

СИЛАБУС КУРСУ
«Феномен джинси»
2022/2023 н. р



Ступінь вищої освіти - **бакалавр**
Освітньо-професійна програма «Видавнича справа та медіакомунікації»
Галузь знань: **06 Журналістика**
Спеціальність: **061 Журналістика**
Компонент освітньої програми – вибіркова дисципліна
Рік підготовки - 3(1) рік, семестр – V (I)
Кількість кредитів: 5
Мова викладання: українська

Дні занять: згідно з розкладом.
Консультації: згідно з розкладом.

Керівник курсу - **Наталя Іванівна Борсук**, викладач ЦК журналістики, магістр журналістики.
Контактна інформація – borsukova.na@gmail.com

АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

Мета курсу **«Феномен джинси»** – сформувати уявлення про «джинсу» як діяльність журналіста, що порушує принципи журналістської етики, та навчити розпізнавати «джинсу».

Предмет вивчення складається з характеристики «джинси» та порушення журналістських стандартів щодо рекламних повідомлень, засобів моніторингу та розпізнавання «джинси», порушення етичних принципів журналістики крізь розкриття специфіки створення та сприйняття аудиторією «джинси».

Завдання дисципліни: сформувати уявлення про «джинсу» як порушення Кодексу журналістської етики; проаналізувати феномен «джинси» в умовах журналістського повсякдення та перенасиченого інформаційного поля; оволодіти методиками розрізнення «джинси» як замовного матеріалу та прихованої реклами серед інших медійних матеріалів, робити моніторингові звіти та писати аналітичні матеріали, які розкривають сутність феномену «джинси».

СТРУКТУРА КУРСУ ТА ЗАВДАННЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Денна форма навчання

Кількість годин (аудит./самост.)	Тема	Результати навчання	Форми контролю
34/42	Змістовий модуль 1. Феномен «джинси» в умовах інформаційної перенасиченості		
8/13	Тема 1. «Джинса» та законодавча регуляція щодо рекламних комунікацій	Знати поняття «джинси». Засвоїти основні законодавчі акти щодо регуляції рекламних оголошень. Знати права та обов'язки, вміти розпізнавати джинсу.	Питання, тести
8/13	Тема 2. Загальні поняття: прихована реклама, нативна реклама, «чорний піар» та «джинса».	Знати поняття: прихована реклама, нативна реклама, «чорний піар» та «джинса». Засвоїти принципи роботи журналіста в редакції та уникнення в матеріалах прихованої реклами.	Захист міні-проектів, питання
8/13	Тема 3. Загальні принципи та прийоми написання журналістських матеріалів для уникнення «джинси»	Вміти аналізувати ключові проблеми: авторські права, політика тарифу на інформацію, технології, доступ до джерел інформації. Знати умови співпраці з джерелами інформації. Засвоїти основні принципи роботи щодо уникнення у журналістських матеріалах «джинси».	Питання, практичні завдання
10/13	Тема 4. «Джинса» та створення власного іміджу	Розуміти вплив «джинси» на формування іміджу політичних партій, окремих політиків або людей, торговельних марок або окремих товарів, державних структур. Знати особливості порушення стандарту редакційної незалежності.	Питання, тести
30/44	Змістовий модуль 2. Сфери розповсюдження джинси		
6/8	Тема 5. Типи «джинси» та її особливості: комерційна «джинса».	Знати типи «джинси» та основні характеристики її розпізнання. Розрізняти комерційну джинсу: відстоювання інтересів однієї сторони, некомпетентність експертів, акцентування уваги лише на позитивних або негативних характеристиках суб'єкта, у матеріалі є елементи, які сприяють реалізації товарів, робіт або послуг одного суб'єкта.	Питання, практичні

Кількість годин (аудит./самост.)	Тема	Результати навчання	Форми контролю
6/8	Тема 6. Типи «джинси» та її особливості: політична «джинса».	Знати особливості політичної «джинси»: «протокольні» матеріали із заходів чиновників / політиків, в яких відсутня зрозуміла суспільно важлива новина. Вміти розпізнавати новини, що містять коментарі політиків щодо широко обговорюваних тем, при цьому політик виступає в ролі експерта.	Питання, практичні завдання
4/8	Тема 7. Типи «джинси» та її особливості: імідж державних служб, соціальних, релігійних організацій	Знати особливості «джинси», яка формує імідж державних служб, соціальних, релігійних організацій. Вміти розпізнавати новини, у яких міститься інформація про «добročинність», бізнесменів, громадських діячів, керівників соціальних, релігійних організацій.	Питання, практичні завдання
4/8	Тема 8. Моніторинг ЗМІ щодо виокремлення «джинси»	Вміти аналізувати матеріали у різних медіа з метою виокремлення матеріалів, що створюють позитивний імідж органів влади, бізнесових структур, громадських організацій. Засвоїти основні складові продукту якісного моніторингу: таблиці сюжетів теленовин, публікацій у пресі, основних тем дня і тижня, набір цитат по основних темах, база даних.	Питання, практичні завдання
4/6	Тема 9. Етичні принципи журналістських матеріалів та реклами.	Знати етичні принципи журналістських матеріалів та реклами.	Питання, практичні завдання
6/6	Тема 10. Етичні принципи реклами	Знати етичні принципи реклами.	Питання, практичні завдання, модульний контроль

Заочна форма навчання

Кількість годин (аудит./самост.)	Тема	Результати навчання	Форми контролю
8/74	Змістовий модуль 1. Феномен «джинси» в умовах інформаційної перенасиченості		
2/20	Тема 1. «Джинса» та законодавча регуляція щодо рекламних комунікацій	Знати поняття «джинси». Засвоїти основні законодавчі акти щодо регуляції рекламних оголошень. Знати права та обов'язки, вміти розпізнавати джинсу.	Питання, тести
2/14	Тема 2. Загальні поняття: прихована реклама, нативна реклама, «чорний піар» та «джинса».	Знати поняття: прихована реклама, нативна реклама, «чорний піар» та «джинса». Засвоїти принципи роботи журналіста в редакції та уникнення в матеріалах прихованої реклами.	Захист міні-проектів, питання
2/20	Тема 3. Загальні принципи та прийоми написання журналістських матеріалів для уникнення «джинси»	Вміти аналізувати ключові проблеми: авторські права, політика тарифу на інформацію, технології, доступ до джерел інформації. Знати умови співпраці з джерелами інформації. Засвоїти основні принципи роботи щодо уникнення у журналістських матеріалах «джинси».	Питання, практичні завдання
2/20	Тема 4. «Джинса» та створення власного іміджу	Розуміти вплив «джинси» на формування іміджу політичних партій, окремих політиків або людей, торговельних марок або окремих товарів, державних структур. Знати особливості порушення стандарту редакційної незалежності.	Питання, тести
8/60	Змістовий модуль 2. Сфери розповсюдження джинси		
2/6	Тема 5. Типи «джинси» та її особливості: комерційна «джинса».	Знати типи «джинси» та основні характеристики її розпізнання. Розрізняти комерційну джинсу: відстоювання інтересів однієї сторони, некомпетентність експертів, акцентування уваги лише на позитивних або негативних характеристиках суб'єкта, у матеріалі є елементи, які сприяють реалізації товарів, робіт або послуг одного суб'єкта.	Питання, практичні

Кількість годин (аудит./самост.)	Тема	Результати навчання	Форми контролю
2/6	Тема 6. Типи «джинси» та її особливості: політична «джинса».	Знати особливості політичної «джинси»: «протокольні» матеріали із заходів чиновників / політиків, в яких відсутня зрозуміла суспільно важлива новина. Вміти розпізнавати новини, що містять коментарі політиків щодо широко обговорюваних тем, при цьому політик виступає в ролі експерта.	Питання, практичні завдання
2/12	Тема 7. Типи «джинси» та її особливості: імідж державних служб, соціальних, релігійних організацій	Знати особливості «джинси», яка формує імідж державних служб, соціальних, релігійних організацій. Вміти розпізнавати новини, у яких міститься інформація про «добročинність», бізнесменів, громадських діячів, керівників соціальних, релігійних організацій.	Питання, практичні завдання, модульний контроль
-/12	Тема 8. Моніторинг ЗМІ щодо виокремлення «джинси»	Вміти аналізувати матеріали у різних медіа з метою виокремлення матеріалів, що створюють позитивний імідж органів влади, бізнесових структур, громадських організацій. Засвоїти основні складові продукту якісного моніторингу: таблиці сюжетів теленовин, публікацій у пресі, основних тем дня і тижня, набір цитат по основних темах, база даних.	Питання, практичні завдання
-/12	Тема 9. Етичні принципи журналістських матеріалів.	Знати етичні принципи журналістських матеріалів.	Питання, практичні завдання
2/12	Тема 10. Етичні принципи реклами	Знати етичні принципи реклами.	Питання, практичні завдання, модульний контроль

ПОЛІТИКА ПРОВЕДЕННЯ АУДИТОРНИХ ЗАНЯТЬ

Для якісного засвоєння курсу необхідна систематична та усвідомлена робота студентів в усіх видах навчальної діяльності: лекції та практичні заняття, консультації, самостійна робота як індивідуальна, так і під керівництвом викладача.

При проведенні аудиторних занять домінуючими є проблемні, індивідуально-диференційовані, особистісно-орієнтовані форми проведення занять та технології компетентнісного навчання.

При проведенні практичних занять використовуються активні форми їх проведення: евристичні бесіди, дискусії, виконання практичних завдань.

На лекціях у формі активної бесіди з елементами дискусії розглядаються основні теоретичні положення теми, які вимагають роз'яснення та уточнення з боку викладача. На лекціях вимагається активна участь студентів у обговоренні ключових положень теми, ведення стислого конспекту лекції.

Теоретичні знання, отримані студентами під час лекцій, обговорюються більш детально на практичних заняттях у формі міні-дискусій, представлення міні-проектів, заслуховування та аналізу тематичних доповідей, а також шляхом виконання практичних завдань.

Питання для обговорення, практичні та індивідуальні завдання для підготовки до практичних занять, конкретні вимоги до окремих тем занять подані у відповідних методичних вказівках.

ВИМОГИ ДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Основним завданням самостійної роботи студентів є набуття навичок самостійного опрацювання фахових інформаційних джерел та оволодіння практичними навичками застосування методів журналістики у сфері засобів масової інформації.

Самостійна робота студентів організовується шляхом видачі індивідуального переліку питань і практичних завдань з кожної теми, які не виносяться на аудиторне опрацювання. Крім того, з деяких тем передбачається написання рефератів, міні-проектів. Обсяг самостійної роботи визначається кількістю годин, передбачених робочою програмою.

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ ТА АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою відповідно до **Положення про порядок рейтингового оцінювання знань (освітніх досягнень) здобувачів вищої освіти.**

Оцінювання знань студентів з навчальної дисципліни здійснюється шляхом проведення контрольних заходів, які включають:

- *поточний контроль,*
- *модульний контроль,*
- *виконання індивідуального навчально-дослідного завдання,*
- *підсумковий контроль у формі екзамену.*

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних і семінарських занять і має на меті перевірку знань студентів з окремих тем та рівня їх підготовленості до виконання конкретної роботи.

Ключовими формами та методами демонстрації студентами результатів навчання при поточному контролі є:

- робота в малих групах спільне опрацювання групою студентів окремих проблемних питань з наступною демонстрацією результатів та засвоєння навчального матеріалу;
- презентація-виступ перед аудиторією для висвітлення окремих питань, індивідуальних завдань, реферативних досліджень, захист міні-проектів тощо;

- кейс-метод - аналіз конкретних ситуацій, що дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності;
- дискусія – обґрунтування власної позиції у вирішенні проблемних питань;

Модульний контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання після закінчення логічно завершеної частини лекційних та практичних занять з певного змістового модуля.

Основною формою модульного контролю є завдання, які включають як і перевірку теоретичних положень курсу, так і розв’язування практичних завдань.

Індивідуальне навчально-дослідне завдання (ІНДЗ) студенти виконують самостійно під керівництвом викладача. Як правило, індивідуальні завдання виконуються окремо кожним студентом.

ІНДЗ є видом позааудиторної індивідуальної роботи студента навчального, навчально-дослідницького характеру, яке використовується в процесі вивчення програмного матеріалу навчальної дисципліни і завершується оцінюванням. Це завершена теоретична або практична робота в межах навчальної програми курсу, яка виконується на основі знань, вмінь і навичок, отриманих у процесі лекційних, семінарських занять, охоплює тему, декілька тем або зміст навчальної дисципліни загалом.

Підсумковий контроль зазвичай проводиться у формі екзамену, який передбачає перевірку розуміння студентом теоретичного та практичного програмного матеріалу загалом, здатності комплексно, творчо використовувати накопичені знання та уміння, формувати власне ставлення до певної проблеми, обґрунтовувати свою фахову позицію, розв’язувати практичні задачі тощо.

ТАБЛИЦЯ
розподілу балів за підсумковими контрольними заходами
та відповідними ваговими коефіцієнтами

	Модуль 1 (поточне опитування)	Модуль 2 (підс. мод. контроль)	Модуль 3 (ІНДЗ)	Модуль 4 (підсумкови й контроль)	Підсумков а оцінка
Вагові коефіцієнти, %	40	20	10	30	100
Розрахунок оцінки в балах	80	85	90	80	82

Приклад розрахунку підсумкової оцінки в балах:

$$O = 80 \cdot 0,4 + 85 \cdot 0,2 + 90 \cdot 0,1 + 80 \cdot 0,3 = 82$$

Студенти як відповідальні учасники освітнього процесу дотримуються норм **академічної доброчесності**, усвідомлюють наслідки її порушення, що визначаються **Положенням про академічну доброчесність у Галицькому фаховому коледжі імені В’ячеслава Чорновола**.

Письмові роботи, презентації перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 25%.

Списування під час контрольних заходів та екзаменів заборонені (в т. ч. із використанням мобільних девайсів).

ПОЛІТИКА ЩОДО ВІДВІДУВАННЯ, ДЕДЛАЙНІВ ТА ПЕРЕСКЛАДАННЯ

Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, відрядження, участь у науково-дослідницьких заходах, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в онлайн форматі за погодженням із керівником курсу. Пропущені заняття та незадовільні оцінки (поточний контроль, ПМК) повинні бути відпрацьовані згідно графіку консультацій викладача.

ІНДЗ, ПМК, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, можуть бути оцінені на нижчу оцінку (до 10 балів).

До початку сесії студенти повинні виконати усі підсумкові контрольні заходи і отримати по кожному з Модулів 1, 2, 3 не менше 60 балів.

Студент має право оскаржити оцінку, отриману за результатами підсумкового семестрового контролю у формі іспиту (крім незадовільної оцінки). Такі випадки регулюються **Положенням про апеляцію результатів підсумкового контролю знань студентів**. Перескладання незадовільних оцінок здійснюється відповідно до **Положення про порядок ліквідації академічних заборгованостей здобувачами вищої освіти**.

ЛІТЕРАТУРНІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ДЖЕРЕЛА КУРСУ

1. Голуб О. Що таке українська «джинса»? URL: <https://imi.org.ua/articles/scho-take-Ukrajinska-djinsa-i293> (дата звернення 7.08.2021).
2. Довженко О. Від джинси до політичного диктату. URL: <https://ms.detector.media/Utiski-zhurnalistic-u-sviti/post/10820/2010-11-29-vid-dzhynsy-do-politychnogo-dyktatu/> (дата звернення 7.08.2021).
3. Єременко С., Стеблина Н. Реформовані українські ЗМІ під час пандемії Covid-19: Мажорний офіціоз від влади, «коронавірусна джинса» і трохи креативного контенту URL: <https://idpo.org.ua/reports/3534-reformovani-ukraïnski-zmi-pid-chas-pandemii-covid-19-Mazhornij-oficioz-vid-vladi-koronavirusna-dzhinsa-i-troxi-kreativnogo-kontentu-chastina-Druga.html> (дата звернення 7.08.2021).
4. Іванова О., Мойсєєва О., Стеблина Н. Посібник для ЗМІ: як регіональним ЗМІ працювати за часів нових медіа та кризи демократії /під ред. Іванової О. Київ: ТОВ «Бізнесполіграф», 2019. 232 с.
5. Маєвський О. До проблеми правового регулювання прихованої реклами в мас-медіа України та закордоном. Вісник львівського університету. Серія журналістика. 2005. №26. URL: https://old.journ.lnu.edu.ua/publications/visnyk26/statti_maevsky.htm (дата звернення 7.08.2021).
6. Моніторинг політичних новин. URL: https://www.aup.com.ua/uploads/march_2019.pdf (дата звернення 7.08.2021).
7. Політична реклама і джинса: як місцеві ЗМІ маркували рекламу партій та Кандидатів під час парламентських виборів? URL: <https://bahmut.in.ua/vybory-2019/Analytyka/2563-politichna-reklama-i-dzhinsa-yak-mistsevi-zmi-markuyut-reklamu-partij-ta-Kandidativ> (дата звернення 07.08.2021).
8. Сайчук А. Яка «джинса» гірша? URL: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/11059/2010-09-20-yaka-dzhynsa-girsha> (дата звернення 7.08.2021).
9. Сайчук А. Що таке «джинса» і з чим її їдять? URL: <https://ms.detector.media/utiski-Zhurnalistic-u-sviti/post/11069/2010-09-14-shcho-take-dzhynsa-i-z-chym-yy-ydyat/> (дата звернення 07.08.2021).
10. Онлайн-курс з нативної реклами для регіональних медіа/ проект «підтримка Реформування державних та комунальних друкованих ЗМІ». URL:

https://Courses.prometheus.org.ua/courses/coursev1:osce+nativeads101+2018_t3/about (дата звернення 7.08.2021).

11. Федорина А. Як позначати матеріали від влади? Відповіді збираються – рішення немає URL: <https://idpo.org.ua/analitics/3649-yak-poznachati-materiali-vid-vladi-vidpovidi-Zbigayutsya-rishennya-nemaye.html> (дата звернення 7.08.2021).

12. Як покращити контент роздержавлених медіа: відверта розмова з редакторами / Онлайн-дискусію на тему «регіональні медіа: нинішній стан та перспективи» URL: <https://idpo.org.ua/events/3565-yak-pokrashhiti-kontent-rozderzhavlenix-media-vidverta-rozmova-z-Redaktorami.html> (дата звернення 7.08.2021).

13. Якухно Н. «джинса» – як незаконний рекламний контент. URL: <https://Ms.detector.media/profstandarti/post/7328/2012-05-02-dzhynsa-yak-nezakonnuy-reklamnyy-Kontent/> (дата звернення 7.08.2021).

Інформаційні ресурси

Назва ресурсу або організації	Електронна адреса
Законодавство України	http://zakon1.rada.gov.ua/laws/main
Міністерство освіти і науки України	http://www.mon.gov.ua/index.php/ua/
Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського	http://www.nbuv.gov.ua/
Харківська державна наукова бібліотека	http://korolenko.kharkov.com/
Національна парламентська бібліотека України	http://www.nplu.kiev.ua/
Наукова бібліотека ім. М. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка	http://lib-gw.univ.kiev.ua/
Галицький фаховий коледж імені В. Чорновола	http://moodle.gi.edu.ua/
Верстка журналу в Indesign	https://www.youtube.com/watch?v=4rFdCuucuHY
Журнал про український дизайн Telegraf	https://telegraf.design/

СХЕМА ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

	1 тижд.	2 тижд.	3 тижд.	4 тижд.	5 тижд.	6 тижд.	7 тижд.	8 тижд.	9 тижд.	10 тижд.	11 тижд.	12 тижд.	13 тижд.	14 тижд.	15 тижд.	16 тижд.
Лекції	Л1 Л1	Л2	Л2	Л3		Л3	Л4 Л4	Л4	Л5	Л5	Л6 Л6	Л7	Л8	Л9	Л10	
Семінарські		С1	С1	С2	С2 С3	С3		С4	С4	С5		С6	С7	С8	С9	С9 С9
Контроль знань									МК1				ІНД3			МК2

Л1 – лекційне заняття по темі 1

С1 – семінарське заняття по темі 1

ПО – поточне опитування

МК 1– модульний контроль

ІНД3 – індивідуальне навчально-дослідне завдання