

Сучасні технології медіатизації наукової діяльності

Дисципліна передбачає вивчення технологій медіатизації наукової діяльності у комунікаційному середовищі. Курс спрямований на вивчення специфічних технологій медіатизації діяльності науковців різних спеціальностей.

Мета вивчення курсу: навчити майбутнього доктора філософії медіатизувати власну діяльність за технологіями, поширеними в Європі, США, Австралії та Японії.

Структура курсу. Курс складається з двох модулів. У *першому змістовому модулі* (25 % навчального часу) відбувається ознайомлення із особливостями медіатизації наукової діяльності; наголошується на формуванні наукового світогляду в суспільстві; проводиться ознайомлення з теорією комунікативних технологій; формування позитивного іміджу науки і вчених в медіа та масовій культурі; акцентується увага на ознаках псевдонауки. У *другому змістовому модулі* вивчаються практичні навички комунікації в медіа середовищі (75% навчального часу): висвітлюються основні етапи спрямування інформації на різні сегменти аудиторії; вивчається доцільність жанрових форм медіатизації висвітлюються особливості медіатизації різних наук; принципи застосування комунікативних технологій при комунікації з керівництвом на виробництвах, грантодавцями та ін. Окремим завданням вивчення модулю є підготовка комплексного інформаційного пакету для популяризації діяльності науковця на телебаченні, радіо, у пресі та на інтернет-ресурсах.

Вивчення курсу передбачає систематизацію **знань** про:

- 1) медіатизацію наукової діяльності в Україні і світі;
- 2) комунікаційні технології та їх застосування в медіа;
- 3) прогнозування змін в суспільстві як наслідок застосування комунікаційних технологій в науковій діяльності.

Опанування практичними аспектами курсу передбачає оптимізацію **вмінь** щодо:

- 1) ефективної медіатизації наукової діяльності;
- 2) використання комунікативних технологій в роботі науковця і наукових колективів.

Корисні джерела:

1. Бернофф Д., Ли Ч. Взрывная Web-волна / пер. с англ. М., 2010. – 210 с.
2. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран: учебн. пособ. / Е. Л. Вартанова. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 335 с.
3. Заярна О. Як переконати масову аудиторію: психологічні чинники ефективної пропаганди / О. Заярна // Нова політика. – 2009.
4. Зражевська Н. І. Комунікаційні технології: лекції / Н. І. Зражевська. – Черкаси: Брама-Україна, 2010. – 224 с.
5. Маклюен, Маршал. Понимание Медиа. Внешние расширения человека. / Маршал Маклюен. – М. Изд-ва: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, Жуковский, 2003. – 464 с.
6. Матвієнко В. Я. Соціальні технології / В. Я. Матвієнко. – К., 2001.
7. Почепцов Г. Г. Коммуникационные технологии. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – 348 с.
8. Різун В. В., Непийвода Н. Ф., Корнеєв В. М. Лінгвістика впливу. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2005. – 148 с.
9. Різун В. В. Природа й структура комунікативного процесу // <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1005>
10. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учеб. пособие. СПб, 2002.
11. Тарабанов А. Мифы и ритуалы медиатизированной повседневности [Електронний ресурс] / Арсений Тарабанов. – Режим доступу: www.philosophy.pu.ru/docs/kafedra/antrop/tarabanov_myphy.htm.
12. Почепцов Г. Г. Коммуникационные технологии. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – 348 с.
13. Різун В. В., Непийвода Н. Ф., Корнеєв В. М. Лінгвістика впливу. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2005. – 148 с.
14. Різун В. В. Природа й структура комунікативного процесу // <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1005>
15. Уэбстер Ф. Теории информационного общества: [Текст] / Френк Уэбстер; [пер. с англ.]; под ред. Е. Л. Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 516 с.
16. Управление общественными отношениями / Под ред. В. Комаровского. М., 2005. – 331 с.