

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Факультет філології

Кафедра журналістики

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
СОЦІАЛЬНІ МЕДІА В ЖУНАЛІСТИЦІ**

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Освітня програма Журналістика

Спеціальність 061 Журналістика

Галузь знань 06 Журналістика

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 6 від 18 грудня 2025 р.

м. Івано-Франківськ – 2025 р.

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Соціальні медіа в журналістиці
Викладач (і)	Шлемкевич Тетяна Вікторівна
Контактний телефон викладача	
Е-mail викладача	tetiana.shlemkevych@cnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС, 90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/
Консультації	Вт.15:00-16:00

2. Анотація до навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна спрямована на формування у майбутніх журналістів комплексного розуміння ролі та функціонування соціальних медіа в сучасному медіапросторі. Курс охоплює теоретичні засади цифрової журналістики, практичні аспекти створення контенту для різних соціальних платформ, аналітику та метрики, етичні виміри роботи з соціальними мережами, а також новітні тренди у взаємодії журналістики та соціальних медіа.

Студенти опанують навички стратегічного планування контенту, роботи з мультимедійними форматами, верифікації інформації в цифровому середовищі, управління спільнотами та аналізу ефективності журналістських матеріалів у соціальних мережах. Особлива увага приділяється практичному застосуванню отриманих знань через виконання індивідуальних та групових проєктів, кейс-стаді та створення власного портфоліо цифрового контенту.

Предметом є комплексне вивчення ролі, функцій та практик використання соціальних медіа в професійній журналістській діяльності

3. Мета та цілі навчальної дисципліни

Формування у студентів комплексних знань про роль соціальних медіа в сучасній журналістській практиці та розвиток практичних компетентностей створення, просування та аналізу контенту в цифровому медіасередовищі з дотриманням професійних стандартів та етичних норм.

Цілі :

- засвоїти теоретичні основи функціонування соціальних медіа як платформ для журналістської діяльності та розповсюдження інформації
- опанувати специфіку створення контенту для різних соціальних платформ (Facebook, Instagram, TikTok, Twitter/X, YouTube, Telegram тощо)
- розвинути навички стратегічного планування контенту та управління цифровими комунікаціями
- навчитися використовувати інструменти аналітики та метрик для оцінки ефективності журналістського контенту
- опанувати методи верифікації інформації та протидії дезінформації в соціальних мережах
- розвинути компетентності роботи з мультимедійними форматами (відео, подкасти, інфографіка, інтерактивні матеріали)
- сформувати розуміння етичних аспектів роботи журналіста в соціальних медіа

- навчитися монетизувати контент та розвивати особистий бренд журналіста в цифровому просторі
- оволодіти навичками community management та взаємодії з аудиторією
- розвинути критичне мислення щодо трендів та викликів цифрової журналістики.

4. Програмні компетентності та результати навчання

Компетентності

ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;

ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій;

ЗК 08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями;

СК 02. Здатність формувати інформаційний контент;

СК 05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.

Програмні результати навчання

ПР 04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.

ПР 05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.

ПР 14. Генерувати інформаційний контент для будь-якого виду ЗМІ за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни (90 год.)	
Вид заняття	Загальна кількість годин
Лекції	10
семінарські заняття / практичні / лабораторні	20
самостійна робота	60

Ознаки навчальної дисципліни			
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибіркового
7	061 Журналістика	4	Вибірковий

Тематика навчальної дисципліни			
Тема	кількість год.		
	Лекції	заняття	сам. роб

<p>Тема 1. Вступ до соціальних медіа в журналістиці. Еволюція цифрової журналістики Історія розвитку соціальних медіа. Трансформація традиційної журналістики під впливом цифрових технологій. Роль соціальних мереж у сучасному медіапросторі України та світу. Основні тренди цифрової журналістики. Виклики та можливості для журналістів. Web 2.0 та user-generated content. Платформізація медіа.</p>	2	<p>Практичне заняття (2 год.): Аналіз успішних кейсів використання соціальних медіа українськими та міжнародними медіа. Створення персонального аудиту присутності в соціальних мережах. Дослідження стратегій провідних журналістів та медіаорганізацій.</p>	<p>Самостійна робота (6 год.): Дослідження трендів використання соціальних медіа в журналістиці. Підготовка есе про роль соціальних мереж у сучасній журналістській практиці. Створення звіту про власну цифрову присутність.</p>
<p>Тема 2. Платформи соціальних медіа: специфіка та функціонал для журналістів Огляд основних платформ: Facebook, Instagram, Twitter/X, TikTok, YouTube, Telegram, LinkedIn. Алгоритми соціальних мереж та їх вплив на розповсюдження контенту. Особливості</p>	2	<p>Практичне заняття (4 год.): Створення та оптимізація</p>	<p>Самостійна робота (8 год.): Аналіз стратегій провідних українських</p>

<p>аудиторії кожної платформи. Формати контенту та їх ефективність. Тренди та нові платформи (Threads, Bluesky). Український контекст використання соціальних медіа.</p>		<p>ція професійних профілів журналістів та на різних платформах. Аналіз алгоритмів та їх впливу на контент. Робота з інструментами планування та публікації контенту (Meta Business Suite, Buffer, Hootsuite, Later). Практика cross-platform publishing</p>	<p>их та міжнародних медіа на різних платформах. Створення детального контент-плану для обраної платформи. Дослідження нових та нішевих соціальних платформ.</p>
<p>Тема 3. Створення контенту для соціальних мереж: стратегії та інструменти Принципи створення контенту для соціальних медіа. Цифровий сторітелінг. Копірайтинг для соціальних мереж: заголовки, описи, хештеги. Візуальні компоненти: фотографія, відео, графіка. Робота з трендами та вірусним контентом. Контент-стратегії та планування. Адаптація матеріалів для різних платформ.</p>	<p>2</p>	<p>Практичні заняття (4 год.): Створення різних форматів контенту: пости, stories, reels, shorts, threads. Робота з інструментами</p>	<p>Самостійна робота (10 год.): Розробка серії постів на актуальну тему для 2-3 платформ. Створення відеоконтенту (мінімум</p>

		<p>дизайну: Canva, Adobe Express, Figma. Мобільне відео: зйомка та монтаж у CapCut, InShot. Написання ефективних заголовків та CTA. A/B тестування контенту.</p>	<p>3 відео). Підготовка портфоліо контенту з різних форматів. Написання контент-стратегії для обраного медіа або особистого проєкту.</p>
		<p>Практичне заняття (2 год.): Робота з аналітичними інструментами різних платформ. Створення дашбордів та звітів про ефективність контенту. Аналіз успішних та неуспішних публікацій. Оптимізація</p>	<p>Самостійна робота (8 год.): Комплексний аналіз метрик власного контенту або обраного медіа за місяць. Підготовка детального аналітичного звіту з рекомендаціями. Створення системи моніторингу ключових показників.</p>

		ція контент-стратегії на основі даних. Використання Google Data Studio/Looker Studio.	
<p>Тема 4. Верифікація інформації та протидія дезінформації</p> <p>Дезінформація, міс інформація, малінформація: типи та механізми поширення. Deepfakes та синтетичні медіа. Інструменти верифікації: Google Reverse Image Search, TinEye, InVID/WeVerify, Bellingcat tools, FotoForensics. Фактчекінг в умовах інформаційної війни. Відповідальність журналіста за перевірку інформації.</p>	2	<p>Практичне заняття (2 год.):</p> <p>Практика верифікації фото та відео з соціальних мереж. Перевірка джерел інформації. OSINT для журналістів. Робота з реальними кейсами дезінформації з українського та міжнародного інформпростору.</p>	<p>Самостійна робота (8 год.):</p> <p>Фактчекінг серії новин із соціальних мереж. Дослідження та документування випадку дезінформації. Створення гайду з верифікації для конкретного типу контенту.</p>
<p>Тема 5. Особистий бренд журналіста та етика поведінки в соціальних мережах.</p> <p>Професійна етика та стандарти журналістики в цифровому просторі. Приватність та конфіденційність. Hate speech та управління коментарями. Конфлікт інтересів. Маркування рекламного та спонсорованого контенту.</p>	2	<p>Практичне заняття (2 год.):</p> <p>Розбір реальних етичних</p>	<p>Самостійна робота (6 год.):</p> <p>Аналіз етичних порушень в</p>

<p>Відповідальність за поширення інформації. Робота з чутливими темами. Етика використання user-generated content.</p>		<p>дилем з української та міжнародної практики. Модерація коментарів та управління токсичністю. Розробка політики етичної поведінки журналіста в соціальних мережах. Кейс-стаді конфліктних ситуацій.</p>	<p>соціальних медіа за останній рік. Написання персонального кодексу етики для роботи в соціальних мережах. Розробка гайдлайнів з модерації коментарів.</p>
		<p>Практичне заняття (2 год.): Створення відеорепортажу на мобільний телефон. Монтаж відео в мобільних додатках (CapCut, InShot,</p>	<p>Самостійна робота (8 год.): Виробництво комплексного мультимедійного проєкту (відео + інфографіка + текст). Створення серії контенту в різних</p>

		<p>Splice). Створення інфографіки в Canva та Datawrapper. Запис та редагування подкасту. Практика ліве трансляції.</p>	<p>форматах на одну тему. Експеримент з новими форматами (AR-фільтри, 360° відео тощо).</p>
		<p>Практичне заняття (2 год.): Стратегії монетизації контенту в соціальних медіа. Партнерські програми платформ (YouTube Partner Program, TikTok Creator Fund). Спонсорства та бренд-коллаборації. Crowdfunding (Patreon, Buy Me a Coffee). Підписки та</p>	<p>Самостійна робота (6 год.): Розробка стратегії розвитку особистого бренду на 6 місяців. Аналіз можливостей монетизації власного контенту. Створення медіа-кіту. Пошук потенційних партнерів та спонсорів.</p>

		ексклюзивний контент. Побудова особистого бренду журналіста. Нетворкінг у digital-просторі. Створення медіа-кіту	
	ЗАГ.: 10	20	60

6. Система оцінювання навчальної дисципліни

Загальна система оцінювання навчальної дисципліни			
	Вид роботи	Максимальна кількість балів	Примітки
	Поточний контроль (практичні завдання, активність)	40	Включає 10 практичних завдань
	Індивідуальний проєкт (портфоліо контенту)	30	Мінімум 10 якісних публікацій
	Фінальний груповий проєкт	30	Комплексна кампанія в соціальних медіа
	Разом:	100	
Вимоги до письмових робіт			
Семінарські заняття	<p>Відвідування та активна участь студентів у роботі практичних занять є обов'язковою умовою успішного складання курсу. Пропонуються наступні форми роботи на заняттях: виступ, опонування, участь у дискусії. На практичних заняттях оцінці підлягають: рівень знань, продемонстрований у виступах, активність при обговоренні питань, відповіді на питання експрес-контролю тощо.</p> <p>Критеріями оцінки при усних відповідях можуть бути: повнота розкриття питання; логіка викладення; впевненість та переконливість,</p>		

	культура мови; використання основної та додаткової літератури (монографій, навчальних посібників, журналів, інших періодичних видань тощо); аналітичність міркування, вміння робити порівняння, висновки. Робота на практичному занятті оцінюється за 5-бальною шкалою в залежності від повноти відповіді студента.
Умови допуску до підсумкового контролю	Для отримання допуску до підсумкового контролю студенту необхідно отримати мінімум 25 балів за семінарські заняття чи завдання самостійної роботи.
Підсумковий контроль	Форма контролю (залік). Форма здачі (комбінована).

7. Політика навчальної дисципліни

<p>Академічна доброчесність: Політика курсу базується на гуманістичній освітній парадигмі, суть якої полягає у повазі до особистості студента, у праві й можливості майбутнього фахівця самостійно обирати спосіб засвоєння навчального матеріалу, використовувати нові методи, прийоми і засоби педагогічної діяльності; на навчанні у співробітництві, тобто спільній із викладачем діяльності; на плюралізмі як важливій основі розвитку інтелектуальних здібностей студентів, розвитку їхнього критичного мислення. Будь-які форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Списування під час контрольних модульних робіт та екзамену заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).</p> <p>Відвідування занять :</p> <p>Відвідування занять є важливою складовою навчання. Дозволяється вільне відвідування лекцій. Пропуски практичних занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку на консультаціях.</p> <p>Можливість і порядок відпрацювання пропущених студентом занять регламентується <u>«Положенням про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника (введено в дію наказом ректора №309 від 19.05.2023 р.)»</u>.</p> <p>Покликання: http://surl.li/kedzc</p> <p>Для отримання допуску до підсумкового контролю студентів необхідно отримати мінімум 25 балів за семінарські заняття чи завдання самостійної роботи.</p> <p>Неформальна освіта: Під час навчання студентам пропонується проходження додаткових курсів на платформах Prometheus, ВUМonline та Coursera за відповідних предметним спрямуванням. Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується <u>«Положенням про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти в Прикарпатському національному університеті імені</u></p>
--

Василя Стефаніка» (Редакція 3) (введено в дію наказом ректора № 672 від 24.11.2022 р.)

Покликання : <http://surl.li/dzryl>

8. Рекомендована література

1. Потятиник Б. Інтернет-журналістика : навч. посіб. Львів : ПАІС, 2010. 244 с.
2. Журналістика і медіа в умовах цифрових трансформацій : матеріали I Всеукр. наук.-практ. конф. студентів і молодих вчених (Миколаїв, 13 травня 2025 р.). Миколаїв : НУК ім. адм. Макарова, 2025. 256 с. URL: <https://nuos.edu.ua/wp-content/uploads/2025/06/Materiali-konerencii.pdf>
3. Почепцов Г. Фейсбук та моделювання щастя в медіа. *MediaSapiens*. URL: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/1861>
4. Григорова З. В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі — ієрархія інформаційного простору. *Технологія і техніка друкарства*. 2017. № 3 (57). С. 93–100. DOI: [https://doi.org/10.20535/2077-7264.3\(57\).2017.115905](https://doi.org/10.20535/2077-7264.3(57).2017.115905).
5. Іванов В. Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики : навч. посіб. / за наук. ред. В. В. Різуна. Київ : Центр вільної преси, 2010. 258 с.
6. Почепцов Г. Медіа: теорія масових комунікацій : навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2008. С. 362–402.
7. Андерсон К. Успішні виступи на TED. Рецепти найкращих спікерів. 2-ге вид. Київ : Наш формат, 2017. 256 с.
8. Григорова З. В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі — ієрархія інформаційного простору. *Технологія і техніка друкарства*. 2018. № 3 (57). С. 93–100. URL: https://www.researchgate.net/publication/335017907_Novi_media_socialni_media_socialni_merezi_-_ierarhia_informacijnogoprostoru
9. Гурчіані Х. Д. Соціальні медіа й соціальні мережі: до проблеми соціального спрямування інформаційного контенту. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2014. № 4 (20). URL: https://www.researchgate.net/publication/321714705_Socialni_media_j_socialni_merezi_do_problemi_socialnogo_spramuvanna_informacijnogokontentu
10. Коневщинська О., Литвинова С. Електронні соціальні мережі як складник сучасних соціальних медіа. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2016. Т. 55, № 5. DOI: 10.33407/itlt.v55i5.1500.

Корисні онлайн-ресурси та платформи:

Bellingcat – інструменти та методи OSINT для журналістів (bellingcat.com)

Nieman Lab – дослідження майбутнього журналістики (niemanlab.org)

Detector Media – українське медіа про медіа (detector.media)

StopFake – протидія дезінформації про Україну (stopfake.org)

Poynter Institute – ресурси для журналістів (poynter.org)

Reuters Institute for the Study of Journalism (reutersinstitute.politics.ox.ac.uk)

Інструменти та платформи для практичної роботи:

Canva, Adobe Express – дизайн та створення візуального контенту
CapCut, InShot – відеомонтаж на мобільних пристроях
Buffer, Hootsuite, Later – планування та аналітика соціальних медіа
Google Analytics, Meta Business Suite – аналітика та метрики
TinEye, Google Reverse Image Search – верифікація зображень
CrowdTangle – моніторинг та аналіз соціальних медіа
Datawrapper – створення інфографіки та візуалізація даних

Викладач Тетяна Шлемкевич