

ЗАТВЕРДЖЕНО

Приймальною комісією

Протокол № 3 від 24.03.2025

Голова Приймальної комісії



Олександр ТУРУНЦЕВ

ПРОГРАМА

**вступного випробування (іспиту) до аспірантури
зі спеціальності С7 Журналістика**

Рівень вищої освіти: третій (освітньо-науковий)

Галузь знань: С Соціальні науки, журналістика та інформація

Освітньо-наукова програма: «Журналістика»

На основі: освітнього ступеня «Магістр»
(освітньо-кваліфікаційного рівня «Спеціаліст»)

ПОГОДЖЕНО

Проректор з наукової роботи
та міжнародної діяльності

Наталія ВІННІКОВА

РОЗГЛЯНУТО І ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні Вченої ради
Факультету журналістики
Протокол №7 від 20.03.2025 р.
Заступник голови Вченої ради



Вікторія ІВАЩЕНКО

Київ – 2025

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 іспиту та передбачає відповідь вступника за трьома питаннями обраного білету.

Відповідь на третє питання білету має продемонструвати знання основних теоретичних та прикладних аспектів, ступеня дослідженості за науковим інтересом вступника.

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.

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 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 «Киевский 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 медіадослідження. 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 масмедійних досліджень.

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 масмедіа. Дослідження впливу масмедіа 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 особливостей 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 і цінності 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 масмедіа 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 («джинса») 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. Новітні системи управління інноваційною діяльністю у сучасній медіагалузі.
7. Програмне забезпечення інноваційної діяльності у сучасних соціальних комунікаціях.
8. Поняття мережевого суспільства.
9. Мережевість як основна ознака сучасної медіагалузі.
10. Графічно-візуалізаційна інтерпретація інформації сучасної журналістики.
11. Особливості упровадження дизайн-мислення як сучасної методики створення інновацій.
12. Візуалізація даних сучасної інноваційної медіадіяльності.
13. Інтерпретація інформації в сучасній журналістиці.
14. Управління активністю аудиторії у сучасній журналістиці.
15. Організація дискусії в новітніх медіях.
16. Специфіка упровадження сучасних ідей та експериментів в соціальних комунікаціях.
17. Охарактеризувати соціальне функціонування журналістики.
18. Охарактеризувати емпіричні методи пізнання та їх застосування в дослідженнях з журналістики.

19. Охарактеризувати історичні етапи функціонування міжнародної журналістики.

20. Проаналізувати особливості наукового методу: дослідницькі процедури. Дослідження. Повсякденні і наукові дослідження.

21. Охарактеризувати основні етапи підготовки комунікативної стратегії.

22. Проаналізувати особливості методології текстуального аналізу.

23. Охарактеризувати політичну журналістику в Україні: сучасний стан і перспективи.

24. Охарактеризувати суспільно-політичну інформацію як інструмент виявлення проблемних сфер у житті суспільства.

25. 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, рекламної і -діяльності в інформаційному суспільстві

44. Проаналізувати особливості психологічних процесів – складовіж медіавиробництва.

45. Охарактеризувати юридичні та практичні аспекти захисту професійних прав журналіста.

46. Проаналізувати особливості правового регулювання масмедіа таPR- комунікацій.

Критерії оцінювання

Оцінювання випробування відбувається у 200-бальній системі (прохідний бал – 100 б.).

Кількість балів (max – 200)	Критерії
180 – 200	Виставляється за глибокі знання програмного 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; вияв креативності у розумінні і творчому використанні набутих знань та умінь.
160 – 179	Виставляється за ґрунтовні знання програмного матеріалу, аргументовані відповіді на поставлені запитання; вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язування практичних задач.
140 – 159	Виставляється за міцні знання програмного матеріалу, аргументовані відповіді на поставлені запитання, які, однак, містять певні (несуттєві) неточності; вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних задач.
120 – 139	Виставляється за посередні знання програмного матеріалу, мало аргументовані відповіді, слабе застосування теоретичних положень при розв'язанні практичних задач.
100 – 119	Виставляється за слабкі знання програмного матеріалу, неточні або мало аргументовані відповіді, з порушенням послідовності його викладання, за слабе застосування теоретичних положень при розв'язанні практичних задач.
1 – 99	Виставляється за незнання значної частини програмного матеріалу, істотні помилки у відповідях на запитання, невміння орієнтуватися під час розв'язання практичних задач, незнання основних фундаментальних положень.

Список рекомендованої літератури

1. Adornato A. Mobile and social media journalism: A practical guide. CQ Press, 2018. 313 p.
2. Безсмертний Володимир. Українська журналістика та її воєнний сегмент учора, сьогодні, завтра. Вид-во «Ліра-К», 2019. 200 с.
3. Геннінг Носке. Журналістика: що треба знати та вміти / Книжка для читання та підручник. Київ: Центр вільної преси, 2017. 312 с.
4. Гончарук-Чолач Т. Засоби масової інформації у політичному житті суспільства. Вид-во «Ліра-К», 2020. 252 с.
5. Дименко Р.А. Теоретико-методологічні засади процесу державного регулювання та стратегічного розвитку телекомунікаційної індустрії: монографія. Вид-во Олді+. 2025. 365 с.
6. Досенко А., Погребняк І. Інтернет-журналістика. Комунікативні маркери: навч.-метод. посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2020. 184 с.
7. Зеленін В. Основи міфодизайну. Психотехнології керування медіареальністю. Київ : Гнозис, 2017. 168 с.
8. Квіт Сергій. Масові комунікації. Вид 2-е, виправлене і доповнене. Вид-во «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с.
9. 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>
10. Маєр К. Журналістика: підручник; пер. з нім. В. Климченка, В. Олійника / за загал. ред. В. Іванова. К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2022. 300 с.
11. Масова комунікація у глобальному та національному вимірах. Дніпро: ДНУ імені О.Гончара, 2019. Вип. 11. 119 с.
12. Методологія досліджень мас-медіа: робоча книга (handbook) / за заг. ред. К. Г. Сіріньок-Долгарьової. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 156 с.
13. Михайлін І.Л. Основи журналістики. Вид-во «Центр навчальної літератури», 2019. 486 с.
14. Нестеряк Юрій, Нестеряк Юлія, Клименко Олександр. Від Майдану до Майдану. Новітня історія української журналістики (1989–2019). Київ: Академія. 2022. 192 с.
15. Нові медіа в сучасному суспільстві: культурологічний вимір: монографія / В. М. Судакова, М. Ю. Наумова та ін. К.: Інститут культурології НАМ України, 2017. 352 с.
16. Ромах О. Настільний посібник з методології досліджень соціальних комунікацій. Київ, 2020. 376 с.
17. Соболенко О.В. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології: Навчальний посібник. – Дніпро: НМетАУ, 2017. 230 с. URL: https://nmetau.edu.ua/file/ikt_tutor.pdf
18. 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.
19. Сторр Вілл. Наука Сторітелінгу. Чому історії впливають на нас і як ними

впливати на інших / переклад з англ. Марта Госовська. Київ: «Наш формат», 2022. 224 с.

20. Турченко Юлія. Реалізація державної інформаційної політики України у сфері оборони: монографія. Вид-во «Кондор», 2018. 148 с.

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

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

23. Холод Олександр. Комунікаційні технології. Вид-во «Центр навчальної літератури», 2019. 211 с.

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

25. Чубук О.Л. Журналістика Воєнного часу: навчально-методичний посібник. Вид-во Кондор, 2024. 96 с.