

ПРОГРАМА
вступного іспиту зі спеціальності
С7 ЖУРНАЛІСТИКА

для здобувачів вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня

Вступне слово

Програма складена з урахуванням програми рівня вищої освіти магістра зі спеціальності *С7 Журналістика*. Вона містить 2 розділи, у першому з яких відображені загальнотеоретичні питання, другому, що складається з трьох підрозділів, – питання дисциплін фахового спрямування. Розроблені питання базуються на основі освітньо-наукових програм другого рівня вищої освіти (магістратура) зі спеціальності *С7 Журналістика* (ОПП *Журналістика*, ОПП *Видавнича справа та медіакомунікації*, ОПП *Рекламні та PR-комунікації*), спрямовані на виявлення знань та умінь здобувачів вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня зі спеціальності *С7 Журналістика*.

Розділ 1. Загальнотеоретичні питання

1. Передумови виникнення та національні джерела української журналістики.
2. Журналістика як наука: визначення, основні поняття та функції журналістики.
3. Поняття, особливості та структура комунікаційного процесу.
4. Поняття «інформаційний простір» та «інформаційне суспільство».
5. Передумови виникнення: преси, радіо, телебачення та Інтернет-ЗМІ.
6. Журналіст як суб'єкт масово-інформаційної діяльності.
7. Журналістська діяльність, майстерність і творчість. Етика і естетика творчості.
8. Завдання, функції ЗМІ в контексті національної безпеки.
9. Поняття інформації, види інформації.

10. Інформація як стратегічний ресурс у сучасному світі.
11. Мережа Інтернет як середовище для інформаційного протиборства.
12. Головні напрями досліджень у сфері міжнародної журналістики.
13. ЗМІ як засіб формування іміджу держави на міжнародній арені.
14. Правове регулювання журналістської практики.
15. Публіцистика та публіцистичність.
16. Комунікаційні особливості різних видів ЗМІ.
17. Медіаконвергенція у журналістиці: визначення та основні категорії.
18. Громадянська журналістика
19. Поняття про комунікацію, соціальну комунікацію, масову комунікацію.
20. Друкована преса як соціальний інститут.
21. Авдиторія як об'єкт вивчення теорії комунікації.
22. Інформаційні технології та трансформації ЗМІ.
23. Функції журналістики у демократичному суспільстві.
24. Основні журналістські стандарти.
25. Жанри в журналістиці: поняття та види.
26. Дієвість та ефективність в журналістиці.
27. Методи збору інформації в журналістиці.
28. Журналістика як один з елементів формування громадської думки.
29. Свобода слова як ключовий принцип демократичного суспільства.
30. Світові моделі журналістики та їх характерні риси.

Розділ 2. Питання фахового спрямування

2.1. Журналістика

1. Редакція як основна ланка інформаційної служби.
2. Моделювання у журналістиці. Композиційно-графічна модель видання.
3. Власний кореспондент медіа: доцільність та економічна складова.
4. Поняття тайм-менеджменту та його актуальність в медіабізнесі.
5. Атрибутивні ознаки телебачення, радіо, преси.

6. Комерційні та некомерційні, гібридні моделі медіабізнесу.
7. Режими доступу до інформації.
8. Мистецтво як комунікація.
9. Структура телеканалу та онлайн-медіа.
10. Інформація та інформування, особливості радіоінформації.

2.2. Видавнича справа та медіакомунікації

1. Видавнича справа як сфера суспільних відносин
2. Стан видавничої справи в Україні
3. Законодавство України про видавничу справу
4. Значення редакторського досвіду українських редакторів минулого для сучасного книговидання
5. Початки українського друкарства та книговидання
6. Книга і друкарство в Україні кінця XIX – початку XX ст.
7. Досягнення українських видавництв за період Незалежності України
8. Особливості видавничої підготовки творів різних видів літератури (наукової, дитячої, нонфікшн, художньої та ін.).
9. Типологія сучасних видань (паперових та електронних)
10. Цифрові технології у видавничій справі

2.3. Рекламні та PR-комунікації

1. Основні етапи становлення реклами
2. Становлення PR як сфери професійної діяльності і науки
3. Типи PR-комунікацій
4. Етичні засади PR-комунікацій
5. Імідж як PR-категорія
6. Цільові аудиторії в PR та рекламі
7. Політичний PR
8. PR у комерційній діяльності
9. Внутрішній (корпоративний) PR

10. Креативні технології у PR та рекламі

Форми контролю та критерії оцінювання

Організування та проведення вступних випробувань до аспірантури здійснюється відповідно до Правил прийому до аспірантури Національного університету «Львівська політехніка» у відповідному році.

Вступний іспит зі спеціальності *С7 Журналістика* проводиться в письмовій формі згідно з окремим графіком, який затверджується Ректором Університету та оприлюднюється на інформаційному стенді відділу докторантури та аспірантури й офіційному вебсайті Університету не пізніше, ніж за 3 дні до початку прийому документів.

Екзаменаційні білети вступного іспиту зі спеціальності *С7 Журналістика* формуються в обсязі програми рівня вищої освіти магістра зі спеціальності *С7 Журналістика* та затверджуються на засіданні Вченої ради Навчально-наукового інституту поліграфії та медійних технологій та Вченої ради Навчально-наукового інституту права, психології та інноваційної освіти.

Результати вступного іспиту зі спеціальності оцінюються за 100-бальною шкалою.

Екзаменаційний білет вступного іспиту до аспірантури зі спеціальності *С7 Журналістика* містить письмову компоненту з 5 питань (2 питання з першого розділу, по 1 питанню – з кожного підрозділу другого розділу). Кожне з 5 питань оцінюється максимально в 20 балів, максимальна сумарна кількість балів – 100.

Критерії оцінювання кожного питання вступного іспиту зі спеціальності *С7 Журналістика* є такими:

Оцінка «відмінно» (18-20 балів): вступник в аспірантуру бездоганно засвоїв теоретичний матеріал щодо змісту питання; самостійно, грамотно та послідовно з вичерпною повнотою відповів на питання; демонструє глибокі та всебічні знання, логічно будує відповідь; висловлює своє ставлення до тих

чи інших проблем; вміє встановлювати причинно-наслідкові зв'язки, логічно та обгрунтовано будувати висновки.

Оцінка «добре» (14-17 балів): вступник в аспірантуру добре засвоїв теоретичний матеріал щодо змісту питання, аргументовано викладає його; розкриває основний зміст питання, дає неповні визначення понять, допускає незначні порушення в послідовності викладення матеріалу та неточності при використанні наукових термінів; нечітко формулює висновки, висловлює свої міркування щодо тих чи інших проблем, але припускається певних похибок у логіці викладу теоретичного змісту.

Оцінка «задовільно» (10-13 балів): вступник в аспірантуру в основному засвоїв теоретичний матеріал щодо змісту питання; фрагментарно розкриває зміст питання і має лише загальне його розуміння; при відтворенні основного змісту питання допускає суттєві помилки, наводить прості приклади, непереконливо відповідає, плутає поняття.

Оцінка «незадовільно» (0-9 балів): вступник не засвоїв зміст питання, не знає основних його понять; дає неправильну відповідь на запитання.

Виконання завдань вступного іспиту зі спеціальності С7 Журналістика передбачає необхідність неухильного дотримання норм та правил академічної доброчесності відповідно до Положення про академічну доброчесність у Національному університеті «Львівська політехніка». За порушення зазначених норм та правил вступники в аспірантуру притягаються до відповідальності згідно з вимогами чинного законодавства.

Рекомендована література до розділу 1 та підрозділу 2.1

1. Альбарран А. Б. Менеджмент електронних ЗМІ / Альбарран А. Б.; пер. з англійської Наталі Кашуби та Андрія Іщенка. – К.: Наука, 2009. – 296
2. Білограць Х. Р. [Культурологічна журналістика. Ч.1](#): навчальний посібник / Х. Р. Білограць. – Львів: Видавничий дім «Панорама», 2023. – 140 с.

3. Бутенко Н.В. Основи маркетингу: навчю. посібн. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2006. – 140 с.
4. Галаджун З., Колеснікова М. Правові норми журналістики України [Текст]: Навчальний посібник /З.В. Галаджун, М.В. Колеснікова– Київ: Видавець ФОП Піча Ю.В., 2021.–248 с.
5. Гоцур О. І. [Основи медіаекономіки](#): навчальний посібник / О. І. Гоцур. – Львів: ЗУКЦ, 2022. – 152 с.
6. Здоровега Й.Д. Теорія і методика [журналістської творчості](#): підручник / Здоровега Й.Д. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с.
7. Іваницька Б.В. [Інструменти соціології в роботі журналіста](#): навчальний посібник / Б. В. Іваницька. – Львів: ЛА «Піраміда», 2023. – 156 с.
8. Іваницька Б. Основи дизайну та моделювання сучасних друкованих газет і журналів . – ЛА "Піраміда". – Львів, 2022. – 186 с.
9. Іванов В. Ф. Якісні методи дослідження мас-медіа / Іванов В. Ф. // Електронна бібліотека Інституту журналістики. – Режим доступу : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1282>.
- 10.Квіт С. Масові комунікації : підручник / Сергій Квіт.– К.: Вид. дім «Києво-Могилян. акад.», 2008. – 206 с.
- 11.Кіца М.О. [Реклама в ЗМІ](#): навчальний посібник / М. О. Кіца. – Львів: Галицька видавнича спілка, 2022. – 140 с.
- 12.Косюк О. М. Теорія масової комунікації : посібник для студентів вищих навчальних закладів / О. М. Косюк ; Волинський національний університет імені Лесі Українки, Інститут філології та журналістики. – Луцьк, 2012. – 384 с.
- 13.Кузнецова О. Д. [Журналістські публіцистичні жанри преси](#): навчальний посібник / О. Д. Кузнецова. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. – 328 с.
- 14.Кузнецова О. Д. [Журналістські аналітичні жанри преси](#): навчальний посібник / О. Д. Кузнецова. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2023. – 296 с.

- 15.Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / переклад з англ. О.Возня, Г.Сташків. – Львів: Літопис, 2010. – 538 с.
- 16.Мак-Люен М. Галактика Гутенберга : становлення людиною друкованої книги / М. Мак-Люен ; пер. з англ.– К.: Ніка-Центр, 2001. – 464 с.
- 17.Мудра І. М. [Менеджмент і маркетинг ЗМІ](#): навчальний посібник / І. М. Мудра. – Львів: Галицька видавнича спілка, 2022. – 140 с.
- 18.Потятиник Б. Медіа: Ключі до розуміння. Сер.: Медіакритика / Б. Потятиник.– Львів : ПАІС, 2004. – 312 с.
- 19.Почепцов Г. Г. Теорія комунікацій / Г. Г. Почепцов.– Київ : Ваклер, 2001. – 656 с.
- 20.Присяжний М.П., Лозинський М. В. Організація роботи редакції газети і праці [журналіста](#): навч. посібн. / Присяжний М.П., Лозинський М. В. – Львів: Видавництво ЛНУ ім. І.Франка, 2008. – 172 с.
- 21.Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація»/ В. В. Різун.– К.: Вид. центр «Просвіта», 2008. – 260 с.
- 22.Семен Н.Ф. [Зарубіжна журналістика](#): навч. посібн. / Н. Ф. Семен. – Львів: ЗУКЦ, 2022. – 140 с.

Рекомендована література до підрозділу 2.2

1. Афонін О. В., Сенченко М. І. Українська книга в контексті світового книговидання. – К. : Кн. палата України, 2009. – 227 с.
2. Верба Т. Видавничий бізнес зсередини [електронна книжка]. – Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2015.
3. Видавнича справа та редагування в Україні: постаті і джерела (XIX – перша третина XX ст.) / за ред. Н. Зелінської. – Львів : Світ, 2003. – 612 с.
4. Губарець В. Видавнича справа і текстологія. Проблеми редакторської роботи : навч. посіб. – К. : Університет «Україна», 2012. – 364 с.

5. Женченко М. Цифрові трансформації видавничої галузі. – К. : Жнець, 2019. – 440 с.
6. Зелінська Н. В. «Наука байдужа до біографій своїх творців...». – Львів : Українська академія друкарства, 2013. – 408 с.
7. Зелінська Н. В. Наукова школа кафедри видавничої справи і редагування Української академії друкарства: напрями, постаті, здобутки // Поліграфія і видавнича справа. – Львів, 2005. Вип. 42. – С. 3–10.
8. Зелінська Н. Наукове книговидання в Україні: історія та сучасний стан: навч. посібн. для студ. вищих навч. закладів. – Львів : Світ, 2002. – 268 с.
9. Іван Тиктор: талан і талант / О. Думанська, кер. авт. кол., Н. Зелінська, Л. Сніцарчук та ін. – Львів : УАД, 2007. – 240 с.
10. Іванченко Р. Літературне редагування : навч. посібн. 2-ге вид. – К. : Вища школа, 1983 (перевидання 2003 р.)
11. Ісаєвич Я. Українське книговидання: витоки, розвиток, проблеми. – Львів : Ін-т українознавства, 2002. – 520 с.
12. Лицар мови української Роман Іванченко. – К. : Парламентське видавництво, 2008. – 280 с.
13. Огар Е. Дитяча книга в українському соціумі (досвід перехідної доби). Львів : Світ, 2012. – 320 с.
14. Різун В. В. Літературне редагування. – К. : Либідь, 1996. – 240 с.
15. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії. – К. : Академвидав, 2012. – 328 с. (Серія «Монограф»).
16. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця. 2-ге вид., стереотип. – К. : Наша культура і наука, 2006. – 560 с. (Серія "Бібліотека видавця, редактора, автора")
17. Черниш Н. І. Редагування енциклопедичних видань: теорія і практика. – Львів : Світ, 2016. – 236 с.
18. Черниш Н. І. Нариси з історії української енциклопедичної справи. – Львів: ЛА «Піраміда», 2018. – 348 с.

Рекомендована література до підрозділу 2.3

1. Андрійчук М. Т., Андрійчук Т.С. Взаємодія мас-медіа та органів державної влади : навч. посіб. – К. : КПІ ім. Ігоря Сікорського : Політехніка, 2018. – 114 с.
2. Березенко В. В. Реклама в умовах діджиталізації: українські реалії : монографія. – Запоріжжя : Запоріз. нац. ун-т, 2021. –175 с.
3. Бойчук І. В., Басій Н. Ф. Етика в рекламній та PR-діяльності : навч. посіб. – Львів : Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2019. – 203 с.
4. Коваленко О. В., Кутліна І. Ю. Реклама в системі маркетингових комунікацій : навчальний посібник. – К. : Україна, 2021. –144 с.
5. Колісниченко Т. В., Мироненко В. В. Організація комунікації (реклама та паблік рилейшнз) як поліпарадигмальний феномен : монографія. – Дніпропетровськ : Середняк Т. К., 2014. –167 с.
6. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. 3-тє вид., доп. і перероб. –К. : ВД «Києво-Могилянська академія», 2009. – 831 с.
7. Мойсеєв В. А. Паблік рілейшнз: навч. посіб. – К. : Академвидав, 2008. – 224 с.
8. Молчанова Ю. В. Маркетингові комунікації : навч. посіб. – Одеса : ОДАБА, 2019. –199 с.
9. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів : навч. посіб. – К. : Центр учбової літератури, 2019. – 202 с.
10. Реклама та зв'язки з громадськістю. Огляди. Дослідження : монографія / С. В. Безчотнікова та ін. К. : Академвидав, 2017. – 203 с.
11. Прикладні соціально-комунікаційні технології: теорія та практика : монографія / І. Г. Абрамова та ін.; ред. В. М. Манакін. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2016. – 331 с.

- 12.Стеблина Н. О. Етика у сфері соціальних комунікацій: професійні стандарти у журналістиці, рекламі та PR : навч.-метод. посіб. – Львів : ПАІС, 2014. –227 с.
- 13.Сушицька, Н. В. Теорія і практика зв'язків із громадськістю : курс лекцій : навч. посіб. – К. : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2018. – 382 с.
- 14.Управління рекламними проектами : навч. посіб. – Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2019. – 247 с.
- 15.Яненко Я. В. Сучасні рекламні комунікації як чинник соціалізації : монографія. – Суми : Сумський державний університет, 2018. – 299 с.

Електронні ресурси

Бібліотека Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. URL: <http://www.journ.univ.kiev.ua/>

Державний комітет телебачення і радіомовлення України. URL : <http://comin.kmu.gov.ua/>

Детектор Медіа. URL : <https://detector.media/>

Комісія з журналістської етики. URL: <http://www.cje.org.ua/ua>

ЛННБУ імені В. Стефаника. URL: <http://aleph.lsl.lviv.ua:8991/F>

Медіасапієнс. URL: <http://osvita.mediasapiens.ua/>

Міністерство культури та інформаційної політики України. URL : <https://mkip.gov.ua/>.

Наукова електронна бібліотека Національної бібліотеки ім. В. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>

Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення. URL : <https://www.nrada.gov.ua/>.

Open science in Ukraine. URL: <https://openscience.in.ua>

Інтернет-ресурс про PR в Україні та світі для експертів у сфері бізнесу й комунікацій : веб-сайт. URL : <http://propr.com.ua/>

Інтернет-ресурс про PR, маркетинг та рекламу в Україні. URL: <https://mmr.ua/>

Портал для фахівців у сфері комунікацій : веб-сайт. URL :

<http://prportal.com.ua/>

Портал Міжнародної виставки реклами, маркетингу та мас-медіа REX. URL :

<https://rex.ua/>

Ресурс з маркетингу, реклами та PR : веб-сайт. URL : <https://sostav.ua>

Ресурс про креативні індустрії України та світу : веб-сайт. URL :

<https://creativity.ua/>