


# КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

ЗАТВЕРДЖЕНО

Приймальною комісією

Протокол № 3 від «06» 05-2024 р.

Голова Приймальної комісії

  
Олександр ТУРУНЦЕВ

## ПРОГРАМА

**вступного випробування (іспиту) до аспірантури  
зі спеціальності 061 Журналістика**

**Рівень вищої освіти: третій (освітньо-науковий)**

**Галузь знань: 06 Журналістика**

**Спеціальність: 061 Журналістика**

**Освітньо-наукова програма: «Журналістика»**

**На основі: освітнього ступеня магістра  
(освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста)**

ПОГОДЖЕНО

Проректор з наукової роботи

  
Наталія ВІННІКОВА

РОЗГЛЯНУТО І ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні Вченої ради

Факультету журналістики

Протокол № 2 від «15» квітня 2024 р.

Голова Вченої ради

  
Галина ГОРБЕНКО



## Вступ

Вступне випробування для претендентів на навчання за освітньо- науковою програмою підготовки доктора філософії «Журналістика» проводиться у вигляді іспиту, який охоплює нормативний зміст підготовки фахівця, передбачає комплексну перевірку теоретичних знань і практичних умінь вступників.

**Мета** вступного випробування (іспиту): встановити глибину необхідних знань вступника зі спеціальності та рівень його підготовки до самостійної науково-дослідницької роботи.

**Завдання** іспиту – логічно й аргументовано викладати думки, доводити свої твердження; уміти самостійно поповнювати свої знання, орієнтуватися в швидкому потоці наукової інформації; використовувати теоретичні знання на практиці.

Під час іспиту оцінюються **уміння**:

- оцінювати історичні і тенденції розвитку соціальних комунікацій, загальні характеристики аудиторії ЗМІ, особливості, типи і види інформаційних процесів, етичні норми та професійні стандарти роботи журналіста;
- аналізувати основні визначення та концепції функціонування соціальних комунікацій;
- характеризувати умови перетворення комунікації на масову і соціальну комунікацію, відомі теорії та моделі масової комунікації та інформації, специфіку преси, радіо і телебачення як засобів масової комунікації, типи, види, форми і моделі комунікації, особливості реклами як моделі, виду і каналу комунікації;
- здійснювати науковий аналіз джерел виникнення і розвитку міжособистісної спеціалізованої і масової комунікації, розрізняти види інформації, методи збору і розповсюдження інформації;
- керуватись законами, які регулюють журналістську діяльність;
- доступно та аргументовано пояснювати сутність конкретних питань із соціальних комунікацій, власну точку зору на них та їх обґрунтування;
- використовувати спеціальні концептуальні знання з обраної галузі соціальних комунікацій / журналістики для розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповно/недостатньої інформації та суперечливих вимог.

### **Форма іспиту**

Комісія надає вступнику білет та листок для відповідей. Під час підготовки до відповіді не можна користуватися сторонніми джерелами інформації.

Питання комісії можуть бути спрямовані на уточнення, поширення, деталізацію та ілюстрацію відповіді вступника. Під час відповіді вступник спілкується з членами комісії, відповідає на додаткові питання та залишає листок підготовки.

Комісія не висловлює оціночних суджень під час відповіді, не надає правильних відповідей і не коригує відповідь вступника. Оцінка за іспит виставляється колегіально.

### **Форма білету**

Вступне випробування проводиться у формі фахового іспиту та передбачає відповідь вступника за трьома питаннями обраного білету. Час підготовки відповіді – 30 хв.

Іспит проводиться державною мовою.

### **Приклад білету**

#### **Білет №1**

1. Охарактеризувати історичні етапи функціонування української журналістики.
2. Проаналізувати особливості текстів інформаційного жанру.
3. Питання за науковими інтересами вступника.

На підготовку до відповіді вступник має до 30 хвилин часу.

## **Зміст програми:**

### **1. Теорія та історія соціальних комунікацій**

Соціальні комунікації: історія становлення. Історичні умови, соціокультурні фактори еволюції соціальних комунікацій. Виникнення каналів розповсюдження соціальної інформації. Становлення і розвиток комунікаційної системи суспільства. Загальне поняття соціальної комунікації як сукупності процесів і структур обігу інформації та знань у суспільстві, що забезпечують його існування й розвиток. Соціальна комунікація як засіб організації діяльності на основі цілеспрямованої передачі та обміну інформацією і знаннями. Соціальна комунікація як умова і характеристика існування соціуму. Соціальні функції комунікації. Матеріальна й ідеальна (духовна) складові комунікації. Моделі комунікації. Методи дослідження соціальних комунікацій. Основні принципи та методологія дослідження соціальних комунікацій. Формування системи методів у соціально-комунікаційних науках.

Структура соціально-комунікативного знання. Джерела та теорії соціальної комунікації. Формування основних аспектів теорії комунікаційної взаємодії: мовні, соціальні, технічні, психологічні. Становлення теорії соціальних комунікацій. Структура соціально-комунікативного знання. Інформаційна технологізація суспільства. Інструментально-технологічні фактори соціальної комунікації. Технологічні умови спілкування. Поняття каналу спілкування. Функціональні характеристики технологічних параметрів спілкування і розвиток комунікаційних процесів. Поняття інформаційного вибуху. Соціальна комунікація в умовах перенасичення інформаційного простору: умови, закономірності, тенденції. Інформаційно-когнітивна динаміка суспільства в умовах масової комунікації як основного різновиду соціального спілкування. Природа формування комунікативних потреб. Процеси масифікації як результат діяльності ЗМІ. Характеристика найважливіших функцій масової комунікації в умовах глобалізації. Динаміка суспільних інтересів, вплив ЗМІ на формування актуальної суспільної проблематики.

### **2. Теорія і методика журналістської творчості**

Здібності й талант журналіста: шляхи їх формування та розвитку. Характеристика оперативності, актуальності, як складової журналістської майстерності, компетентності, переконливості цікавості. Сучасні досягнення і проблеми практики журналістики. Публіцистика, як виду творчості й один з потоків журналістської інформації. Публіцистика як метод взаємодії журналіста із суспільством. Публіцистика і мислення. Ефективність впливу публіцистики на аудиторію.

Характеристика загальних та специфічних проявів цікавості у журналістиці. Журналістське розуміння інформації. Журналістське розуміння якості інформації. Продуктивність процесу мислення при сприйманні журналістських текстів. Специфіка відтворення мислення (розвитку і подачі думки) у журналістиці. Об'єктивні та суб'єктивні причини сучасного рівня ефективності журналістики. Сумнів як складова пошуку інформаційної істини. Причини модифікації жанрів. Масштабність і повнота журналістського аналізу. Особливості жанрової структури сучасної української преси та їх причини. Сучасні тенденції розвитку жанрів

української журналістики. Методика огляду у сучасних ЗМІ.

### 3. Історія української журналістики

Зародження журналістики на Україні. Початки української преси на східноукраїнських землях. Альманаховий період української журналістики. Преса на східноукраїнських землях (1850-60-ті рр.). «Літературно-науковий вісник» і газета «Діло». Жіночі імена в історії української журналістики. Періодизація розвитку української журналістики у ХІХ ст. Особливості становлення національної преси у Східній Україні. Особливості становлення національної преси у Західній Україні. Порівняльна характеристика умов та обставин появи національної журналістики на Східній та Західній Україні. Цензурні закони й укази, політичні та адміністративні заборони української преси в 1863 – 1876 рр. Провідні видання в історії національної преси: їх консолідуюча роль і всеукраїнське значення. Характеристика періодичних видань на території України в період становлення (перша половина ХІХ ст.). Суспільно-політична програма журналу «Основа» (1861-1862). Настанови Кирило-Мефодіївського братства для розвитку громадської думки. Публіцистика Т. Шевченка. Діяльність Київської громади «Київський телеграф» (1859-1876) – перше приватне видання на Східній Україні. Публіцистична діяльність М. Драгоманова. Українська преса періоду Другої світової війни (1939 р.), (1941-45 рр.). Тоталітарна преса (1945-1990 рр.).

### 4. Комунікативістика

Застосування комунікативної стратегії в сучасній практиці. Умови функціонування людини і суспільства в ХХІ сторіччі. Значення комунікації для сучасної людини. Етапи комунікаційної революції. Визначення комунікативістики. Функції та принципи Комунікативістики. Відмінності комунікативних стратегій від споріднених видів діяльності. Підготовка комунікативної стратегії. Складові комунікативної стратегії: визначення та аналіз проблеми, планування і програмування; дія і комунікація; оцінка ефективності та корегування дії. Розробка комунікативної стратегії.

Розробка комунікативної стратегії: аналіз ситуації, проведення досліджень; постановка цілей та завдань; визначення цільових аудиторій; складання плану дій; підходи та принципи формування бюджету - кампанії; визначення ресурсів кампанії; показники ефективності кампанії. Основні принципи оцінки ефективності PR- діяльності. Складові оцінки. Способи вимірювання ефективності діяльності. Оцінка основних підсумків і наслідків кампанії. Аудит: основні напрями, цілі, критерії дослідження. Цільові аудиторії. повідомлення для кожної окремої цільової аудиторії. Поняття громадськості: визначення, ознаки громадськості. Підходи до типологізації груп громадськості; зовнішня і внутрішня громадськість. Визначення цільових/пріоритетних груп громадськості. Специфіка роботи з цільовими групами громадськості по всім сферам застосування. Громадськість і аудиторія. Розробка комунікативної стратегії в кризовій ситуації. Типологія криз. Стадії розвитку криз. Розробка плану дій компанії в кризовій ситуації. PR-способи управління репутацією під час кризи.

## 5. Медіадослідження: поняття і методи.

Методології досліджень соціальних комунікацій. Наукове та повсякденне пізнання. Стратегія наукового дослідження. Нові медіа-дослідження. Методи пізнання (епістемологія): звичка, авторитет, інтуїція, науковий метод. Класифікація медіадосліджень. Теоретичні методи й методики конструювання ідей та теорій. Загальнонаукові методи теоретичного дослідження. Методи побудови гіпотез та теорій. Конструктивно-генетичний метод. Аксиоматичний метод. Евристичні методи. Аналогія. Синектика. Методологія мас-медійних досліджень.

Дослідницькі методи: якісні та кількісні. Різниця між ними, їх переваги і вади. Вступ до якісної методології. Інтерв'ю. Фокус-групи Методологія текстуального аналізу. Семіотичний аналіз. Риторичний аналіз. Процедура дослідження медіа: основні етапи.

Включене спостереження (participant observation). Метод, методика і техніка соціологічного дослідження. Загальнонаукові та спеціальні методи емпіричного дослідження. Особливості прикладного дослідження мас-медіа. Дослідження впливу мас-медіа в умовах інформаційної війни. Методи дослідження аудиторій масової комунікації: преса, радіо, телебачення та інтернет. Agenda Setting. Фреймінг. Якісний контент-аналіз.

## 6. Правові та етичні основи соціальних комунікацій

Поняття професійної етики й професійної моралі. Суттєві особливості й специфіка. Журналістська етика як різновид професійної етики. Сутність, принципи, фахові норми, роль професійної етики в суспільстві. Зміст поняття етика, мораль, моральність. Зв'язки журналістики та моралі. Мораль: теорія походження, поняття, ознаки, структура (моральна свідомість, моральна діяльність, моральні відносини) й функції. Поняття моральної свідомості. Моральна норма, моральна вимога та моральні принципи як елементи моральної свідомості. Мораль і право: співіснування й взаємовплив. Професійна мораль журналіста, її особливості та функції.

Етичний кодекс у сфері соціальних комунікацій. Класифікація джерел журналістської етики: а) інституційні та виробничі нормативно-етичні документи; б) міжнародні, національні, корпоративні нормативно-етичні документи; в) диференціація документів за рівнем узагальнення вимог (декларації, кодекси, хартії, канони, принципи). Міжнародні й український професійні кодекси журналіста, рекламіста й фахівця з PR. Загальні положення із практики реклами й маркетингових комунікацій. Комісія з журналістської етики (КЖЕ) як платформа для журналістської саморегуляції та розвитку професійних стандартів. Перезавантаження КЖЕ, нові стратегічні цілі та завдання комісії, напрямки роботи.

Етичні та моральні принципи журналістської, рекламної і PR-діяльності в інформаційному суспільстві. Журналістика на цінностях прав людини. Антидискримінаційна практика медіадіяльності. Дискримінація й рівень толерантності в Україні: про що свідчать дані загальнонаціонального опитування про права людини. Захист професійних прав журналіста. Загальний огляд прав і гарантій професійної діяльності журналіста. Правове регулювання мас-медіа та PR-комунікацій. Право інтелектуальної власності. Захист авторського права та суміжних прав. Авторське право в галузі медіа. Правові і етичні вимоги до окремих видів

реклами. Правові вимоги до реклами а) алкоголю й тютюну; ліків і медичних послуг; в) фінансових послуг. Правове регулювання а) соціальної реклами; б) реклами для неповнолітніх; в) політичної реклами; г) конфесійної реклами. Корупційні медіапрактики: замовні матеріали («джинси») в українській журналістиці. Прихована реклама, її форми, різновиди та прийоми.

### Орієнтований перелік питань для підготовки:

1. Охарактеризувати історичні етапи функціонування української журналістики.
2. Охарактеризувати функціонування ЗМІ у соціальних системах суспільства.
3. Сучасні наукові інноваційні технології журналістських платформ.
4. Поняття інформаційної та комунікаційної конвергентної системи журналістської діяльності.
5. Особливості реалізації інформації на сучасних кросмедійних платформах у журналістиці
6. Дослідження медіадіяльності сучасних кросмедійних платформ.
7. Новітні системи управління інноваційною діяльністю у сучасній медіагалузі.
8. Програмне забезпечення інноваційної діяльності у сучасних соціальних комунікаціях.
9. Поняття мережевого суспільства.
10. Мереживість як основна ознака сучасної медіагалузі.
11. Графічно-візуалізаційна інтерпретація інформації сучасної журналістики.
12. Особливості упровадження дизайн-мислення як сучасної методики створення інновацій.
13. Візуалізація даних сучасної інноваційної медіадіяльності.
14. Інтерпретація інформації в сучасній журналістиці.
15. Управління активністю аудиторії у сучасній журналістиці.
16. Організація дискусії в новітніх медіях.
17. Специфіка упровадження сучасних ідей та експериментів в соціальних комунікаціях.
18. Охарактеризувати соціальне функціонування журналістики.
19. Охарактеризувати епістемологічні методи пізнання: звичка, авторитет, інтуїція, науковий метод.
20. Охарактеризувати історичні етапи функціонування міжнародної журналістики.
21. Проаналізувати особливості наукового методу: дослідницькі процедури. Дослідження. Повсякденні і наукові дослідження.
22. Охарактеризувати основні етапи підготовки комунікативної стратегії.
23. Проаналізувати особливості методології текстуального аналізу.
24. Охарактеризувати політичну журналістику в Україні: сучасний стан і перспективи.
25. Охарактеризувати суспільно-політичну інформацію як інструмент виявлення проблемних сфер у житті суспільства.
26. Охарактеризувати особливості українських мас-медіа в політичних

процесах.

26. Проаналізувати особливості іміджу і репутації в комунікативній стратегії.
27. Охарактеризувати роль засобів масової інформації у формуванні політичної системи суспільства.
28. Проаналізувати особливості регулювання медіа-діяльності.
29. Охарактеризувати розробку комунікативної стратегії у кризовій ситуації.
30. Проаналізувати конституційно-правові норми журналістської діяльності.
31. Охарактеризувати виникнення й розвиток інформаційного права в Україні.
32. Проаналізувати особливості правових норм діяльності друкованих ЗМІ в Україні. Правові норми діяльності аудіовізуальних ЗМІ.
33. Охарактеризувати кримінально-правові норми журналістської діяльності в Україні.
34. Охарактеризувати цивільно-правові норми журналістської діяльності в Україні.
35. Проаналізувати психологічні дослідження масової комунікації та їх основні напрямки.
36. Проаналізувати особливості медіатексту як феномену соціальної свідомості.
37. Охарактеризувати психологію медіакомунікативної взаємодії мас-медіа та аудиторії.
38. Проаналізувати особливості механізмів творення медіатексту.
39. Охарактеризувати медіазалежність як неконструктивну форму взаємодії особистості з інформаційним простором.
40. Проаналізувати особливості механізму сприймання медіатексту.
41. Охарактеризувати дослідницькі методи: якісні та кількісні. Різниця між ними, їх переваги і вади. Вступ до якісної методології. Інтерв'ю. Фокус-групи.
42. Проаналізувати особливості поняття професійної етики й професійної моралі.
43. Охарактеризувати етичні та моральні принципи журналістської і рекламної діяльності в інформаційному суспільстві
44. Проаналізувати особливості психологічних процесів – складові медіавиробництва.
45. Охарактеризувати юридичні та практичні аспекти захисту професійних прав журналіста.
46. Проаналізувати особливості правового регулювання мас-медіа та PR-комунікацій.



## Критерії оцінювання

Оцінювання випробування відбувається у 100-бальній системі.

Кількість балів (max – 100)	Критерії оцінювання
90 – 100	Виставляється за глибокі знання матеріалу; вміння аналізувати явища, які вивчаються, у їхньому взаємозв'язку і розвитку, чітко і лаконічно; логічно і послідовно відповідати на поставлені запитання; вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних задач, моделюючи спеціальну професійну ситуацію.
82 – 89	Виставляється за ґрунтовні знання матеріалу, аргументовані відповіді на поставлені запитання; вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язування практичних задач, моделюючи спеціальну професійну ситуацію.
75 – 81	Виставляється за міцні знання матеріалу, аргументовані відповіді на поставлені питання, які однак, містять певні (несуттєві) неточності; вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних задач, моделюючи спеціальну професійну ситуацію.
69 – 74	Виставляється за посередні знання матеріалу, мало аргументовані відповіді, слабе застосування теоретичних положень при розв'язанні практичних задач, моделюючи спеціальну професійну ситуацію.
60 – 68	Виставляється за слабкі знання матеріалу, неточні або мало аргументовані відповіді, з порушенням послідовності його викладання, за слабе застосування практичних положень при розв'язанні практичних задач, моделюючи спеціальну професійну ситуацію.
1 – 59	Виставляється за незнання значної частини навчального матеріалу, істотні помилки у відповідях на запитання, невміння орієнтуватися під час розв'язання практичних задач, моделюючи спеціальну професійну ситуацію; незнання основних фундаментальних положень.

## Список рекомендованої літератури:

1. Adornato A., Mobile and social media journalism: A practical guide. CQ Press, 2018. 313 p. URL: <https://www.twirpx.com/file/2852133/>.
2. Досенко А., Погребняк І. Інтернет-журналістика. Комунікативні маркери: навч.-метод. посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2020. 184 с. URL: [http://elibrarr.kubq.edu.ua/id/eprint/33206/1/A\\_Dosenko\\_IJKM.pdf](http://elibrarr.kubq.edu.ua/id/eprint/33206/1/A_Dosenko_IJKM.pdf).
3. Животко А. Історія української преси / упоряд., автор історико-бібліограф. нарису та прим. М. С. Тимошик. Київ : Наша культура і наука, 1999. 368 с. URL: <https://www.twirpx.com/file/240520/>.
4. Жиленко І. Р. Історія зарубіжної журналістики (від античності до II пол. XVIII ст.) : навч. посіб. Суми : Вид-во Сум. держ. ун-ту, 2010. 284 с. URL
5. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підруч. 3-е вид. Львів : ПАІС, 2008. 268 с. URL: <http://wucheba.ru/v350/>.
6. Зеленін В. Основи міфодизайну. Психотехнології керування медіареальністю. Київ : Гнозис, 2017. 168 с.
1. Квіт С. Масові комунікації підручн. 2-ге вид. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія». 2008. – 206 с.
2. Кросмедіа: конвент, технології, перспективи : навч. посібник / за заг. ред. В. Е. Шевченко. Київ : Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2017. 234 с. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/mono/cross.pdf>.
3. Масова комунікація у глобальному та національному вимірах. – Дніпро: ДНУ імені О.Гончара, факультет систем і засобів масової комунікації, 2019. – Вип. 11. – 119 с
4. Методологія досліджень мас-медіа: робоча книга (handbook) / за заг. ред. К. Г. Сірінюк-Долгарьової. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 156 с. URL: робоча книга методи IREX ZNU.pdf.
5. Михайлин І. Л. Історія української журналістики : підручник. Харків : ХІФТ, 2000. 279 с.
6. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підруч. 3-е вид. Київ : ЦУЛ, 2002. 284 с. URL: <http://www.twirpx.com/file/193074/>.
7. Мільтон Дж. Ареопагітика. Промова про свободу преси від цензури (звернення до парламенту Англії). URL: <http://krotov.info/acts/17/2/milton.htm>.
8. Нечаєва Н. Історія української журналістики : навч.-метод. посіб. для студентів зі спец. «Журналістика». Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2015. 48 с.
9. Нові медіа в сучасному суспільстві: культурологічний вимір: монографія / В. М. Судакова, М. Ю. Наумова та ін. – К.: Інститут культурології НАМ України, 2017, 352 с
10. Ромах О. Настільний посібник з методології досліджень соціальних комунікацій. Київ, 2020. 376 с.
11. Садівничий В. О. «Відродження розпочинається із гласності...» (Медична преса Наддніпрянської України середини XIX — початку XX ст.) : моногр. Дніпропетровськ : Середняк Т. ; Київ, 2015. 360 с. URL:

[https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream.](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream)

12. Соболенко О.В. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології: Навчальний посібник. – Дніпро: НМетАУ, 2017. – 230 с.  
[https://nmetau.edu.ua/file/ikt\\_tutor.pdf](https://nmetau.edu.ua/file/ikt_tutor.pdf)

13. Срібняк І. В. Історія журналістики, XVII—XX ст. : підруч. для студ. ВНЗів. Київ : Києво-Могилянська академія, 2013. 303 с.

14. Сташен Б. Мобільна журналістика: практичний посібник / Сташен Б. ; пер. з нім. В. Климченка / за загал. ред. В. Іванова. - К. : Центр вільної преси, 2021. 260 с.

15. Фолькер Вольфф Журналістика газет і журналів / Видання 2-е, перероблене / Пер. з нім. В. Климченко. Київ: Центр вільної преси, 2017. 377 с.

16. Холод О. Соціальні комунікації: тенденції розвитку : Навч. посіб. – 2-ге вид., перероб. й доп. – К. : Видавництво «Білий Тигр», 2018. – 370 с

17. Чекмишев О. Основи журналістики. Навчальний посібник. Київ, 2021. 168 с.