльності, поняття комунікації як повідомлення та комунікації як інформації. Масмедіа як представлення та спостереження першого і другого порядку, соціальне конструювання реальності. Концепція П. Бурдьє про впорядкування соціального простору. Масмедіа і соціальні комунікації як фактор формування та індикатор габітусу. «Поле журналізму», його діяльність та впливи. Концепція Г. Почепцова щодо конструювання соціального простору. Теоретичні основи глобальний проектів минулого та майбутнього як втілення соціального інжинірингу та стратегічних комунікацій. Концепція симулякру Ж. Бодрієра, настання ери симуляції-підміни реального знаками реального, формування гіперреальності. Міждисциплінарність наукових пошуків в історії соціальних комунікацій. Функціональний підхід Г. Лассвелла: дослідження соціальних і масових комунікацій, комунікативний ланцюг як теоретичне підґрунтя моніторингу, планування, проведення, оцінювання та прогнозування наукових пошуків. Концепція технологічного детермінізму М. МакЛуена та ідея розвитку суспільства як розширення сфери відчуття завдяки формі медіа. Засоби комунікації як підґрунтя формування теоретичних поглядів на сферу соціальних комунікацій. Аудіальний (усний), вербальний (друкований) та електронний (аудіовізуальний) тип культури. Галактика Гутенберга та Александринська епоха як етапи розвитку людського суспільства. Концепція «трьох хвиль» розвитку суспільства О. Тоффлера. Аграрна, індустріальна та постіндустріальна епохи в розвитку людства. Концепція інформаційного суспільства як суспільства розвитку та знань, інформація як чинник розвитку творчих сил і пошуків, ідея «шоку майбутнього». Постгуманітарний характер сучасності. Погляди К. Хейлз на те, як ми стали постлюдством: концепція формування постлюдини або інформаційної моделі. Історія ідеї комунікації Дж. Пітерса. Історичність комунікації. Проблема комунікації в історії людства. Комунікабельність і некомунікабельність та «темний бік» комунікації.

1. Бодрієр Ж. Симулякри і симуляція. К.: «Основи», 2004. 230 с.
2. Іванов В.Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики: Навчальний посібник. К., 2010. 258 с.
3. Кастельс М. Інтенет-Галактика: Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства. К., 2007. 290 с.
4. Квіт С.М. Масові комунікації. К., 2008. 206 с.
5. Луман Н. Реальність мас-медіа. К., 2010. 158 с.

6. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів, 2010. 538 с.
7. Мак-Комбс М. Встановлення пріоритетів: масмедіа та громадська думка. К., 2007.
8. Моніторинг та інформаційне моделювання засобів масової інформації: колективна монографія / В.В.Різун, В.Ф.Іванов, ін. К., 2007.
9. Новини VS Новини: Виборча кампанія в новинних телепрограмах / За ред. Н.Костенко та В.Іванова. К., 2005.
10. Почепцов Г.Г. Глобальні проекти: конструювання майбутнього. К., 2009. 212 с.
11. ПітерсДж. Д. Слова на вітрі: Історія ідеї комунікації. К., 2004. 302 с.
12. Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія / За ред. В.П. Іванова. К., 2007.
13. Хейлз Н. К. Як ми стали пост людством: Віртуальні тіла в кібернетиці, літературі та інформатиці. К.: Ніка-Центр, 2002. 430 с.

## **МЕТОДОЛОГІЯ ТА ІСТОРІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Концепція наукового напрямку «соціальні комунікації». Розмежування масової комунікації, соціальної комунікації та соціальних комунікацій. Поняття про соціальний і комунікаційний інжиніринг. Марксизм в соціології та теорії соціальних комунікацій. Структуралізм в соціології, антропології, культурології та теорії соціальних комунікацій. Лінгвістичний структуралізм Ф. де Соссюра. Концепція структуральної антропології К. Леві-Строса. Структуралізм Р. Барта. Структуралізм Ю. Лотмана. Неофункціоналізм у соціології та теорії соціальних комунікацій. Соціологічна теорія Т. Парсонса, наукові пошуки Г. Лассвелла та К. Лазарсфельда. Системна теорія Н. Лумана. Теоретична реконструкція за Дж. Александером. Постструктуралізм в соціології та теорії соціальних комунікацій. Структури соціального простору в концепції П. Бурдьє.

1. Іванов В.Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики: Навчальний посібник. К., 2010. 258 с.
2. Луман Н. Реальність мас-медіа. К., 2010. 158 с.
3. Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія / За ред. В.П. Іванова. К., 2007.
4. Різун В. В. До постановки наукової проблеми про особливий статус медіакомунікацій (масового спілкування) в системі соціальних комунікацій. Київ, 2012. URL: [http://journalib.univ.kiev.ua/Do\\_postanovky\\_problemy.pdf](http://journalib.univ.kiev.ua/Do_postanovky_problemy.pdf)
5. Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій. Київ, 2012. URL: [http://journalib.univ.kiev.ua/Do\\_postanovky\\_problemy.pdf](http://journalib.univ.kiev.ua/Do_postanovky_problemy.pdf)
6. Різун В. В., Скотникова Т.В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві: Навчальний посібник. К.: Преса України, 2008. 144 с.
7. Соболевська М. Неофункціоналістські та постструктуралістські теорії у сучасній соціології : Навчальний посібник. К.: Дух і літера, 2010. 164 с.
8. Квіт С.М. Масові комунікації. К., 2008. 206 с.
9. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів, 2010. 538 с.

## СУЧАСНІ МЕДІАПРАКТИКИ ТА МЕДІАТЕХНОЛОГІЇ

Адаптація журналіста до нових викликів інтеграції ЗМІ. Поняття «універсального журналіста». Відмінність від «традиційного журналіста». Професійні вимоги до «універсального журналіста». Медіаактивність аудиторії. Технологічні та соціально-психологічні аспекти взаємодії ЗМІ із респондентами. Інноваційні процеси та тенденції зміни медіапотреб аудиторії. Основні запити аудиторії до сучасних медіатекстів. Новини і дійсність. Медійна реальність. Текст ЗМІ в умовах технологічного процесу в інформаційно-комунікаційній сфері. Процеси «діджиталізації» та уніфікації (порівняння різних форматів та інформації). Тенденції до максимальної візуалізації. Соціальні медіа: twitter, Facebook, Youtube тощо. Робота в кросмедійній редакції. Головні вимоги до верстки журналу, газети та основні види верстки. Конвергентний ньюзрум – формат існування сучасної редакції. Агрегатор контенту. Маркетинг засобів масової комунікації. Журналістський маркетинг як комплекс заходів з аналізу ринку ЗМІ, формування і стимулювання попиту, врахування ринкових факторів на всіх стадіях підготовки і випуску журналістських матеріалів. Основні поняття маркетингу: потреба, бажання, попит, товар, обмін, угода, ринок. Збут медіапродукту. Визначення вартості та ефективності медіабренду крізь призму взаємодії елементів маркетингових комунікацій.

1. Flew T. NewMedia. AnIntroduction. OxfordUniversityPress, 2005. 280 с.
2. Іванов В. Ф. Журналістська етика. Київ : Вища школа, 2006. 231с.
3. Кур'ята-Стасів Н. Досвід переформатування «старого» медіа в «нове». URL: <http://www.nam.org.ua/files/Kuryata-Stasiv.pdf>.
4. Неймаш Т. Як трансформувати традиційну редакцію у конвергентну. URL: <http://osvita.telekritika.ua/material/1586>
5. Невалов А. Г. Основи маркетингу ЗМІ та маркетингових досліджень інформаційного ринку : навч. посібник / А. Г. Невалов. Херсон : Вид-во ХДУ, 2006. 112 с.
6. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика. Львів : ПАІС, 2010. 246 с.
7. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет. Київ : Києво-Могилян. акад., 2008. 407 с.
8. Телебачення спецоперацій. Маніпулятивні технології в інформаційно-аналітичних програмах українського телебачення моніторинг, методи визначення та засоби протидії : рекомендації щодо принципів відкритої редакційної політики телеканалів / Н. Л.Лігачова, С. М. Черненко, В. Ф. Іванов. Київ : Телекритика, 2003. 266 с.
9. Чернов А. Становлення глобального інформаційного суспільства: проблеми і перспективи. URL: <http://dzyalosh.ru/01-comm/books/stan-obshestva/p-bib-stan-obshestva.html>.

## **КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ ДЛЯ ВСТУПНИХ ІСПИТІВ**

Завдання екзаменаційного тесту покликані виявити рівень знань, набутих студентами, які отримали освітній ступінь магістра чи спеціаліста та бажають продовжити навчання за ОКР «доктор філософії» за спеціальністю 061 «Журналістика». Пропоновані екзаменаційні тести складаються з 25 тестових завдань закритого типу. Кожна правильна відповідь оцінюється в 4 (чотири) бали.

Неправильна відповідь оцінюється у 0 (нуль) балів. Максимальною оцінкою за вдало написаний тест є 100 балів, мінімальний позитивна оцінка становить 60 (шістдесят) балів.

Під час проведення вступного випробування не допускається користування електронними приладами, підручниками, навчальними посібниками та іншими матеріалами, якщо це не передбачено рішенням приймальної комісії. У разі використання вступником під час вступного випробування сторонніх джерел інформації (у тому числі підказки), він відсторонюється від участі у випробуваннях, про що складається акт, в якому предметна комісія вказує причину відсторонення та час. У разі використання заборонених джерел, абітурієнт, на вимогу членів предметної комісії, залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку. Вступники, які не з'явилися на вступне випробування без поважних причин в зазначений у розкладі час, до участі в подальших іспитах і конкурсі не допускаються.

Голова атестаційної комісії  
доктор наук із соціальних комунікацій, професор  
факультету журналістики,  
реклами та видавничої справи  
ОНУ імені І. І. Мечникова

Олена ІВАНОВА