МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені ІВАНА ФРАНКА
Факультет культури і мистецтв
Кафедра бібліотекознавства і бібліографії

Факультет культури і мистецтв
Львівського національного університету імені Івана Франка

В.о. декана факультету _____ доц.Мирослава ЦИГАНИК
(протокол ВР факультету № 1 від 30 січня 2024 року)

На засіданні кафедри бібліотекознавства і бібілографії
В. о. завідувача кафедри бібліотекознавства і бібліографії

_____ доц. Роксана БІЛОУСОВА
(протокол кафедри № 6 від 8 лютого 2024 року)

СИЛАБУС З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Відеоконтент соцмереж»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
вибіркова дисципліна з циклу загальної підготовки

ІІ курс 4 семестр
для студентів
денної форми навчання

ІІ курс 3 семестр
для студентів
заочної форми навчання

Львів

Назва курсу	Відеоконтент соцмереж
Адреса викладання курсу	м. Львів, вул. Університетська, 1
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Факультет культури і мистецтв, кафедра бібліотекознавства та бібліографії
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	
Викладачі курсу	Крохмальний Роман Олексійович, кандидат філологічних наук, доцент кафедри бібліотекознавства та бібліографії
Контактна інформація викладачів	roman.krokhmalnyi@lnu.edu.ua, http://kultart.lnu.edu.ua/employee/krohmalnyj-roman-oleksijovych
Консультації по курсу відбуваються	• щосереди, 13.00-13.30 год. (вул. Валова, 18, ауд. 20) • для онлайн-консультації. треба попередньо звернутися до викладача з листом на електронну пошту.
Сторінка курсу	https://kultart.lnu.edu.ua/course/videokontent-sotsmerezh-dvv
Інформація про курс	Курс передбачає вивчення теоретичних та методологічних особливостей формування відеоконтенту в соціальних мережах, осмислення образів цього інформаційно-естиетичного явища. Специфіка навчальної дисципліни полягає в синхронності комунікації і актуалізації досліджуваного процесу, мета – спробувати сформувати динамічне розуміння ролі і впливу відеоконтенту як сучасної образної домінанти.
Коротка анотація курсу	Дисципліна «Відеоконтент соцмереж» є дисципліною вільного вибору для студентів усіх спеціальностей Університету першого (бакалаврського) рівня освіти, яка викладається на ІІ курсі у IV семестрі денної форми навчання та у ІІІ семестрі заочної форми навчання в обсязі 3 кредити (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
Мета та цілі курсу	МЕТА курсу зумовлена потребою познайомити студентів з основними особливостями теорії та методології вивчення сучасних суспільних інформаційних процесів, розумінням впливу інформації як явища глобального і такого, що стає визначальним в умовах формування особливого типу суспільства, сформувати системне усвідомлення ролі інформації як сучасної соціально значущої константи. Основні завдання курсу: – спроба сформувати усвідомлене розуміння інформаційних явищ, їх видозміни у процесі еволюції людського суспільства; – розкрити закономірності формування впливу інформації на різні види людської діяльності; – вивчення знакових інформаційних явищ, сучасних глобалізаційних процесів і тенденцій, пов'язаних із екстремально швидким зростанням інформаційних технологій Студенти ОР Бакалавр володіють початковими знаннями і лише починають опановувати базові знання у своїй професійній сфері, відтак завдання цього курсу зумовлене метою скерувати їхнє фахове зростання з допомогою системного поняттєво-логічного інструментарію.
Література для вивчення дисципліни	**Основна і додаткова література**: Про інформацію. Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12

Homo ex machina. Філософські, культурологічні та політичні передумови формування конвергентного суспільства : монографія / М. А. Ожеван, Д. В. Дубов; Нац. ін-т стратег. дослідж. - Київ : Фенікс, 2017. - 271 с.
Адаменко О. В. Методика контент-аналізу публікацій з питань професійної підготовки державних службовців / О. В. Адаменко, О. В. Ткаченко. // Науковий вісник Донбасу. - 2013. - № 4. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvd_2013_4_43.
Варех Н. В. Застосування концептуального аналізу в моделюванні медійного контенту / Н. В. Варех // Наукові записки Інституту журналістики. - 2013. - Т. 50. - С. 217-220. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_50_44.
Васильєва А. С. Блоги як новий засіб масової інформації в Україні / А. С. Васильєва // Молодий вчений. - 2017. - № 12. - С. 119-122. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_12_30.
Веденєєв В. О. Комунікації в українських соцмережах як реакція громадян на обмеження владою їх політичної активності: культурний аспект проблеми / В. О. Веденєєв // Політологічний вісник. - 2015. - Вип. 78. - С. 335–348. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pv_2015_78_33.
Ганжа А. Підписник, підписчик, підписант, абонент чи передплатник, або кого "накручують" у соцмережах? / А. Ганжа // Культура слова. - 2016. - Вип. 84. - С. 213-215. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kuls_2016_84_38.
Довбуш О. С. Методи та підходи до використання відеоконтенту в соціальних медіа / О. С. Довбуш // Підприємництво та інновації. - 2023. - Вип. 27. - С. 94-97. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pidinnov_2023_27_18.
Дорошкевич Д. В. Теоретико-методичні аспекти застосування відеоконтенту як інструменту маркетингового впливу / Д. В. Дорошкевич, С. С. Гринкевич // Підприємництво та інновації. - 2019. - Вип. 7. - С. 20-25. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pidinnov_2019_7_5.
Досенко А. К. Аматорські медіазавантаження як один із факторів розвитку сучасних мережевих комунікативних процесів / А. К. Досенко // Наукові записки Інституту журналістики. - 2014. - Т. 56. - С. 150-153. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2014_56_31.
Зелена Ю. В. Лінгвістична специфіка інтернет-жанрів сучасної соцмережевої комунікації / Ю. В. Зелена // Мовні і концептуальні картини світу. - 2018. - Вип. 2(62). - С. 98-104. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2018_2(62)__15.
Коваль С. В. Відеоконтент користувачів у новинах / С. В. Коваль // Поліграфія і видавнича справа. - 2016. - № 2. - С. 256–265. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pivs_2016_2_30.
Красильникова Г. В. Контент-аналіз поняття "моніторинг" / Г. В. Красильникова // Педагогічний дискурс. - 2013. - Вип. 14. - С. 261-266. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/peddysk_2013_14_54.
Крохмальний Р. (у співавт. із С.Крохмальною) Деякі концепти інтернет-комунікації в сучасному театральному мистецтві// Молодицй вчений. – No 4 (80). квітень 2020. – С.125-128.
Крохмальний Р. О. Відеоблог як явище сучасної інтернет-комунікації (дискурсивні маркери і когерентність образу) / Р. О. Крохмальний, Д. Р. Крохмальний // Молодий вчений. - 2018. - № 8(1). - С. 18-21. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua /UJRN/molv_2018_8(1)__6_.

	Крохмальний Р. Когерентність образу: до проблеми інформаційної природи мистецького явища / Вісник Львівського університету. Серія мистецтвознавство. Випуск 18. С.289-315. Кузнєцов О. Контент-аналіз як засіб виявлення ступеня новизни публікацій / О. Кузнєцов, А. Кузнецов // Вісник Книжкової палати. - 2013. - № 1. - С. 32-33. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2013_1_9. Курбан О. Соціальні мережі як інструмент у галузі PR / О. Курбан // Вісник Книжкової палати. - 2014. - № 10. - С. 45-47. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2014_10_15. Куценко С. Особливості проведення оцінювання достовірності відеоматеріалів з інтернет-мережі у професійній діяльності вчителя історії / С. Куценко // Проблеми підготовки сучасного вчителя. - 2022. - Вип. 2. - С. 13-27. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ppsv_2022_2_4. Лісневська А. Дезінформація в новинному відеоконтенті: маркери та методи розпізнавання / А. Лісневська // Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика. - 2019. - Вип. 45. - С. 60-66. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Jur_2019_45_10. Лучак-Фокшей А.-М. Віднайдення наративів у соцмережевому дискурсі / А.-М. Лучак-Фокшей // Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія : Філософія. - 2018. - Вип. 21. - С. 56-60. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoafs_2018_21_11. Мгалоблішвілі, А. (2023) «Психологія використання соціальних інтернет мереж сучасними українськими користувачами», Вчені записки Університету «КРОК», (2(70), с. 201–208. doi: 10.31732/2663-2209-2022-70-201-208. Мартиненко О. В. Використання соцмереж як засобу формування математичної компетентності майбутніх учителів математики / О. В. Мартиненко, Я. О. Чкана // Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології. - 2016. - № 2. - С. 339-346. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pednauk_2016_2_43. Медведєва В. Вплив соцмереж на свідомість сучасного користувача бібліотеки / В. Медведєва // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. - 2018. - Вип. 50. - С. 321-328. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/npnbuimviv_2018_50_26. Нерян С. Комунікативні тактики аргументації в мережевому дискурсі (на матеріалі українськомовного сегменту соцмережі Facebook) / С. Нерян // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки. - 2019. - Вип. 50. - С. 126-130. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkpnu_fil_2019_50_30. Паздерська, Р.С. і Марковець, О.В. 2021. Визначення контенту та стратегій підвищення його ефективності у віртуальних спільнотах. Вісник Вінницького політехнічного інституту. 3 (Черв. 2021), 69–77. DOI:https://doi.org/10.31649/1997-9266-2021-156-3-69-77. Парфенюк І. М. Соціальні мережі інтернету як засіб комунікації політичного лідера (на прикладі соцмереж Президента України) / І. М. Парфенюк // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. - 2017. - № 2. - С. 58-65. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2017_2_10. Петренко Д. Філософська медіаантропологія: предмет і стратегії /ДмитрійПетренко // Вісник Харківського національного університету

	імені В.Н. Каразіна. No1142. Серія «Теорія культури і філософія науки». —Вип. 52. —Харків, 2014. —С. 128–133. Петренко Д. Концептуалізація медіа в філософії другої половини XX – початку XXI сторіч / ДмитрійПетренко // Мультиверсум. Філософськ. альманах : зб. наук. праць ; гол. ред. В.В. Лях. —Вип. 4–5 (132–133). — Київ, 2014. —С. 126–136. Рождественська А. О. Нетикет як інструмент підвищення рівня культури спілкування між учасниками дистанційного освітнього процесу / А. О. Рождественська, Н. М. Железнякова // Вісник науки та освіти. – 2022. – № 2 (2). – С. 184–200. – DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6165-2022-2(2)-184-200. Соціокультурні та теоретичні засади філософії постмодерну // В. В. Лях, О.М. Йосипенко, Я.В. Любивий, В.С. Пазенок, К.Ю. Райда, Л.А. Ситніченко. – К.: Інститут філософії імені Г.Сковороди НАН України, 2017. – 312 Терновий А. М. Побудова математичної моделі ієрархії критеріїв якості мультимедійних видань з відеоконтентом / А. М. Терновий, С. П. Васюта, О. Г. Хамула // Поліграфія і видавнича справа. - 2016. - № 1. - С. 51-59. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pivs_2016_1_7. Трегуб А. М. Зображальні засоби сервісно-експертного відеоконтенту / А. М. Трегуб // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. - 2019. - № 2. - С. 87-91. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2019_2_17. Уханова Н. С. Вплив на психологічно-емоційний стан людини завдяки засобам масової комунікації та соцмережам / Н. С. Уханова // Правова інформатика. - 2014. - № 4. - С. 22-27. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pinform_2014_4_6. Філіпова Людмила. Аналіз контенту веб-сайтів українських центрів науково-технічної інформації з точки зору використання інтернет-сервісів / Людмила. Філіпова // Вісник Книжкової палати. - 2012. - № 10. - С. 22-28. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2012_10_7. Цепенюк Т. Лінгвістичні особливості відеоконтенту платформи youtube / Т. Цепенюк, Х. Яновська // Наукові записки [Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка]. Серія : Філологічні науки. - 2019. - Вип. 175. - С. 84-88. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzs_2019_175_20. Castells M. The Information Age: Economy, Society and Culture: End of Milenium. Maiden (Ma.). – Oxford : Blackwell Publ., 1998. Castells M. The Information Age: Economy, Society and Culture: The Power of Identity. Malden (Ma.) – Oxford: Blackwell Publ., 1997. Drucker P. F. Post-Capitalist Society. N.Y.: Harper-Collins Publ., 1995. **Інтернет-джерела**. http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-v/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&ICNR=20&Z21ID
Обсяг курсу	3 кредити ЄКТС – 90 годин, з них: Денна форма: 32 години аудиторних занять (16 годин лекцій, 16 годин практичних занять, а також 58 годин самостійної роботи). Заочна форма: 10 годин аудиторних занять (6 годин лекцій, 4 години практичних занять, а також 80 годин самостійної роботи).
Очікувані результати навчання	У процесі навчання і засвоєння навчального матеріалу курсу студенти повинні – знати:

	а) види і періоди розвитку відеоконтенту як інформаційно-естетичного явища; б) риси еволюції відеоконтенту; в) методи досліджень мистецьких явищ інформаційного суспільства; г) особливості побудови сучасної відеокомунікації; д) методологічні риси аналізу естетики образу в умовах ІС. вміти: а) опрацьовувати джерела відеоінформації з т.зору аналізу естетики образу; б) обирати, пояснювати та формулювати проблему дослідження відповідно до особливостей впливу ІС; в) здійснювати контент-аналіз відеоінформації, оформлювати його результати відповідно до методологічних засад; г) вмотивовано обирати методологічні прийоми і засоби при здійсненні дослідницької роботи з мистецькими явищами ІС; д) застосовувати контент-аналіз в умовах динаміки соцмереж.
Ключові слова	Відеоконтент, соціальні мережі, Інформаційне суспільство, інформаційні явища, естетична комунікація.
Формат курсу	Очний
	Проведення лекцій, практичних занять та консультації для кращого розуміння тем
Теми	1. Познайомимось? Контент-аналіз і соцмережі. Що це таке? 2. Комунікація. Від Гутенберга до Гейтса, Крігера і Систрома 3. Життя у телевізорі. Ефект «магазину телевізорів». 4. Маркери: Радіо. Магнітофон. Смартфон… 5. Художній образ. Звук, зображення (статичне і динамічне). SLOW і selphie 6. Концепти і маркери в динаміці соцмереж. Мозаїка. 7. «Друзі» в мережах Психологія глядача і активного учасника експерименту (лайк, дизлайк і бан). Реакція на образ і образа. 8. Мета комунікаторів. Рейтинг і умови його успішності. Когерентність як ознака образу. *Детальніше у формі СХЕМИ КУРСУ*
Підсумковий контроль, форма	Залік наприкінці семестру, підсумковий письмовий контроль знань (тести)
Пререквізити	Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з гуманітарних дисциплін, достатніх для сприйняття категоріального апарату філософії, соціології, мистецтвознавства, інформаційної справи, наукознавства тощо.
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу	Мультимедійні презентації, відеоматеріали, лекції, семінари, дискусія, відеопоказ і обговорення, конспект статей із визначеної тематики предмету
Необхідне обладнання	Вивчення курсу потребує використання загальновживаних програм і операційних систем, доступу до мережі Інтранет.
Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)	Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням: • практичні: 45% семестрової оцінки; максимальна кількість балів 50; • самостійна робота: 25 % семестрової оцінки; максимальна кількість балів 25; • підсумковий письмовий тест: 30% семестрової оцінки; максимальна кількість балів 30;

	• Підсумкова максимальна кількість балів 100. **Письмові роботи:** Очікуємо, що студенти виконають декілька видів творчих робіт (есе, презентація, відеоробота). **Академічна доброчесність**: Очікуємо, що роботи студентів будуть наслідком їх оригінальних спостережень, аналізу досліджень інших вчених чи власними міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, компілювання матеріалів, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахуванння, незалежно від масштабів плагіату, шахрайства чи обману. **Відвідування занять** є важливою складовою навчання. Очікуємо, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні зайняття курсу(в т.ч. онлайн). Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися термінів, які визначено для виконання усіх видів письмових робіт, які передбачено у межах курсу (у т.ч надсилання виконаних результатів самостійної роботи у відповідний канал навчальної комунікації). **Література.** Усі джерела, літературу, яку студенти не зможуть знайти самостійно, надасть викладач виключно з освітньою метою і без права її передачі третім особам. Студентів заохочуємо до самостійного пошуку і використання іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих. П**олітика виставлення балів.** Враховуємо бали набрані на поточному тестуванні, самостійній роботі та бали підсумкового тестування. При цьому обов'язково враховують присутність на заняттях та активність студента під час практичного (семінарського) заняття; недопустимість пропусків та запізнень на заняття; користування мобільними ґаджетами під час заняття з метою, яка не пов'язана із навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруємо.
Питання для підготовки до заліку	1.Соціальні мережі як окреме явище інформаційного суспільства 2. «Віртуальне середовище» і його вплив на особистість. 3.Художній образ і його визначальні риси. 4.Контент-аналіз у соцмережах. 5.Середовище чи конкретний випадок? - принципи формування образу у соцмережах. 6.Відеоблог. Жанр, структура і образи. 7.Мета відеоблоггінгу. Причини успіху відомих блогерів. 8.Ціна і цінності публічності у соцмережах. 9.Естетика та її межі у віртуальній комунікації. 10.Принципи створення якісного контенту у мережах. 11.Суб'єктивне, колективне і об'єктивне. Пошук істини у віртуальному вимірі. 12.Яскраві образи, рекламні трюки і фейкові публікації. 13.Автор і його образ у відеоблозі. 14.Технічні можливості відеоблогера. Залежність від акаунта і підписників. 15.Парадигма соціальних мереж. Популярні і менш популярні

	соцмережі. Причини кількісних і якісних характеристик відеоконтенту. 16. «Найкращий» і «найгіший» відеоблог. 17.Тік-ток і його фоловери. 18.Ютубери і їх ознаки. 19.Портрет Insta-блогера. 20.Колір, світло, простір, час, звук…. Компоненти віртуального образу. 21.Динаміка перегляду успішного контенту. 22.Мозаїка як принцип маніпулювання колективною свідомістю. 23.Позитивне і негативне у блогосфері. 24.Підсумки контент-аналізу. Соціологія і особиста думка. 25. Очікування, прогнози і контент епохи ШІ.
Опитування	Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.