

**осКиївський університет імені Бориса Грінченка**  
**Інститут журналістики**  
**Кафедра бібліотекознавства та інформології**

**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**  
Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи  
\_\_\_\_\_ О.Б. Жильцов  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 року

## **РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

### **СТИЛЬ ТА ІМІДЖ ВЕДУЧОГО ТЕЛЕПРОГРАМ**

для студентів

спеціальності 021 Аудіовізуальне мистецтво та виробництво  
рівня вищої освіти першого (бакалаврського)  
освітньої програми 021.00.01 «Ведучий телевізійних програм»

Київ- 2022

**Розробник:**

*Лісневська Аліна Леонідівна*, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка

**Викладачі:**

*Лісневська Аліна Леонідівна*, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка

*Новикова Руслана Артемівна*, Заслужена артистка України, доцент кафедри бібліотекознавства та інформології

Робочупрограму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри бібліотекознавства та інформології.

Протокол від 18 січня 2022 року № 6

Завідувач кафедри  О.В. Григоревська

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Ведучий телевізійних програм»


31 січня 2022 року

Гарант освітньо-професійної програми  А. Л. Лісневська

Робочупрограму перевірено

\_\_\_\_.\_\_\_\_.2022 р.

Заступник директора

Інституту журналістики з навчальної роботи  О.І. Стадніченко

Пролонговано:

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПІБ), «\_\_» \_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПІБ), «\_\_» \_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПІБ), «\_\_» \_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПІБ), «\_\_» \_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

## ЗМІСТ

Зміст.....	3
1. Опис навчальної дисципліни.....	4
2. Мета та завдання навчальної дисципліни.....	5
3. Результати навчання за дисципліною.....	6
4. Структура навчальної дисципліни.....	7
5. Програма навчальної дисципліни	
<i>Змістовий модуль 1.....</i>	<i>8</i>
<i>Змістовий модуль 2.....</i>	<i>10</i>
<i>Змістовий модуль 3.....</i>	<i>10</i>
<i>Змістовий модуль 4.....</i>	<i>11</i>
<i>Змістовий модуль 5.....</i>	<i>12</i>
<i>Змістовий модуль 6.....</i>	<i>13</i>
6. Контроль навчальних досягнень	
<i>6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів.....</i>	<i>14</i>
<i>6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання...</i>	<i>16</i>
<i>6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання.....</i>	<i>17</i>
<i>6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання.....</i>	<i>18</i>
<i>6.5. Шкала відповідності оцінок.....</i>	<i>18</i>
7. Навчально-методична карта дисципліни «Стиль та імідж ведучого»	19
8.Рекомендовані джерела.....	
<i>Основні.....</i>	<i>20</i>
<i>Додаткові.....</i>	<i>21</i>

## 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

<b>Найменування показників</b>	<b>Характеристика дисципліни за формами навчання (денна)</b>
Вид дисципліни	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Загальний обсяг кредитів/годин	6/180
Курс	1
Семестр	2
Кількість змістових модулів з розподілом:	6
Обсяг кредитів	6
Обсяг годин, в тому числі:	180
Аудиторні	84
Модульний контроль	12
Семестровий контроль	-
Самостійна робота	84
Форма семестрового контролю	Залік

## 2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Курс «Стиль та імідж ведучого» спрямований на аналіз роботи телевізійних ведучих (мультизадачності) і формування професійних якостей студентів для подальшої діяльності у медіасфері. Йдеться про загальні характеристики критеріїв створення іміджу та його складові. Особлива увага приділяється вербальним компонентам, тож значна частина занять присвячена роботі над дикцією та техніці екранного мовлення загалом. Це сприятиме створенню якісної форми подачі матеріалу задля конкурентоспроможності та засвоєння правил, за якими працює телебачення та сфера блогерства.

Важлива частина курсу – розгляд тем, що стосуються невербальної складової іміджу ведучого. Це допоможе студентам формувати індивідуальний стиль роботи у кадрі. Прикладом для ілюстрування змістових модулів слугуватимуть програми, які виробляються на топових телеканалах (1+1, СТБ, ICTV, Україна, Новий, Інтер), на інформаційних каналах (Україна 24, Прямий, 24 канал, 5 канал). Виходячи з практичних потреб медіасфери, студенти окремо розглядатимуть контент youtube-каналів, наприклад – Маші Єфросиніної.

Головне завдання курсу – розібрати контент телебачення та популярних youtube-каналів задля формування власного іміджу та стилю ведучого.

Завдання курсу:

- ознайомити із критеріями створення іміджу телеведучого;
- проаналізувати вербальну складову іміджу та стилю ведучого;
- з'ясувати суть і роль невербальної складової іміджу ведучого;
- сприяти формуванню авторського стилю для програм інформаційного, розважального, публіцистичного спрямування
- засвоїти особливості створення авторського мовленнєвого стилю та образу ведучого в кадрі.

Дисципліна спрямована на формування у студентів таких **фахових (професійних) програмних компетентностей** освітньої програми підготовки бакалаврів спеціальності 021 «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво»:

Загальні компетентності (ЗК)	ЗК-02	Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій
	ЗК-03	Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
	ЗК-09	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Спеціальні (фахові) компетентності (ФК, ФКУ)	ФК-01	Високий рівень виконавської майстерності.
	ФК-06	Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

### 3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

За результатами вивчення дисципліни студент має отримати такі **результати навчання** освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів за спеціальністю 021 «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво», а саме:

РН 7. Забезпечувати виразність при втіленні авторського задуму аудіовізуального твору.  
РН 13. Виявляти високий рівень мовленнєвої культури, артистизм.  
РНУ 25. Вміти оцінити співрозмовника на основі здобутих знань (визначити особливості психіки та моделі можливої поведінки) для досягнення комунікативної мети.

## 4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Тематичний план для денної форми навчання

Назва змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт				
		Аудиторні				
		Лекції	Семінари	Практичні	Самостійна робота	Модуль
<b>Змістовий модуль I. Діалогова природа телебачення та персоніфікація змісту відеоінформації.</b>						
Тема 1. Імідж як форма комунікації ведучого: взаємозалежність від жанру, задуму, змісту програми.	14	2		4	8	
Тема 2. Стиль та імідж як умова успішної кар'єри телевізійного ведучого: складники та умови.	12	2		4	6	
Модульний контроль	2					2
<b>Разом</b>	<b>28</b>	<b>4</b>		<b>8</b>	<b>14</b>	<b>2</b>
<b>Змістовий модуль II. Соціальна інженерія та психолінгвістичний підхід до створення іміджу телеведучого.</b>						
Тема 3. Екранний образ телеведучого як засіб трансляції соціальних міфів. Психолінгвістичний аспект вербального складника.	14	2		4	8	
Тема 4. Маркетинг іміджу телеведучого.	12	2		4	6	
Модульний контроль	2					2
<b>Разом</b>	<b>28</b>	<b>4</b>		<b>8</b>	<b>14</b>	<b>2</b>
<b>Змістовий модуль III. Стиль та імідж ведучого інформаційних та інформаційно-аналітичних телепрограм</b>						
Тема 5. Вербальний/невербальний складник виступу в кадрі соціально-політичного спрямування (стендап, програма новин, огляд, відеоблог)	14	2		4	8	
Тема 6. Вербальний/невербальний складник виступу в кадрі розважального змісту (стендап, програма новин, огляд, відеоблог)	14	2		6	6	
Модульний контроль	2					2
<b>Разом</b>	<b>30</b>	<b>4</b>		<b>10</b>	<b>14</b>	<b>2</b>

<b>Змістовий модуль IV. Стиль та імідж ведучого програм репортажного формату.</b>						
Тема 7. Прямі включення. Тематичний, подієвий репортаж (відеосюжет)	10	2		4	4	
Тема 8. Журналістське розслідування та репортажна документалістика.	10	2		2	6	
Тема 9. Мандрівний нарис (тревел-шоу)	20	2		4	4	
Модульний контроль	2					2
Разом	32	6		10	14	2
<b>Змістовий модуль V. Стиль та імідж ведучого діалогових розмовних телеформатів.</b>						
Тема 10. Мовно-психологічна поведінка, імідж та стиль інтерв'юера	8	2		4	4	
Тема 11. Мовно-психологічна поведінка, імідж та стиль ведучого соціального ток-шоу.	12	2		4	6	
Тема 12. Мовно-психологічна поведінка, імідж та стиль телевізійних шоу-програм	10	2		2	4	
Модульний контроль	2					2
Разом	32	6		10	14	2
<b>Змістовий модуль VI. Відеоблог: трансформація авторської телепрограми.</b>						
Тема 13. Стиль та імідж ведучого блогу соціально-політичного спрямування та соціокультурного спрямування.	14	2		4	8	
Тема 14. Стиль та імідж ведучого блогу «порад» : психологія, лайхаки.	14	2		6	6	
Модульний контроль	2					2
Разом	30	4		10	14	2
Усього	180	28		56	84	12

## 5. ПРОГРАМА

**Змістовий модуль 1. Діалогова природа телебачення та персоніфікація змісту відеоінформації.**

**Тема 1.** Імідж як форма комунікації ведучого: взаємозалежність від жанру, задуму, змісту програми.



Діалогова природа телебачення. Важливість персоніфікації інформації. Соціально-психологічні характеристики «екранного спілкування».

Імідж як сукупність соціальних оцінок, вражень, викликаних вчинками і висловами, характером і діями, іманентними характеристиками окремих людей, колективів, соціальних груп, націй, народів. «Ефект особистості» телевізійного співрозмовника, телеперсонажа.

Важливість побудови іміджу телеведучих, прямий та опосередкований вплив на аудиторію.

Залежність іміджу від жанру та формату телепрограми. Вербальна та невербальна характеристика іміджу телеведучого. Проблеми дисбалансу між образом і поведінкою ведучого, несприйняття аудиторією.

Основні типи діяльності телеведучого 1) ведучий новин; 2) спортивний коментатор; 3) репортер; 4) інтерв'юер; 5) ведучий ток-шоу; 6) ведучий телевізійного шоу; 7) ведучий тематичних програм (серед них – ведучий у структурі теленарису).

**Практичне 1-2.** Імідж як форма комунікації ведучого: взаємозалежність від жанру, задуму, змісту програми.

**Тема 2.** Стиль та імідж як умова успішної кар'єри телевізійного ведучого: складники та умови.

Місце телеведучого в системі цінностей телебачення. Ведучий як виразник думок і тенденцій суспільства.

Подвійна концептуалізація професії телеведучого : окремий сегмент поліпрофесії тележурналіст та синтез літературно-мистецького й художньо-публіцистичного напрямку спеціалізації. Екранний комунікатор, що ввібрав у себе риси та ознаки, притаманні різним професіям.

Складники професійних якостей : досконале володіння голосом, манерою поведінки, роботою перед мікрофоном; цеуніверсал, який може виконувати роботу журналіста, редактора, режисера і оператора, а отже, самостійно вирішувати поставлені завдання.

Важливість природної яскраво вираженої індивідуальності ведучого, розуму та харизми. Вміння розвивати думку, оцінювати й інтерпретувати події, переконливість і логічність у відборі та осмисленні фактів, так і в мовних засобах.

Індивідуально-особистісні характеристики телеведучого

1) характеристики зовнішності – фізичні дані і оформлення зовнішнього вигляду;

2) комунікативні характеристики – тембр голосу, дикція, манера спілкування;

3) внутрішні, особисті характеристики – знання, інтелект, емоційність, моральні цінності

Відповідальність за кожне слово в етері.

**Практичне 3-4.** Стиль та імідж як умова успішної кар'єри телевізійного ведучого: складники та умови.

## **Змістовий модуль 2. Соціальна інженерія та психолінгвістичний підхід до створення іміджу телеведучого.**

**Тема 3.** Екранний образ телеведучого як засіб трансляції соціальних міфів. Психолінгвістичний аспект вербального складника.

Соціально-рольові характеристики: репутація (громадська думка про людину, що побудована на історії її життя, особистих досягненнях та заслугах); ампула (виконувана соціальна роль); легенда (історія життя людини, подана в іміджі); місія (соціально важливі цілі, корисність для суспільства).

Важливість врахування уподобання соціальної групи, думка якої формує просування іміджу ведучого.

Образ телеведучого є уособленням того стилю життя як прихована форма зразка для наслідування глядачами. Екранний образ - стрижень телевізійного виробництва, основний режисерський прийомом, що визначає весь інший набір прийомів та виразних екранних засобів.

Впливи на телевізійну аудиторію за допомогою образу телеведучого : через механізми сприйняття та проблематика психології міжособистісного пізнання. Основи психотехнологічного підходу щодо створення іміджу.

Технологія комунікативного впливу. Вплив як комплексна категорія (нейрофізіологічні, психологічні та лінгвістичні основи).

Екранний образ ведучого : професійні риси, елементи іміджу, індивідуальний стиль, взаємодія з глядачем.

**Практичне 5-6.** Екранний образ телеведучого як засіб трансляції соціальних міфів. Психолінгвістичний аспект вербального складника.

**Тема 4.** Маркетинг іміджу ведучого.

Економіка іміджу. Оптимальні економічні умови існування іміджу телеведучого та телепрограми.

Спекулятивна економіка іміджу як форма ідеологічного диктату з боку бізнесу та політики.

Ринкова економіка іміджучи маркетинг іміджу.

Елементи екологічного підходу до економіки іміджу чи дизайн іміджу.

**Практичне 7-8.** Маркетинг іміджу ведучого.

## **Змістовий модуль 3. Стиль та імідж ведучого інформаційних та інформаційно-аналітичних телепрограм**

**Тема 5.** Вербальний/невербальний складник виступу в кадрі соціально-політичного спрямування (стендап, програма новин, огляд, відеоблог)

Оптимізація загальної комунікативної майстерності телеведучих. Специфіка і структура комунікативного і мовленнєвого впливу в політичних ток-шоу.

Пластичний образ та поведінка телеведучого в інформаційних та новинних програмах. Візуальне сприйняття та відповідність змісту.

**Практичне 9-10.** Вербальний/невербальний складник виступу в кадрі соціально-політичного спрямування (стендап, програма новин, огляд, відеоблог)

**Тема 6.** Вербальний/невербальний складник виступу в кадрі розважального змісту (стендап, програма новин, огляд, відеоблог)

Система різнорівневих впливових елементів мови у соціально значущих телепрограмах художньо-публіцистичного спрямування. Стриманість стилю ведучого новин: диференціація за цільовою аудиторією та тематикою : суспільно-політичні, спортивні, культурні, технологі тощо (специфіка галузевої журналістики)

Комунікаційний вплив як елемент маркетингу програм розважальної тематики.

Яскравість та унікальність візуальної складової образу телеведучого розважальних програм.

Емоційне забарвлення та вплив через персоніфікацію інформації телеведучим: огляд, відеоблог, стендап.

**Практичне 11-13.** Вербальний/невербальний складник виступу в кадрі розважального змісту (стендап, програма новин, огляд, відеоблог).

**Змістовий модуль 4. Стыль та імідж ведучого програм репортажного формату.**

**Тема 7.** Прямі включення. Тематичний, подієвий репортаж (відеосюжет)

Особливості роботи ведучого у прямому ефірі. Цінність «живого» контакту та особистої комунікації, використання феномену симультантності телебачення та можливостей нових медіа й соцмереж.

Процес трансформації прямиоефірного мовлення: від інтерв'ювання, «телемостів» до прямого включення користувачів у соцмережах. Фаховість телеведучого-журналіста та рівень готовності до прямих ефірів.

Різновиди комунікування та відеоряду прямого включення. Тематика та сучасних прямо ефірних форматів. Використання можливостей спілкування в прямому ефірі в програма стилю «інфотейнмент».

Тематичний та подієвий фіксований репортаж: специфіка роботи в кадрі.

**Практичне 14-15.** Прямі включення. Тематичний, подієвий репортаж (відеосюжет).

**Тема 8.** Журналістське розслідування та репортажна документалістика.

Особливості стилю комунікації в кадрі журналістського розслідування. Розмаїття джерел журналістського розслідування (власні спостереження, реклама, заяви посадових осіб, звернення глядачів і читачів, інсайдерська інформація, окремі події) та побудова вербального спілкування з глядачем.

Зйомка репортажу як поштовх до проведення журналістського розслідування. Аналіз конкретної події та визначення її як потенційного джерела журналістського розслідування. Визначення гіпотези.

Тематика журналістських розслідувань (корупційні, екологічні, історичні і т.д.) та їх зв'язок з репортерською діяльністю.

Навички роботи в кадрі репортажної документалістики. Стыль, який викладає впевненість, довіру, зацікавленість.

**Практичне 16.** Журналістське розслідування та репортажна документалістика.

## **Тема 9.** Мандрівний нарис (трєвел-шоу)

Особливості мовленнєвої комунікації у спілкуванні ведучого з глядачем під час подорожей. Важливість коментарів «наживо», побудова стилю «компаньйона з мандрів», швидкість реакції та віддзеркалення подій, події стендами, лайви. Використання репортажного методу або його імітація.

Відповідність візуального образу та мовно-пластичної поведінки до змісту та тематики програми.

### **Практичне 17-18.** Мандрівний нарис (трєвел-шоу)

## **Змістовий модуль 5. Стил ь та імідж ведучого діалогових розмовних телеформатів.**

**Тема 10.** Мовно-психологічна поведінка, імідж та стил ь інтерв'юєра.

Діалогічні форми в роботі телеведучого : інтерв'ю, бесіда, дискусія, ток-шоу. Специфікатор інтерв'ю (ефективний «трикутник»: журналіст-ведучий – співрозмовник – глядач в інтерв'ю).

Вимоги до інтерв'юєра (характер питань, тональність, драматургія інтерв'ю, виконавча майстерність, імпрорвізація).

### **Практичне 19-20**

**Тема 11.** Мовно-психологічна поведінка, імідж та стил ь ведучого соціального ток-шоу.

Мультизадачність модератора дискусивних форматів, особливий стил ь ведучого (другорядність та незамінність).

Ток-шоу: ознаки інтерв'ю, дискусії, ігри концентруються навколо особистості ведучого.

Максимально персоніфікована екранна форма.

Ток-шоу створює зірок, а зірки створюють ток-шоу.

Взаємовплив та взаємодія форми і її творця.

Особистісні якості ведучого ток-шоу: розум, винахідливість, гумор, вміння зацікавлено слухати, пластично рухатися та інше.

Психолінгвістичні особливості вербальної складової образу ведучого телевізійного ток-шоу. Інтерактивність, динамізм та еклектичність екранного формату ток-шоу. Ілюзія уособлення глядача в екрані.

**Практичне 21-22.** Мовно-психологічна поведінка, імідж та стил ь ведучого соціального ток-шоу.

**Тема 12.** Мовно-психологічна поведінка, імідж та стил ь телевізійних шоу-програм.

Специфіка шоу програм на телебаченні: ігрова та наскрізна драматургія, тематика, спрямованість.

Спеціальна поведінка ведучого в кадрі шоу програм художньо-мистецького спрямування. «Надемоційність» та яскравість стилю телеведучого (естрадний сил ь)

Конкурсно-ігрові формати на телебаченні. Непередбачуваність дії програми та імпрорвізація ведучого: швидка реакція, коментарі, високий рівень когнітивних здібностей.

**Практичне 23.**Мовно-психологічна поведінка, імідж та стиль телевізійних шоу-програм.

**Змістовий модуль 6. Відеоблог: трансформація авторської телепрограми.**

**Тема 13.** Стиль та імідж ведучого блога соціально-політичного спрямування та соціокультурного спрямування.

Трансформація авторської телепрограми у відеоблог : зниження якості «картинки» та свіжість думок.

Актуальність екранного спілкування у медіапросторі з лідерами думок та «зірками». Особистість та цікавість думок ведучого відеоблогу як запорука його успіху

Умови успішної реалізації блогасоціально-політичного спрямування та соціокультурного спрямування.

Інтерактивність та демасофікація продукції відеоблогерства. Абсолютна персоніфікація ведучого – потреба глядача у спілкуванні.

Поліфункціональність відеоблогу. Ціль створення блогу та відповідного стилю: комунікативна, експресивна, розважальна, соціалізаційною, акумулятивною, рефлексивною, психотерапевтичною, рекламною, просвітницькою / інформативною.

Просвітницька та інформативна функція, рівень фаховості експертата важливість джерел інформації у блогах соціально-політичного спрямування.

Залежність стилю подачі інформації від образу блогера : жорсткий, іронічний, зважений тощо.

**Практичне 24-26.**Стиль та імідж ведучого блога соціально-політичного спрямування та соціокультурного спрямування.

**Тема 14.** Стиль та імідж ведучого блогу «порад» : психологія, лайхаки.

Блогінг «порад» для організованих і креативних особистостей.

Творчий потенціал, активний спосіб життя та рівень фаховості експерта у будь-якій сфері.

Створення екранного образу та вибір стилю спілкування : легкий, емоційний, психотехнологічно націлений на цільову аудиторію.

Важливість активного моніторингу публікацій відео- тематична та іміджева складова.

Особливості відеоблогів успішних телеведучих та успішних особистостей.

Блогінг лайфхаків – можливості для кожного.

Успішний блогер – повноцінний телесеріал, видавництво чи тематичне ЗМІ.

Автор відеоблогу - продюсер, контент-менеджер, маркетолог та дизайнер.

Якості успішного блогера:товариськість;

Усидливість, спостережливість;добре розвинена фантазія;творча та комерційна жилка; креативність;прагнення та завзятість.

Вибір теми: спорт, мистецтво, новини, музику, кулінарію, подорожі тощо.

Унікальність інформації та іміджу.

**Практичне 27-28.**Стиль та імідж ведучого блогу «порад» : психологія, лайхаки.

## 6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

### 6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Стиль та імідж ведучих телепрограм» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип покрокової звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 100.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти, де зазначено види й терміни контролю. Систему рейтингових балів для різних видів контролю подано у табл. 6.1

Таблиця 6.1

#### Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю

Вид діяльності	Максима кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4		Модуль 5		Модуль 6	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2
Відвідування практичних занять	1	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
Робота на практичному занятті	10	4	40	4	40	5	50	5	50	5	50	5	50
Виконання завдання для самостійної роботи	5	1	5	1	5	1	5	2	10	2	10	1	5
Модульний контрольна робота	25	1	25	1	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Разом			76		76		87		93		93		87
Максимальна кількість балів: 512													
Розрахунок коефіцієнта: $512:100=5$ . Студент набрав 480 балів, $480:5=96$ балів (А)													

## Методи контролю

Перевірка й оцінювання знань студентів здійснюється методами контролю та самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності (методи усного, письмового, практичного контролю та методи самоконтролю). Об'єктами контролю є систематичність, активність і результативність роботи студента впродовж семестру над вивченням програмного матеріалу дисципліни в межах аудиторних занять, а також виконання завдань для самостійного опрацювання.

*Поточний контроль* здійснюється під час проведення семінарських занять, він має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи.

Оцінювання самостійної роботи й активності на практичних заняттях здійснюється за такими критеріями:

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 4) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, і завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- 5) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і під час виступів в аудиторії, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

*Модульний контроль* є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Завдання для проміжного контролю знань студентів охоплюють теми, які вивчаються в межах окремих модулів.

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на практичних заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу. Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ вчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

## **6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання**

### **Змістовий модуль 1. Діалогова природа телебачення та персоніфікація змісту відеоінформації.**

#### **Тема 1-2.**

Переглянути чотири телепрограми розмовного формату різних жанрів: новини, ток-шоу, репортаж мандрівний, шоу-програма. Визначити зміст, мету, цільову аудиторію та описати стиль ведення програми за вербальним та невербальним складником.

### **Змістовий модуль 2. Соціальна інженерія та психолінгвістичний підхід до створення іміджу телеведучого.**

#### **Тема 3 -4.**

Надати визначення понять «соціальна інженерія», «соціальний міф», «психолінгвістика».

Знайти приклад іміджу телеведучого, який в мовних конструкціях транслює певні соціальні міфи та стереотипи мислення та описати їх в письмовій роботі. Порівняти рейтинги програм із стійкими соціальними міфами.

### **Змістовий модуль 3. Стиль та імідж ведучого інформаційних та інформаційно-аналітичних телепрограм**

**Тема 5-6.** Вербальний/невербальний складник виступу в кадрі соціально-політичного спрямування (стендап, програма новин, огляд, відеоблог)

Знайти готове відео та записати на смартфон за цим зразком стендап у відеосюжеті : підводка до новини, культурний/спортивний огляд (вступ), власний відеоблог (вступ).

### **Змістовий модуль 4. Стиль та імідж ведучого програм репортажного формату.**

**Тема 7-8.** Прямі включення. Тематичний, подієвий репортаж (відеосюжет) Журналістське розслідування та репортажна документалістика.

Проаналізувати психолінгвістику в журналістському розслідуванні.

**Тема 9.** Мандрівний нарис (трєвел-шоу)

Проаналізувати психолінгвістику мандрівного нарису.

### **Змістовий модуль 5. Стиль та імідж ведучого діалогових розмовних телеформатів.**

**Тема 10 -12.** Мовно-психологічна поведінка, імідж та стиль інтерв'юєра та ведучого соціального ток-шоу.

**Описати імідж ведучого соціального ток-шоу:** візуальний образ, грим, одяг, темпо-ритм, контактність з глядачем, мовно-пластична поведінка.

#### **Практичне 21-22**

**Тема 12.** Мовно-психологічна поведінка, імідж та стиль телевізійних шоу-програм.

Записати власний мовленнєвий текст на гаджет : представлення теми програми на вибір :інтерв'ю, соціальне шоу, шоу-програма .



## **Змістовий модуль 6. Відеоблог: трансформація авторської телепрограми.**

Тема 13-14. Стиль та імідж ведучого блогу соціально-політичного спрямування та соціокультурного спрямування.

Розробити авторський мікро-відеоблог у форматі «поради/досвід» до 3х хвилин. Звернути увагу на психолінгвістичний аспект (з урахуванням цільової аудиторії), маркетинг відеопродукту, унікальність іміджу та теми, а також візуальний аспект образу та атмосфери запису.

### **Критерії оцінки результатів самостійної роботи**

У процесі виконання самостійної роботи викладач оцінює:

- рівень засвоєння студентом навчального матеріалу, винесеного на самостійне опрацювання;
- вміння використовувати теоретичні знання при виконанні практичних задач;
- обґрунтованість та логічність викладення самостійно вивченого матеріалу;
- повноту розкриття теми дослідження;
- оформлення матеріалів згідно з висунутими вимогами;
- максимальна кількість балів за 1 (одне) виконане завдання – 5.

### **6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання**

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Оцінюється за виконання завдань у формі, зазначеній викладачем у робочій програмі. Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 3, виконання кожної роботи є обов'язковим.

#### **Модульна контрольна робота 1.**

Аналіз відеопродукту розмовного формату на відповідність іміджу та змісту програми

#### **Модульна контрольна робота 2.**

Теоретичні запитання з психолінгвістики та соціальної інженерії

#### **Модульна контрольна робота 3.**

Створення відеопродукту та його письмова анотація : мета, тема, цільова аудиторія, стиль, імідж : стендап у відео сюжеті, підводка до новини, культурний/спортивний огляд (вступ), власний відеоблог (вступ).

#### **Модульна контрольна робота 4.**

Записати стрім з Майдану Незалежності (або алея Небесної Сотні) або біля Михайлівського Золотоверхнього під час виконання гімну України на дзвінниці на 4 хв. Розповісти про події 2014 року.

#### **Модульна контрольна робота 5.**

Розробити концепцію дискусії (ток-шоу) та відповідний стиль і імідж ведучого вербальна/невербальна складова. Реалізувати в Астудії кращій варіант.

### **Модульна контрольна робота 6.**

Створити авторський мікро-відеоблог у форматі «поради/досвід» до 3х хвилин. Звернути увагу на психолінгвістичний аспект (з урахуванням цільової аудиторії), маркетинг відеопродукту, унікальність іміджу та теми, а також візуальний аспект образу та атмосфери запису.

### **6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання**

Вивчення студентами навчальної дисципліни «Стиль та імідж ведучого телепрограм» завершується підсумковим контролем заліком за результатами засвоєння всіх шести змістових модулів.

### **6.5. Шкала відповідності оцінок**

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

### 7. Навчально-методична карта дисципліни «Стиль та імідж ведучого»

Разом: 180 год., лекції – 14 год., практичні – 56 год., сам. робота – 40 год., мк – 10 год., залік

Модулі	Змістовий модуль I	Змістовий модуль II	Змістовий модуль III	Змістовий модуль IV	Змістовий модуль V	Змістовий модуль VI
Назва модуля	Диалогова природа телебачення та персоніфікація змісту відеоінформації	Соціальна інженерія та психолінгвістичний підхід до створення іміджу телеведучого	Стиль та імідж ведучого інформаційних та інформаційно-аналітичних телепрограм	Стиль та імідж ведучого програм репортажного формату	Стиль та імідж ведучого діалогових розмовних телеформатів	Відеоблог: трансформація авторської телепрограми
Кількість балів за модуль	76 б.	76 б.	87 б.	93 б.	93 б.	87 б.
Лекції	відвідування – 2 б.	відвідування – 2 б.	відвідування – 2 б.	відвідування – 3 б.	відвідування – 3 б.	відвідування – 2 б.
Теми лекцій	Імідж як форма комунікації ведучого: взаємозалежність від жанру, задуму, змісту програми – 22 б. Стиль та імідж як умова успішної кар'єри телевізійного ведучого: складники та умови	Екранний образ телеведучого Маркетинг іміджу телеведучого	Вербальний/невербальний складник виступу в кадрі соціально-політичного спрямування (стендап, програма новин, огляд, відеоблог) Вербальний/невербальний складник виступу в кадрі розважального змісту (стендап, програма новин, огляд, відеоблог)	Прямі включення. Журналістське розслідування та репортажна документалістика Мандрівний нарис (трєвел-шоу)	Мовно-психологічна поведінка, імідж та стиль інтерв'юера Мовно-психологічна поведінка, імідж та стиль ведучого соціального ток-шоу Мовно-психологічна поведінка, імідж та стиль телевізійних шоу-програм	Стиль та імідж ведучого блогу соціально-політичного спрямування та соціокультурного Стиль та імідж ведучого блогу «порад»: психологія, лайхаки
Теми практичних занять	Імідж як форма комунікації ведучого: взаємозалежність від жанру, задуму, змісту програми – 22 б. Стиль та імідж як умова успішної кар'єри телевізійного ведучого: складники та умови – 22 б	Екранний образ телеведучого як засіб трансляції соціальних міфів. Психолінгвістичний аспект вербального складника – 22 б Маркетинг іміджу телеведучого – 22 б	Вербальний/невербальний складник виступу в кадрі соціально-політичного спрямування (стендап, програма новин, огляд, відеоблог) – 22 б Вербальний/невербальний складник виступу в кадрі розважального змісту (стендап, програма новин, огляд, відеоблог) – 33 б	Прямі включення. Тематичний, подвійний репортаж (відеосюжет) - 22 б Журналістське розслідування та репортажна документалістика - 11 б Мандрівний нарис (трєвел-шоу) – 22 б	Мовно-психологічна поведінка, імідж та стиль інтерв'юера - 22 б Мовно-психологічна поведінка, імідж та стиль ведучого соціального ток-шоу - 22 б Мовно-психологічна поведінка, імідж та стиль телевізійних шоу-програм- 11 б	Стиль та імідж ведучого блогу соціально-політичного спрямування та соціокультурного спрямування Стиль та імідж ведучого блогу «порад»: психологія, лайхаки – 33 б
Самостійна робота	5 б.	5 б.	5 б.	5x2=10 б.	5x2=10 б.	5 б.
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 – 25 б.	Модульна контрольна робота 2 – 25 б.	Модульна контрольна робота 3 – 25 б.	Модульна контрольна робота 4 – 25 б.	Модульна контрольна робота 5 – 25 б.	Модульна контрольна робота 6 – 25 б.

## 8. Рекомендовані джерела

### Основні

1. Андрищенко М. Роль ведучого у творенні ефективної телекомунікації. Наукові записки Інституту журналістики. 2012. [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Nzizh/2011\\_43/Andryusc.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nzizh/2011_43/Andryusc.pdf).
2. Барна Н. В. Естетика іміджмейкінгу : монографія. Київ : Слово, 2012. 170 с.
3. Берн Е. Ігри, у які грають люди / Ерік Берн ; пер. з англ. К. Меньшикової. Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля». 2016. 256 с.
4. Венгер І. Ведучий телевізійної програми як особистість: теорія та практика. Вісник Львівського університету. Серія «Журналістика». – Вип. 34. 2011. С. 26-33.
5. Гоян В. В.Т. А. Захарс. Іміджева стратегія ведучого інформаційно-розважальних програм. Наукові записки Інституту журналістики. – 2013. Т.50. С. 59-63. URL : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nzizh\\_2013\\_50\\_13.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nzizh_2013_50_13.pdf).
6. Расулова О. Як журналістам не вдаватися до мови ворожнечі. Медіалаб. 24.01.2019. URL. <https://medialab.online/news/vorozhnecha/>
7. Хавкіна Л. М. Іміджелогія : навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика» / Л. М. Хавкіна. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 64 с. URL : [http://www.dut.edu.ua/uploads/1\\_1992\\_59021367.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1992_59021367.pdf)
8. Беца О. Це капці, які ви взуваєте зранку. Медіалаб. 30.04.2020/ URL : <https://medialab.online/news/kaptsi-zranku/>

### Додаткові

1. Авраменко О. 100 експрес-уроки української. К.: Книголав, 2016.
2. Больц Н. Абетка медіа / За загал. ред. В.Ф. Іванова; переклад з нім. В. Климченка. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2015. 177 с
3. Гнатенко К. Ведучі як дзеркала телеканалів. Телекритика. 2007. 07 верес. <http://www.telekritika.ua/mediacontinent/authorcolumn/hnatenko/2007-09-07/33729>
4. Галлер М. Репортаж : навчальний посібник. – К. : Академія Української Преси., 2011. – 348 с.
5. Венгер І.Я. Проблема авторства на телебаченні / І. Я. Венгер // Теле- та радіожурналістика: наук. зб. – Вип. 10. – Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2011. – С. 64 – 70
6. Гоян В. Екранність телевізійної мови як приклад пропорційної взаємодії візуально-вербальних образів телекомунікації. URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2148>

7. Лісневська А. Інфотейнмент та гра як складові технології створення телевізійних новин. Синопис: текст, контекст, медіа. 2014. № 3. URL : [http:// synopsis .kubg.edu.ua/index.php/synopsis/article/view/100](http://synopsis.kubg.edu.ua/index.php/synopsis/article/view/100)
8. Макущенко М. О. Основні принципи формату інфотейнмент в ефірі українських телеканалів. 2012. Вип. 15. С. 287-295.
9. Непийвода Н. Ф. Підтекстова інформація в сучасних ЗМІ. Мовні і концептуальні картини світу. № 6. Кн. 2. К., 2002. С. 62–68.
10. Почепцов Г. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації. К.: Спадщина. 2012.
11. Сербенська О.А., Бабенко В.В. Основи телетворчості: Практикум. Львів: ПАІС. 2007. 112 с. 37.
12. Шевченко Л. Стилїстика української літературної мови : функціональна діагностика тексту : навч. посіб. – Київ: ВПЦ «Київський університет», 2012.– Кн. 2. – 388 с.
13. Danah Boyd. Media Manipulation, Strategic Amplification, and Responsible Journalism. Sep 14, 2018. URL : <https://points.datasociety.net/media-manipulation-strategic-amplification-and-responsible-journalism-95f4d611f462>
14. Robert Pratten. Getting Started with Transmedia Storytelling. 2011. URL: <http://videoturundus.ee/transmedia.pdf>