

Національний технічний університет  
«Дніпровська політехніка»

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**«Мультимедійні комунікації», вибіркова Soft Skills**



<b>Ступінь освіти</b>	другий (магістерський)
<b>Освітня програма</b>	Усі ОПП ФЕФ
<b>Загальний обсяг</b>	4 кредити ЄКТС
<b>Тривалість викладання</b>	2-й семестр, 4 чверть 2022-2023 н.р.
<b>Обсяг навчальних занять у т.ч. аудиторні заняття на тиждень</b>	120 годин 4 години на тиждень
<b>лекції</b>	2 години
<b>практичні</b>	2 години
<b>Мова викладання</b>	українська

**Кафедра, що викладає:** Маркетингу

**Сторінка курсу в СДО НТУ «ДП»:** <https://do.nmu.org.ua/>

**Інші додаткові ресурси:** команда «Мультимедійні комунікації» у TEAMS

**Консультації:** за окремим розкладом, погодженим зі здобувачами вищої освіти

**Онлайн-консультації:** Microsoft Teams – група «Мультимедійні комунікації»



**Інформація про викладача:**

**Бутиріна Марія Валеріївна,**  
професор кафедри маркетингу, доктор наук  
із соціальних комунікацій

**Персональна сторінка:**

<https://cutt.ly/gVVpQBn>

**E-mail:** butyrina.m.v@nmu.one

## 1. Анотація до курсу

Дисципліна «Мультимедійні комунікації» висвітлює зміст феномену «мультимедіа», основні напрямки його розвитку та практичного застосування. Курс охоплює види та характеристики засобів мультимедіа. Низку тем присвячено мультимедійним жанрам, що застосовуються у журналістській практиці. Здобувачі вищої освіти отримують уявлення про конвергенцію в інформаційному просторі та інші тренди постжурналістської епохи.

Цей курс побудовано на засадах *Студенто-центрованого підходу (Student-Centered Approach)*, який розглядає здобувача вищої освіти як суб'єкта з власними унікальними інтересами, потребами і досвідом, спроможного бути самостійним і відповідальним учасником освітнього процесу.

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета дисципліни** – формування у студентів компетентностей у сфері мультимедіа, що передбачає вміння застосувати відповідні технології для подання інформації у різних сферах життєдіяльності суспільства.

### Завдання курсу:

- ознайомити здобувачів вищої освіти із передумовами виникнення і розвитку мультимедійних технологій в інформаційній діяльності людини, держави та суспільства;
- навчити здобувачів вищої освіти створювати мультимедійний контент окремих жанрів;
- ознайомити здобувачів з можливостями практично-прикладного застосування мультимедіа у різних сферах життєдіяльності;
- сформувати навички роботи з контентом у конвергентному інформаційному середовищі;
- ознайомити із трендами постжурналістської епохи та їх впливом на глобалізоване суспільство.

### 3. Результати навчання:

- застосовувати методи пошуку, систематизації, збереження інформації для різних типів контенту у мультимедійному середовищі;
- вміти аналізувати конвергентні медіаповідомлення;
- здобути практичні навички обробки й створення мультимедійного контенту;
- розуміти роль мультимедійної журналістики в глобалізованому суспільстві, відповідальності журналіста, знати журналістські стандарти.

## 4. Структура курсу

Календарний план курсу

Тижні	Тематика занять	Вид занять	Ресурси	Оцінка
1	1. Вступ. Мультимедіа у суспільних комунікаціях. Крос-медіа. Характеристики цифрового середовища. Поняття «конвергенції». Розвиток ідеї мультимедіа. Вікі-журналістика. Лінк-	Лекція	Базові методичні	

	журналістика. Застосування великих даних. Вплив мультимедіа на суспільство. Партисипативні практики. «Post-truth» як продукт медіатизованої політики.			
	Практичне завдання «Підготовка презентації відповідно до теми лекції»	Практичне заняття	Онлайнні ресурси	10
2	2. Інфографіка як засіб комунікації Основні варіанти застосування візуалізації даних. Використання знаків і символів. Креолізований текст. Хмаринка тегів. Діаграма Венна-Ейлера. Матриці. Карти. Комікси.	Лекція	Базові методичні	
	Розробка інфографіки за заданою темою	Практичне заняття	Онлайнні ресурси	10
3	3. Журналістика даних Посилення ролі використання цифрових даних у виробництві та розповсюдженні інформації в епоху цифрових технологій. Діапазон тем. Фільтрація потоку даних. Концепція відкритих даних (Open Data). Data.gov (США). «Національний портал відкритих даних», Data.gov.ua. Відкриті реєстри. WikiLeaks. OCCRP Data. Фактчек.	Лекція	Базові методичні	
	Практичне завдання «Робота з Big Data: пропозиція ідей використання великих даних»	Практичне заняття	Онлайнні ресурси,	10
4	4. Мультимедійні жанри Поняття конвергенції інформації. Синтетичні жанри. Семіотика мультимедійних жанрів. Специфіка сприйняття мультимедійного тексту. Медійні платформи, які забезпечують синергію впливу.	Лекція	Базові методичні	
	Практичне завдання «Підготовка презентації відповідно до теми лекції»	Практичне заняття	Онлайнні ресурси,	10
5	5. Лонгрид як мультимедійний формат Передумови до виникнення лонгридів. Поняття креолізованого тексту. Автосемантичні відношення у креолізованому тексті. Континуальні елементи. Паралакс-ефект. «Snowfall». Типологія лонгридів. Реконструктори.	Лекція	Базові методичні	
	Практичне завдання «Аналіз лонгридів європейських провідних видань»	Практичне заняття	Базові методичні	5
	Практичне завдання «Презентація з теми лекції»	Практичне заняття	Онлайнні ресурси	5
6.	5. Лонгрид як мультимедійний формат Інтерактивні проекти. Ігровий інтерактивний лонгрид. «Мультимедійна коробочка». Інфографічний лонгрид. Комунікаційна ефективність лонгридів. Технологічні умови створення лонгриду.	Лекція	Базові методичні	
	Групове завдання «Презентація з теми лекції»	Практичне заняття	Онлайнні ресурси	10
7	6. Мультимедійний сторітелінг Наративізація як тенденція в медіапросторі. Наративний виклад інформації. Новина як антиісторія. Пряма піраміда і обернена піраміда.	Лекція	Базові методичні	

	Передісторія принципу оберненої піраміди. Структура новини. Типи сторітелінгу. Вимоги до мультимедійної історії. Піраміда Густава Фрейтага. Мономіф			
	Виконання творчого завдання: написання історій	Практичне заняття	Онлайнні ресурси	10
8	7. Застосування соцмереж у мультимедійних комунікаціях Медійний порядок денний. Теорія брамника. Гейткіпінг у соцмережах. Ком'юніті ЗМІ у соцмережах. Фактчек як медіатренд. Twitter як інструмент оперативного інформування. Рекомендації щодо взаємодії ЗМІ і соціальних медіа. Використання соціальної мережі Facebook у журналістській діяльності.	Лекція		
	Практичне завдання «Презентація з теми лекції»	Практичне заняття	Онлайнні ресурси	10
9	8. Тренди і конструкти постжурналістики Негативні явища цифрової доби: фейки, ботоферми, інформаційні бульбашки. Розмиття професійних кордонів у комунікаційній діяльності. «Піарналістика». Просьюмеристські «прошарки» у комунікаційній системі медіа. Гіперлокальні медіа. Блогінг. Епоха тотального самовираження. Проблеми залучення непрофесійних текстів до журналістського дискурсу. Медіатизація соціальних інституцій. Імерсивність та партисипативність комунікацій.			
	Практичне завдання «Робота з медіатекстами»	Практичне заняття	Онлайнні ресурси	10
10	10. Контрольна робота	КЗ	Тести і відкриті запитання	10

**Інформація для здобувачів заочної форми навчання.** На сайті НТУ «ДП» розміщено графік навчального процесу. Протягом року передбачено заняття з викладачем відповідно до розкладу: 4 год. лекційних занять, 6 год. практичних занять, Решту практичних завдань здобувач опановує самостійно. Здобувачі заочної форми навчання виконують передбачене навчальним планом індивідуальне завдання (контрольна робота тощо) та подають його на кафедру маркетингу за 2 тижні до початку сесії, обов'язково до проведення контрольних заходів з дисципліни. Умови завдань розміщено на сторінці курсу на платформі Moodle. Форма контролю – диференційований залік.

## 5. Технічне обладнання та/або програмне забезпечення

На навчальних заняттях студенти повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Office365. При виконанні практичних та самостійних завдань студенти використовують графічний редактор Canva, відеоредактор Capcut.

## 6. Оцінювання результатів навчання

Сертифікація досягнень здобувачів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти НТУ «ДП», [https://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us\\_documents/Regulations\\_on\\_evaluation\\_of\\_educational\\_results.pdf](https://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/Regulations_on_evaluation_of_educational_results.pdf) Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання студента за дисципліною.

### 6.1. Шкали

Оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних студентів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП»

#### Шкали оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховуються, якщо студент отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації.

6.2. Здобувачі вищої освіти можуть отримати підсумкову оцінку з навчальної дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного тестування та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

Поточна успішність складається з успішності за одну контрольну роботу (максимально оцінюється у 10 балів), оцінок за роботу на практичних заняттях (оцінюється 9 занять, участь у занятті максимально може принести здобувачу вищої освіти 10 балів). Отримані бали за контрольні роботи та практичні заняття додаються і є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимально за поточною успішністю здобувач вищої освіти може набрати 100 балів.

Підсумкове оцінювання (якщо здобувач вищої освіти набрав менше 60 балів та/або прагне поліпшити оцінку)	Екзамен відбувається у формі письмового іспиту, або на платформі Moodle та корпоративної пошти в Office 365. Екзаменаційний білет є комплексним та складається з теоретичної та практичної частин. Теоретична частина складається з 30 тестових запитань та 1 відкритого питання і 1 практичного завдання. Кожний тест має один правильний варіант відповіді. Правильна відповідь на запитання тесту оцінюється у 2 бали. Правильна відповідь на відкрите запитання оцінюється у 20 балів. Відкриті запитання оцінюються шляхом співставлення з еталонними відповідями. Практичне завдання оцінюється у 20 балів. Максимальна кількість балів за екзамен: 100
Практичні / Семінарські заняття	Творчі завдання з підготовки мультимедійних публікацій Аналітичний огляд мультимедійних історій Захист презентацій для самостійного виконання Групові творчі завдання

	Опрацювання кейсів Максимально оцінюються у 90 балів (9 занять×10 балів/заняття)
Контрольна робота	Охоплює матеріали лекційного курсу. Містить тестові запитання. Максимально оцінюється у 10 балів (1 питання / 1 бал x 10)

### 6.3. Критерії оцінювання елементів поточного та підсумкового контролю.

6.3.1. Кожна правильна відповідь на тести поточної лекційної контрольної роботи оцінюється у 1 бал. Оцінка з опанування лекційного матеріалу визначається наступним чином:

Сума балів	Результати виконання
	Оцінка
9-10 балів	«відмінно»
8 балів	«добре»
6-7 балів	«задовільно»
1-5	«незадовільно»

### 6.3.2. Критерії оцінювання завдань.

Виконання кожного практичного (самостійного) завдання та усний захист результатів виконання оцінюється максимум у 10 балів (повнота виконання, оригінальність, творча складова, якість презентації результатів завдання, участь у дискусії):

**10 балів:** презентацію виконано з використанням мультимедійних засобів, поданий матеріал і його інтерпретація є оригінальними, присутній творчий підхід, взято активну участь у дискусії (виступи, коментарі, доповнення).

**9 балів:** презентацію виконано з використанням мультимедійних засобів, рівень оригінальності поданого матеріалу і його інтерпретації є вищим за середній, присутній творчий підхід, взято активну участь у дискусії (виступи, коментарі, доповнення).

**8 балів:** презентацію виконано з використанням мультимедійних засобів, рівень оригінальності поданого матеріалу і його інтерпретації є середнім, творчий підхід є вищим за середній, взято участь у дискусії (доповнення).

**7 балів:** презентацію виконано з використанням мультимедійних засобів, рівень оригінальності поданого матеріалу і його інтерпретації є середнім, творчий підхід є задовільним, взято участь у дискусії (доповнення).

**6 балів:** презентацію виконано без використання мультимедійних засобів, рівень оригінальності поданого матеріалу і його інтерпретації є середнім, творчий підхід є задовільним, взято участь у дискусії (доповнення).

**5 балів:** презентацію виконано без використання мультимедійних засобів, рівень оригінальності поданого матеріалу і його інтерпретації є низьким, творчий підхід є задовільним, участь у дискусії відсутня.

**4 бали:** презентацію виконано без використання мультимедійних засобів, рівень оригінальності поданого матеріалу і його інтерпретації є низьким, творчий підхід є низьким, участь у дискусії відсутня.

**3 бали:** презентацію виконано без використання мультимедійних засобів, рівень оригінальності поданого матеріалу і його інтерпретації є низьким, творчий підхід відсутній, участь у дискусії відсутня.

**2 бали:** презентацію виконано без використання мультимедійних засобів, оригінальність відсутня, творчий підхід відсутній, участь у дискусії відсутня.

**1 бал:** усна презентація виконаного завдання із зауваженнями змістового характеру.

Оцінка за виконання практичних завдань визначається з огляду на суму балів за кожне з них у такий спосіб:

Сума балів	Результати виконання
	Оцінка
81-90 балів	«відмінно»
68-80 балів	«добре»
54-67 балів	«задовільно»
1-29 балів	«незадовільно»

## 7. Політика курсу

### 7.1. Політика щодо академічної доброчесності

Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі). Політика щодо академічної доброчесності регламентується «Положенням про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка»», <https://cutt.ly/mERLa5A>,

Кодекс академічної доброчесності Національного технічного університету «Дніпровська політехніка», <https://cutt.ly/vERLfxF> У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

### 7.2. Комунікаційна політика

Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту. Обов'язком здобувача вищої освіти є перевірка один раз на день поштової скриньки на Офіс365 та відвідування групи у Telegram-каналі. Рекомендуємо створити профілі та підписатися на сторінки кафедри маркетингу в соціальних мережах Facebook, Instagram. Протягом тижнів самостійної роботи обов'язком здобувача вищої освіти є робота з дистанційним курсом «Мультимедійні комунікації» ([www.do.nmu.org.ua](http://www.do.nmu.org.ua)). Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту.

### 7.3. Політика щодо перекладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

#### **7.4. Відвідування занять**

Для здобувачів вищої освіти денної форми відвідування занять є обов'язковим. Поважними причинами для неявки на заняття є хвороба, участь в університетських заходах, відрядження, які необхідно підтверджувати документами у разі тривалої (два тижні) відсутності. Про відсутність на занятті та причини відсутності здобувач вищої освіти має повідомити викладача або особисто, або через старосту. Якщо здобувач вищої освіти захворів, ми рекомендуємо залишатися вдома і навчатися за допомогою дистанційної платформи. Здобувачу вищої освіти, чий стан здоров'я є незадовільним і може вплинути на здоров'я інших здобувачів вищої освіти, буде пропонуватися залишити заняття (така відсутність вважатиметься пропуском з причини хвороби). Практичні заняття не проводяться повторно, ці оцінки неможливо отримати під час консультації, це саме стосується і колоквиумів. За об'єктивних причин (наприклад, міжнародна академічна мобільність) навчання може відбуватись дистанційно – в онлайн-формі, за погодженням з викладачем.

#### **7.5. Політика щодо оскарження оцінювання**

Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

#### **7.6. Бонуси**

Здобувачі вищої освіти, які регулярно відвідували лекції (мають не більше двох пропусків без поважних причин) та приймають участь у конференціях, конкурсах, протягом семестру підготують та подадуть до публікації наукову статтю за тематикою дисципліни у фахове видання України або іншої країни тощо отримують додатково 5 балів до результатів оцінювання, але в підсумку не більше 100 балів за дисципліну.

#### **7.7. Участь в анкетуванні**

Наприкінці вивчення курсу та перед початком сесії здобувачу вищої освіти буде запропоновано анонімно заповнити електронні анкети, що розміщено на сайті кафедри маркетингу та у Microsoft Forms Office 365, які буде розіслано на ваші університетські поштові скриньки. Заповнення анкет є важливою складовою вашої навчальної активності, що дозволить оцінити дієвість застосованих методів викладання та урахувати ваші пропозиції стосовно покращення змісту навчальної дисципліни «Мультимедійні комунікації».

### **8. Методи навчання**

Лекційні заняття мають інтерактивний, науково-пізнавальний характер. На практичних заняттях застосовуються методи мозкового штурму, евристичних питань, ситуативне моделювання, імітаційні ігри.

## **9 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ**

### **Базові**

1. Бутиріна М.В. Медіафейки: замах на дійсність в епоху постправди. Актуальні тренди сучасного комунікативного простору : колективна монографія / за заг. ред. В.Д. Демченка. Дніпро : ГРАНІ, 2020. С. 13–25.



2. Бутиріна М.В. Даркнет: метафоричні та фактологічні наративи електронного фронтиру. Медіанаративи: колективна монографія. Дніпро: Ліра, 2022. С. 102-114.
3. Вайшенберг З., Кляйнштойбер Г. Й., Пьорксен Б. Журналістика та медіа : довідник / пер. з нім. П. Демешко та К. Макєєв; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенко. Київ : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. 529 с.
4. Гол Д. Онлайн нова журналістика / пер. з англ. К. Булкіна. Київ : К.І.С., 2005. 344 с.
5. Женченко М. Цифрові трансформації видавничої галузі. К., 2018. 436 с.
6. Журналістика даних : посібник. Громадянська журналістика даних. URL : <http://texty.org.ua/pg/chapter/newsmaker/read/40161/41883>
7. Кросмедіа: контент, технології, перспективи : колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. К. : Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017.
8. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації: Пер. с англ. О. Возна, Г. Сташків. – Львів: Літопис, 2010. – 538 с.
9. Мережева журналістика: спеціалізовані курси : навч. посіб. / Н. Габор та ін. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2015. 136.
10. Підручник з крос-медіа / Іоанна Нарчіса Крецу, Міхаїл Гузун, Любов Василик. Бонн : Schiller Publishing House, 2015. 144 с.
11. Рає П.-Й., Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн журналістики / пер. з нім. В. Климченко ; за загал. ред. В. Іванова. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2014. 358 с.
12. Рус-Моль Ш. Журналістика : посібник / пер. з нім. В. Климченко; наук. ред. В. Іванов. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. 343 с.
13. Самуляк О. Медіаконвергенція та форми її реалізації. Теле- та радіожурналістика : [зб. наук. праць]. 2014. Вип. 13. С. 303-308.
14. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства : монографія / О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін. Київ : НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, 2014. 260 с.

### Допоміжні

1. Василик Л.С. Конвергенція та крос-медійність: дискурс термінологічної парадигми // Вісник Національного університету Львівська політехніка. Серія: Журналістські науки. 2017. Львів: Вид-во Львів. політехніки. № 1. С. 11-17
2. Кросбі В. Що таке нові медіа? [Електронний ресурс] / В. Кросбі. – Режим доступу: [http://rebuildingmedia.corante.com/archives/2006/04/27/what\\_is\\_new\\_media.php](http://rebuildingmedia.corante.com/archives/2006/04/27/what_is_new_media.php)
3. Женченко М. Поняття мультимедіа, крос-медіа, трансмедіа у науковому дискурсі цифрової доби. Наукові записки Інституту журналістики, 2013. Том 4. Номер 67. С. 113-120
4. Захарченко А. П. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник для курсу «Підтримка сайту». Тернопіль : Крок, 2014. 198 с.
5. Нестеренко О. А. Технологія створення сторителінгу / О. А. Нестеренко // Перспективні напрямки дослідження українського медійного контенту: фундаментальні та прикладні аспекти; матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конференції ; наук. ред. В. Різун; упоряд. Т. Скотникова, А. Волубуєва. – Київ : Ін-т журналістики, 2016. – С. 46–51.
6. Онищенко О. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства / [О. Онищенко, В. Горовий, В. Попик та ін.]; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2014. – 260 с.
7. Патрікеєва Н. Гра в довгу: який лонгрід потрібен читачу [Електронний ресурс] – Режим доступу : [http://redactor.in.ua/ru/analytics/7998.Gra\\_v\\_dovgu\\_yakiy\\_longrid\\_potriben\\_chitac](http://redactor.in.ua/ru/analytics/7998.Gra_v_dovgu_yakiy_longrid_potriben_chitac)
8. Чабаненко М. Інтернет-ЗМІ як складова частина системи засобів масової інформації України : монографія. Запоріжжя : ЗНУ, 2011. 183 с.