



## Силабус курсу «ІМІДЖОЛОГІЯ»

Ступінь вищої освіти – бакалавр  
Спеціальність – 061 «Журналістика»  
Освітньо-професійна програма – «Правова журналістика»

Рік навчання: 2, Семестр: 4

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

### КЕРІВНИК КУРСУ

ПІП

канд. екон. н., доцент Патряк Олександра Тарасівна

Контактна інформація

[o.patriak@wunu.edu.ua](mailto:o.patriak@wunu.edu.ua)

### ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

«Іміджологія» є однією з важливих дисциплін, предметом якої є категорія іміджу в сучасному світі в усіх формах її функціонування. В інформаційному суспільстві імідж стає найефективнішою формою свідомої чи позасвідомої передачі та сприйняття інформації про найрізноманітніші об'єкти: осіб і колективи, товари і компанії, народу і країни, що спрощує та при правильному застосуванні можливостей категорії іміджу гармонізує сферу соціальної комунікації. У контексті журналістської діяльності категорія іміджу має особливе подвійне значення. З одного боку, журналіст є особою, що формує імідж тих осіб та організацій, життєдіяльність яких безпосередньо чи опосередковано, прямо чи побіжно висвітлює у своїх публікаціях або сюжетах (при чому цей імідж може як відповідати бажаному для самого носія, так і бути негативним і перебувати в конфліктності і з його самоіміджем). З другого боку, журналіст має сам бути носієм органічного іміджу, котрий виокремлює його з-поміж інших представників професії, засвідчує індивідуальність і викликає довіру до нього, оскільки це є обов'язковою умовою для виникнення довіри до наданої ним інформації.

Курс «Іміджологія» є комбінованим курсом з точки зору поєднання теорії та практики для розвитку цілісного сприйняття процесів формування іміджу, використання технологій іміджування, корекції та просування.

### СТРУКТУРА КУРСУ

| Години<br>(лек. /<br>сем.) | Тема                                                                 | Результати навчання                                                                                                                                                                                                                                                 | Завдання                        |
|----------------------------|----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| 2 / 2                      | Іміджологія в системі суспільних наук.                               | Освоїти систему знань щодо сутності дисципліни «Іміджологія» в системі підготовки фахівців. Розуміти предмет, мету та завдання курсу. Ознайомитися з історією та основними етапами розвитку категорії «іміджу» та критеріями визначення іміджу у сфері журналістики | Проведення дискусій             |
| 2 / 2                      | Імідж як центральна категорія іміджології.<br>Типи та функції іміджу | Сформувати знання щодо ролі комплексного коду іміджу, який становить те ядро іміджу, з огляду на яке формується громадська думка щодо носія цього іміджу. Вміти визначити функції іміджу, освоїти основні типи іміджу.                                              | Тести, питання, робота в групах |

|       |                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                     |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 2/2   | Теоретичні аспекти психології іміджу та самопрезентації. Стратегії самопрезентації.                                                    | Проаналізувати психологічні аспекти формування іміджу та роль самопрезентації. Розглянути і освоїти стратегії самопрезентації, аналізувати процес формування вражень                                                                                                                                    | Практичні завдання                  |
| 2 / 2 | Феномен психології впливу.                                                                                                             | Сформувати знання про феномен психологічного впливу. Розглянути типи, засоби та техніки психологічного впливу. Формувати вміння сприймати емоційний інтелект як засіб формування позитивного іміджу.                                                                                                    | практичні завдання                  |
| 2/ 2  | Інструментарій іміджології                                                                                                             | Сформувати знання про розвиток інструментарію іміджології. Охарактеризувати позиціонування та маніпулювання, метафоризації та архаїзацію як інструменти іміджології. Знати найпопулярніші інструменти іміджології.                                                                                      | Тестування, практичні завдання      |
| 4/ 4  | Іміджмейкінг: сутність і основні принципи . Психотехніки формування іміджу                                                             | Освоїти системи знань про технології формування іміджу та принципи іміджмейкінгу. Опанувати психотехніки створення образу в іміджмейкерстві. Отримати знання та застосувати практичні навички в області SMM-технологій, як засобу покращення іміджу                                                     | Практичні завдання                  |
| 2 / 2 | Індивідуальний імідж. Технології просування особистісного іміджу.                                                                      | Володіти культурою мислення формування та просування іміджу особистого іміджу. Отримати та застосувати практичні навички в створенні ефективного імідж-образу. Сформувати знання про журналістську професію як стереотипну, розглянути індивідуальні образи журналістів у масовій та елітарній культурі | Дискусія                            |
| 2/ 2  | Імідж держави . Формування позитивного іміджу політика. Електронний публіцизм як засіб формування зовнішньополітичного іміджу держави. | Сформувати знання про політичний імідж; визначити технологію створення іміджу політика; розглянути класифікацію політичного іміджу; Проаналізувати стратегії виборчих компаній; сформувати знання про імідж держави.                                                                                    | робота в групах, практичні завдання |
| 2/2   | Імідж організації: планування, формування, просування. Бенчмаркінг.                                                                    | Сформувати знання про імідж організації; визначити складові іміджу організації; розглянути базові моделі іміджу організації; Освоїти методику створення іміджу                                                                                                                                          | Дискусія                            |

|     |                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                    |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
|     |                                                                                           | фірми: планування, формування, просування.<br>Отримати знання та застосувати практичні навички в області бенчмаркінгу як технології створення між компаній.<br>Освоїти роль брендингу, неймінгу, ребрендингу.                                                                            |                                    |
| 4/4 | Імідж у сфері журналістики.                                                               | Сформувати знання про індивідуальні образи журналістів у масовій та елітарній культурі.<br>Журналіст-керівник (журналіст-функціонер), журналіст-лідер думок, журналіст-опозиціонер, журналіст-викривач, журналіст-шоумен, журналіст-репортер, журналіст-редактор, журналіст-диктор тощо. | Дискусія                           |
| 2/2 | Творення іміджу телебачення України.<br>Онлайн-присутність. Веб-сайт та соціальні мережі. | Сформувати знання про Паблікрилейншз і його вплив на імідж телебачення.<br>Освоїти особливості телевізійного іміджу.<br>Політико-економічні аспекти іміджу українського телебачення.<br>Проаналізувати Шляхи оптимізації іміджу телебачення.                                             | Оцінювання результатів презентації |
| 2/2 | Методика і естетика створення ділового іміджу                                             | Опанувати секрети створення ділового іміджу та стилю Представників креативних професій.<br>Знати стилістику, колористику, етику й естетику, роль дизайну та геометрію для створення ефективного образу.                                                                                  | Робота в групах                    |

## ЛІТЕРАТУРНІ ДЖЕРЕЛА

### Новітні видання (2019-2024)

1. Болотова В. О. Іміджологія [Електронний ресурс] : текст лекцій для студентів спец. 054 "Соціологія", 061 "Журналістика" / В. О. Болотова, Н. О. Ляшенко, К. А. Агаларова ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2021. – 150 с. – URI: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55391>.
2. Григорчук Т. В. (2018). Брендинг. Київ : Київський національний університет культури і мистецтв.
3. Кузнєцова К. О. (2020). Бренд-менеджмент. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського.
4. Патряк О.Т. Формування національного іміджу України за кордоном. Трансформаційні процеси соціально-гуманітарної сфери сучасної України в умовах війни: виклики, проблеми та перспективи: зб. Матеріалів міжнародної науково-практичної конференції, Тернопіль, 2-3 червня 2022р. / під заг.ред.: О. Є. Гомотюк. Тернопіль: Університетська думка, 2022. 342с. С.321-323. <http://nauksgf.wunu.edu.ua/index.php/npsgf/issue/view/3>
5. Повалій Т. Л. Іміджологія та брендинг у соціокультурній діяльності : навчальний посібник / Т. Л. Повалій, О. П. Бойко, О. О. Котенко. – Суми : Сумський державний університет, 2024. – 257 с.

6. Смерічевський С. Ф., Петропавловська С. Є. Радченко О. А. (2019). Бренд-менеджмент. Київ : НАУ.
7. Трушевич, Г.Б. (2021) Політичний іміджмейкінг: основні підходи до визначення змісту в контексті сучасних наукових досліджень. Регіональні студії, 25, 16-21
8. Юдіна Н. В. (2020). Бренд-менеджмент: начальні-методичний комплекс дисципліни. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського.

### Класичні видання

1. Барна Н.В. Іміджологія: навч. посіб. для дистанційного навчання. К.: Університет "Україна", 2008. 217 с.
2. Бондаренко І. С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурно-освітні стратегії. - Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2016. - 320 с.
3. Бугрим В. В. Іміджологія/ Іміджмейкінг: навчальний посібник. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. -250 с.
4. Дячук В. П. Д 990 Іміджологія. Соціокультурний вимір :навч. посіб. Київ :Видавництво Ліра-К, 2017. – 308 с.
5. Палеха Ю.І. Іміджологія: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: Видавництво Європейського університету, 2005. 324 с.
6. Хавкіна Л. М. Іміджологія: навчально-методичний посібник. Х.:ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 64 с.

### ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-20 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).
- **Політика щодо відвідування:** За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в онлайн формі за погодженням із керівником курсу.

### ОЦІНЮВАННЯ

Остаточну оцінку за курс розраховують таким чином:

| Види оцінювання                                                                                                                                                                | % від остаточної оцінки |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 1. Усне опитування (середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час заняття).                                                                                                  |                         |
| 2. Письмова робота                                                                                                                                                             |                         |
| Оцінювання: тестових питань (10) – 3 бали за кожну правильну відповідь (макс. –30), 2 конструктивних питань – макс. 40 балів, виконання ситуаційного завдання – макс. 30 балів | 20%+20%                 |
| 1. Усне опитування (середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час заняття).                                                                                                  |                         |
| 2. Письмова робота                                                                                                                                                             |                         |
| Оцінювання: тестових питань (10) – 3 бали за кожну правильну відповідь (макс. –30), 2 конструктивних питань – макс. 40 балів, виконання ситуаційного завдання – макс. 30 балів | 20%+20%                 |
| Середнє арифметичне з оцінок отриманих під час тренінгу                                                                                                                        | 5%                      |
| Середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час вивчення дисципліни за самостійну роботу (реферат, есе та оцінювання електронної презентації).                                 | 15%                     |

Підготовка завдання на самостійну роботу (презентація)

60 балів.

2. Захист роботи 40 балів.

Шкала оцінювання студентів:

| ECTS | Бали   | Зміст                                          |
|------|--------|------------------------------------------------|
| A    | 90–100 | відмінно                                       |
| B    | 85–89  | дуже добре                                     |
| C    | 75–84  | добре                                          |
| D    | 65–74  | задовільно                                     |
| E    | 60–64  | достатньо                                      |
| FX   | 35–59  | незадовільно з можливістю повторного складання |
| F    | 1–34   | незадовільно з обов'язковим повторним курсом   |