

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.08- 05.01/033.00.1/Б- ОК12-1-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 1

## ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою факультету  
педагогічних технологій та освіти  
впродовж життя

26 серпня 2025 р., протокол № 7

Голова Вченої ради

Людмила МОГЕЛЬНИЦЬКА




## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ЕСТЕТИЧНІ СТРАТЕГІЇ В МАСОВІЙ КУЛЬТУРІ»

для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр»  
спеціальності 033 «Філософія»  
освітньо-професійна програма «Масові комунікації, коучинг та консалтинг»  
факультет педагогічних технологій та освіти впродовж життя  
кафедра журналістики та філософських студій

Схвалено на засіданні кафедри  
журналістики та філософських студій  
26 серпня 2025 р.,  
протокол № 7

Завідувач кафедри

 Вадим СЛЮСАР

Гарант освітньої програми

 Вадим СЛЮСАР

Розробники: Вадим СЛЮСАР, доктор філософських наук, завідувач  
кафедри журналістики та філософських студій

Житомир  
2025 – 2026 н.р.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.08- 05.01/033.00.1/Б- ОК12-1-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 2

Робоча програма навчальної дисципліни «Естетичні стратегії в масовій культурі» для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр» спеціальності 033 «Філософія» освітньо-професійна програма «Масові комунікації, коучинг та консалтинг» затверджена Вченою радою факультету педагогічних технологій та освіти впродовж життя від 31 серпня 2023 р., протокол № 11.

Робоча програма навчальної дисципліни «Естетичні стратегії в масовій культурі» (із змінами та доповненнями) для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр» спеціальності 033 «Філософія» освітньо-професійна програма «Масові комунікації, коучинг та консалтинг» затверджена Вченою радою факультету педагогічних технологій та освіти впродовж життя від 25 серпня 2025 р., протокол № 7

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.08- 05.01/033.00.1/Б- ОК12-1-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 3

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма здобуття вищої освіти	
Кількість кредитів 3	Галузь знань: 03 Гуманітарні науки	нормативна (нормативна, за вибором)	
Модулів – 1	Спеціальність: 033 Філософія	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		4	
Загальна кількість годин - 90		Семестр	
		8	
Тижневих годин для денної форми здобуття вищої освіти: аудиторних 5 самостійної роботи – 4,5	Освітній ступінь «бакалавр»	Лекції	
		36 год.	
		Практичні	
		24 год.	
		Лабораторні	
		–	
		Самостійна робота	
		30 год.	
Вид контролю: залік			

Частка аудиторних занять і частка самостійної та індивідуальної роботи у загальному обсязі годин з навчальної дисципліни становить:

для денної форми здобуття вищої освіти – 66 % аудиторних занять, 34 % самостійної та індивідуальної роботи.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.08- 05.01/033.00.1/Б- OK12-1-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 4

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою** вивчення дисципліни є формування у здобувачів системного розуміння естетичних стратегій як ключового інструменту функціонування сучасної масової культури та масових комунікацій; здатності розпізнавати, аналізувати та критично оцінювати способи естетизації повсякденності, комерційного продукту, цифрового досвіду й медіаконтенту; а також розвитку професійної естетичної компетентності для роботи в креативних, комунікаційних, медійних та культурних індустріях. Курс спрямований на виховання критичного естетичного мислення, чутливості до маніпулятивних та ідеологічних аспектів краси в масовій культурі, розуміння взаємозв'язку естетики з економікою уваги, споживанням, ідентичністю та соціальною владою, а також на підготовку до етичної та рефлексивної участі у створенні й інтерпретації візуального, аудіального та наративного контенту в цифрову епоху.

**Предметом** вивчення дисципліни «Естетичні стратегії масової культури» є естетичні механізми, прийоми та стратегії, що застосовуються в продуктах і процесах масової культури та масових комунікацій для формування сприйняття, емоційного впливу, ідентичності, смаків і поведінки аудиторії. Це включає аналіз візуальної, аудіальної, наративної, колірної, символічної та перформативної естетики в рекламі, кіно й телебаченні, соціальних мережах, цифровому контенті, брендингу, мем-культурі, а також етичні, ідеологічні та соціальні наслідки таких стратегій у контексті споживчого суспільства, алгоритмічної культури та постмодерністських трансформацій.

### Завдання дисципліни:

- ознайомити здобувачів освіти з еволюцією естетичних стратегій у масовій культурі та масових комунікаціях – від класичних теорій (В. Беньямін, Т. Адорно, Ж. Бодрійяр, М. Маклюєн) до сучасних підходів (платформна естетика, економіка уваги, соге-естетики, AI-естетика);

- розкрити теоретичні основи естетики масової культури: від філософських концепцій естетичного досвіду (І. Кант, Дж. Дьюї, Г.-Г. Гадамер) до семіотичних, рецептивних, критичних і постмодерністських підходів;

- проаналізувати роль кольору, звуку, наративу, монтажу, перформативності та інших елементів як інструментів емоційного, символічного та ідеологічного впливу в рекламі, кіно, соцмережах, брендингу та цифровому контенті;

- розкрити специфіку естетичних стратегій у ключових сферах масової культури: рекламний образ, екранна естетика (кіно/серіали/streaming), платформна та алгоритмічна естетика соцмереж, аудіоестетика, мем-культура, корпоративний брендинг;

- показати взаємозв'язок естетичних стратегій масової культури з процесами комерціалізації, глобалізації, гендерними/постколоніальними/екологічними дискурсами, економікою уваги, культурою споживання та формуванням цифрової тілесності й ідентичності;

- розвинути навички критичного аналізу конкретних продуктів масової культури (рекламні кампанії, вірусні відео, меми, серіали, інфлюенсер-контент, UX/UI-дизайн, бренд-ідентичність) з метою виявлення прихованих механізмів маніпуляції, ідеологічного навантаження та естетичної демократії/ієрархії.

Зміст навчальної дисципліни направлений на формування наступних **компетентностей**, визначених стандартом вищої освіти зі спеціальності 033 «Філософія» та освітньо-професійною програмою «Масові комунікації, коучинг та консалтинг»:

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.08- 05.01/033.00.1/Б- ОК12-1-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 5

ЗК 11. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

ЗК 12. Здатність діяти на підставі етичних міркувань (мотивів).

СК 5. Здатність аналізувати сучасні філософські проблеми та вчення.

СК 10. Здатність аналізувати та коментувати літературу з філософської, соціокультурної та загальнонаукової проблематики.

СК 14. Здатність брати участь в інтелектуальних дискусіях на засадах діалогу, відкритості й толерантності.

СК 16. Здатність аналізувати медійний продукт, програмувати рецепцію власного медіатору, формувати суспільну думку засобами масової комунікації.

СК 18. Здатність оцінити корисність типових методів, процедур і передових практик для виконання завдань, пов'язаних з різними сферами консультаційної та коучингової діяльності.

Отримані знання з навчальної дисципліни стануть складовими наступних **програмних результатів** навчання за спеціальністю 033 «Філософія»:

ПР 4. Аналізувати та коментувати літературу з філософської, соціокультурної та загальногуманітарної проблематики.

ПР 6. Мати обізнаність щодо основних напрямів, тенденцій, проблематики сучасної філософії.

ПР 10. Мати навички реферування, систематизованого огляду та порівняльного аналізу філософської та загальнонаукової літератури.

ПР 15. Мати навички ведення інтелектуальних дискусій на засадах діалогу, відкритості й толерантності.

ПР 19. Вміти розв'язувати складні та неординарні проблеми, виконувати завдання у непередбачуваних умовах, застосовуючи передові інформаційно-комунікативні методи.

Під час вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти зможуть отримати наступні Soft skills:

– *комунікативні навички*: розвиток усного, письмового й невербального мовлення; здатність до усвідомленої, етичної та відповідальної комунікації; уміння вести аргументовані дискусії з урахуванням соціально-філософських і історичних підходів; навички ефективної взаємодії та співпраці в групі;

– *навички публічної комунікації*: здатність виступати перед різними аудиторіями; уміння презентувати соціально-філософські та історичні концепції, тексти й власні інтерпретації; підготовка та проведення усних доповідей, дискусій і мультимедійних презентацій;

– *управління часом і самоорганізація*: уміння планувати навчальну та проєктну діяльність, раціонально розподіляти час, дотримуватися встановлених термінів виконання завдань;

– *гнучкість мислення та адаптивність*: здатність аналізувати різні соціально-філософські та історичні концепції, теорії розвитку суспільства; відкритість до

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.08- 05.01/033.00.1/Б- OK12-1-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 6

альтернативних точок зору; уміння переглядати власні переконання у процесі аргументованого діалогу та осмислення історичних подій і соціальних явищ;

– *лідерські та фасилітаційні навички*: уміння ініціювати й підтримувати конструктивну дискусію; здатність ухвалювати виважені рішення у комунікативних і організаційних ситуаціях; навички постановки цілей, координації спільної роботи та участі у навчальних, соціальних і дослідницьких проєктах;

– *особистісні та етичні якості*: розвиток критичного й рефлексивного мислення; формування відповідальності за слово та дію; дотримання принципів академічної доброчесності; виховання толерантності, емпатії, поваги до історичних і культурних особливостей різних народів та соціальних груп.

### 3. Програма навчальної дисципліни

#### Змістовий модуль 1. Теоретичні засади естетики масової культури

##### Тема 1. Вступ до дисципліни: поняття естетики в масових комунікаціях (ЗК 11, ЗК12, СК 5, СК 10, СК14, СК 16, СК 18, ПР 4, ПР 6, ПР 10, ПР 15, ПР 19)

1. Поняття естетики та її відмінність від художньої, прикладної та медіаестетики.
2. Масові комунікації як простір естетичної соціалізації та формування смаку.
3. Історичний розвиток естетичних стратегій у медіа: від друкованої культури до цифрових платформ.
4. Функції естетики в комунікаціях: атрактивна, переконувальна, ідентифікаційна, символічна.
5. Естетичні стратегії та маніпуляція: межі впливу й автономії реципієнта.
6. Класичні й сучасні теоретики: В. Беньямін (аура та відтворюваність), Р. Барт (міфології), Ж. Бодрійяр (симулякри), М. Маклюєн (медіа як посередник чуттєвості), Н. Луман (комунікація як система).
7. Сучасні виклики: візуальне перевантаження, алгоритмічна селекція контенту, культура постправди.

##### Тема 2. Теоретичні основи естетики масових комунікацій (ЗК 11, ЗК12, СК 5, СК 10, СК14, СК 16, СК 18, ПР 4, ПР 6, ПР 10, ПР 15, ПР 19)

1. Естетика як філософська дисципліна: від Канта і Шиллера до Дьюї та сучасної медіаестетики.
2. Поняття естетичного досвіду (Дж. Дьюї, Г. Гадамер) у контексті масової аудиторії.
3. Семіотичні підходи: знак, код, міф (Ч. Пірс, Р. Барт, У. Еко).
4. Теорії медіа-ефектів і символічного впливу (Г. Лассуелл, П. Лазарсфельд, Е. Ноель-Нойман).
5. Критична теорія масової культури: Т. Адорно і М. Горкгаймер (індустрія культури).
6. Постмодерністська естетика: симуляція, гіперреальність, естетизація повсякденності (Ж. Бодрійяр, Ф. Джеймісон).
7. Теорія рецепції та активна аудиторія (С. Холл, М. де Серто).
8. Концепція «популярної естетики» та демократизації смаку.

##### Тема 3. Візуальна естетика: базові принципи (ЗК 11, ЗК12, СК 5, СК 10, СК14, СК 16, СК 18, ПР 4, ПР 6, ПР 10, ПР 15, ПР 19)

1. Візуальна мова як система знаків і кодів.
2. Елементи візуальної форми: лінія, колір, фактура, простір.
3. Класичні принципи композиції (золотий перетин, пропорції, симетрія).
4. Гештальт-теорія сприйняття (М. Вертгаймер, В. Келер) та її застосування в дизайні.
5. Теорія візуальної ієрархії та спрямування уваги.
6. Іконічний поворот у культурі (В. Мітчелл, Г. Бем).
7. Візуальні риторичні фігури: метафора, метонімія, алегорія.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.08- 05.01/033.00.1/Б- ОК12-1-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 7

8. Типові візуальні помилки та ефекти когнітивного перевантаження.

**Тема 4. Колір у масових комунікаціях (ЗК 11, ЗК12, СК 5, СК 10, СК14, СК 16, СК 18, ПР 4, ПР 6, ПР 10, ПР 15, ПР 19)**

1. Теорії кольору: І. Ньютон, Й. Гете, Й. Іттен.
2. Фізіологічні та психологічні механізми колірної сприйняття.
3. Культурна символіка кольорів у різних традиціях.
4. Колір як елемент ідентичності бренду та візуального коду.
5. Гармонії та контрасти як засоби емоційного програмування.
6. Теорія колірної пам'яті та впізнаваності.
7. Доступність і універсальний дизайн: проблема дальтонізму та інклюзії.
8. Цифрові тенденції: dark mode, неонова палітра, градієнтна естетика.

**Тема 5. Естетика рекламного образу (ЗК 11, ЗК12, СК 5, СК 10, СК14, СК 16, СК 18, ПР 4, ПР 6, ПР 10, ПР 15, ПР 19)**

1. Рекламний образ як символічна конструкція.
2. Типологія образів: інформативний, емоційний, міфологічний.
3. Теорія візуальної риторики в рекламі.
4. Архетипи та колективне несвідоме (К. Юнг) у рекламній комунікації.
5. Мінімалізм і максималізм як стратегічні стилі.
6. Гендерна й постколоніальна критика рекламної естетики.
7. Провокація, шок і табуйовані образи як інструменти уваги.
8. Інфлюенсер-естетика та феномен «сконструйованої автентичності».

**Тема 6. Естетика кіно та телебачення (ЗК 11, ЗК12, СК 5, СК 10, СК14, СК 16, СК 18, ПР 4, ПР 6, ПР 10, ПР 15, ПР 19)**

1. Теорія кіномови: кадр, план, перспектива.
2. Монтажні концепції (А. Базен, Ж.-Л. Годар).
3. Колір і світло як емоційні маркери наративу.
4. Теорії аудіовізуального синтезу.
5. Естетика телесеріалів і «довгих форм».
6. Стилїстика авторського та масового кіно.
7. Streaming-платформи як нові естетичні інститути.
8. Глобалізація екранної естетики.

**Змістовий модуль 2. Естетичні стратегії цифрової масової культури та соціальна відповідальність**

**Тема 7. Естетика соціальних мереж та цифрового контенту (ЗК 11, ЗК12, СК 5, СК 10, СК14, СК 16, СК 18, ПР 4, ПР 6, ПР 10, ПР 15, ПР 19)**

1. Платформна естетика та алгоритмічний відбір.
2. Теорія «економіки уваги» (Г. Саймон, М. Голдхабер).
3. Візуальні тренди як культурні коди.
4. Аутентичність і перформативність цифрового образу.
5. Естетизація повсякденності та культура селфі.
6. Вплив фільтрів і доповненої реальності на тілесність.
7. Формування естетичних спільнот (core-естетики).
8. Короткий формат як нова норма візуального мислення.

**Тема 8. Звук та аудіоестетика в масових комунікаціях (ЗК 11, ЗК12, СК 5, СК 10, СК14, СК 16, СК 18, ПР 4, ПР 6, ПР 10, ПР 15, ПР 19)**

1. Теорія звукового сприйняття і саундскейпу (Р. Мюррей Шейфер).
2. Аудіобрендинг і символічна функція звуку.
3. Голос як носій ідентичності та довіри.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.08- 05.01/033.00.1/Б- ОК12-1-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 8

4. ASMR і феномен сенсорної релаксації.
5. Естетика тиші (Дж. Кейдж) у медіапросторі.
6. Саунд-дизайн як емоційний код наративу.
7. Звукові логотипи та корпоративна пам'ять.
8. Цифрові формати аудіоконтенту.

**Тема 9. Наративні стратегії та естетика оповіді (ЗК 11, ЗК12, СК 5, СК 10, СК14, СК 16, СК 18, ПР 4, ПР 6, ПР 10, ПР 15, ПР 19)**

1. Класичні й сучасні наративні моделі (Арістотель, Кемпбелл, Пропп).
2. Серіалізація та естетика очікування.
3. Нелінійний і фрагментарний наратив.
4. Візуальний сторітелінг і трансмедійні історії.
5. Теорія інтерактивного нарративу.
6. Емоційна драматургія та катарсис у масмедіа.
7. Кліше й жанрові формули як естетичні шаблони.
8. Мікронаративи в цифровій культурі.

**Тема 10. Брендинг та корпоративна естетика (ЗК 11, ЗК12, СК 5, СК 10, СК14, СК 16, СК 18, ПР 4, ПР 6, ПР 10, ПР 15, ПР 19)**

1. Теорія бренду як символічного капіталу (П. Бурдьє, Д. Аакер).
2. Корпоративна ідентичність як система знаків.
3. Естетика упаковки та матеріальної культури.
4. Ребрендинг і візуальна пам'ять споживача.
5. Люксові та масові стилі як соціальні маркери.
6. UX/UI-естетика та емоційний дизайн (Д. Норман).
7. Кольорові коди й типографічні стратегії.
8. Емоційний брендинг і лояльність.

**Тема 11. Постмодернізм, іронія та мем-естетика (ЗК 11, ЗК12, СК 5, СК 10, СК14, СК 16, СК 18, ПР 4, ПР 6, ПР 10, ПР 15, ПР 19)**

1. Постмодерністська культура: пастиш, цитатність, симуляція.
2. Теорія мемів (Р. Докінз) і цифрова реплікація.
3. Glitch-естетика та культура помилки.
4. Іронія, постіронія та «нова щирість».
5. Low-fi і ретроестетика як ностальгічні коди.
6. Деконструкція класичних образів.
7. Мем як форма колективної творчості.
8. Естетика абсурду та «cringe culture».

**Тема 12. Етичні та соціальні аспекти естетичних стратегій (ЗК 11, ЗК12, СК 5, СК 10, СК14, СК 16, СК 18, ПР 4, ПР 6, ПР 10, ПР 15, ПР 19)**

1. Естетика і маніпуляція: межі впливу.
2. Тіло, норма і візуальні стандарти краси.
3. Естетизація насильства та політичної комунікації.
4. Greenwashing і псевдоекологічна стилістика.
5. Інклюзивна естетика та репрезентація різноманіття.
6. Пропаганда як естетичний проєкт.
7. Права людини і візуальна відповідальність.
8. AI-естетика та майбутнє творчості.

#### 4. Структура навчальної дисципліни

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.08- 05.01/033.00.1/Б- OK12-1-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 9

Змістові модулі і теми	Кількість годин			
	денна форма здобуття вищої освіти			
	Усього	Лекції	Практичні	освітні роботи
<b>Модуль 1</b>				
<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні засади естетики масової культури</b>				
Тема 1. Вступ до дисципліни: поняття естетики в масових комунікаціях	5	2	–	3
Тема 2. Теоретичні основи естетики масових комунікацій	9	2	4	3
Тема 3. Візуальна естетика: базові принципи	9	4	2	3
Тема 4. Колір у масових комунікаціях	6	2	2	2
Тема 5. Естетика рекламного образу	8	4	2	2
Тема 6. Естетика кіно та телебачення	8	4	2	2
<b>Разом за змістовий модуль 1</b>	<b>45</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>15</b>
<b>Змістовий модуль 2. Естетичні стратегії цифрової масової культури та соціальна відповідальність</b>				
Тема 7. Естетика соціальних мереж та цифрового контенту	5	2	4	3
Тема 8. Звук та аудіоестетика в масових комунікаціях	9	2	2	3
Тема 9. Наративні стратегії та естетика оповіді	9	4	2	3
Тема 10. Брендинг та корпоративна естетика	6	2	–	2
Тема 11. Постмодернізм, іронія та мем естетика	8	4	2	2
Тема 12. Етичні та соціальні аспекти естетичних стратегій	8	4	2	2
<b>Разом за змістовий модуль 2</b>	<b>45</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>15</b>
<b>ВСЬОГО</b>	<b>90</b>	<b>36</b>	<b>24</b>	<b>30</b>

### 5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Тема 2. Теоретичні основи естетики масових комунікацій	4
2.	Тема 3. Візуальна естетика: базові принципи	2
3.	Тема 4. Колір у масових комунікаціях	2
4.	Тема 5. Естетика рекламного образу	2
5.	Тема 6. Естетика кіно та телебачення	2
6.	Тема 7. Естетика соціальних мереж та цифрового контенту	4
7.	Тема 8. Звук та аудіоестетика в масових комунікаціях	2
8.	Тема 9. Наративні стратегії та естетика оповіді	2
9.	Тема 11. Постмодернізм, іронія та мем естетика	2
10.	Тема 12. Етичні та соціальні аспекти естетичних стратегій	2

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.08- 05.01/033.00.1/Б- ОК12-1-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 10

Разом	24
-------	----

## 6. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Тема 1. Вступ до дисципліни: поняття естетики в масових комунікаціях Естетичні стратегії та маніпуляція: межі впливу й автономії реципієнта. Сучасні виклики: візуальне перевантаження, алгоритмічна селекція контенту, культура постправди.	3
2.	Тема 2. Теоретичні основи естетики масових комунікацій Теорія рецепції та активна аудиторія (С. Холл, М. де Серто). Концепція «популярної естетики» та демократизації смаку.	3
3.	Тема 3. Візуальна естетика: базові принципи Візуальні риторичні фігури: метафора, метонімія, алегорія. Типові візуальні помилки та ефекти когнітивного перевантаження.	3
4.	Тема 4. Колір у масових комунікаціях Доступність і універсальний дизайн: проблема дальтонізму та інклюзії. Цифрові тенденції: dark mode, неонова палітра, градієнтна естетика.	2
5.	Тема 5. Естетика рекламного образу Інфлюенсер-естетика та феномен «сконструйованої автентичності».	2
6.	Тема 6. Естетика кіно та телебачення Стилістика авторського та масового кіно. Streaming-платформи як нові естетичні інститути. Глобалізація екранної естетики.	2
7.	Тема 7. Естетика соціальних мереж та цифрового контенту Короткий формат як нова норма візуального мислення.	3
8.	Тема 8. Звук та аудіоестетика в масових комунікаціях Звукові логотипи та корпоративна пам'ять.	3
9.	Тема 9. Наративні стратегії та естетика оповіді Кліше й жанрові формули як естетичні шаблони.	3
10.	Тема 10. Брендинг та корпоративна естетика UX/UI-естетика та емоційний дизайн (Д. Норман). Кольорові коди й типографічні стратегії. Емоційний брендинг і лояльність.	2
11.	Тема 11. Постмодернізм, іронія та мем естетика Деконструкція класичних образів.	2
12.	Тема 12. Етичні та соціальні аспекти естетичних стратегій AI-естетика та майбутнє творчості.	2
	Разом	30

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.08- 05.01/033.00.1/Б- ОК12-1-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 11

## 7. Індивідуальні самостійні завдання

Індивідуальні самостійні завдання передбачають підготовку доповідей, виконання творчих і аналітичних робіт, написання есе та критичних оглядів з проблем естетики масової культури, а також аналізу естетичних стратегій у медіа, рекламі, цифровому контенті, брендингу та повсякденних практиках. Особлива увага приділяється виявленню механізмів естетизації комерційного продукту, формування смаків і ідентичностей через масові комунікації, а також етичним наслідкам застосування естетичних стратегій у сучасному суспільстві споживання, алгоритмічній культурі та цифрових платформах.

Виконання завдань з аналізу естетичних стратегій масової культури передбачає:

- встановлення приналежності ключових теоретиків (Беньямін, Адорно, Бодрійяр, Маклюен, Барт, Холл, де Серто тощо) до філософських шкіл, напрямів естетики масової культури, критичної теорії, постмодернізму, культурних студій та теорій медіа;
- визначення основоположних естетичних принципів і стратегій відповідних концепцій (аура/відтворюваність, симулякр, індустрія культури, кодування/декодування, економіка уваги тощо) та особистого внеску мислителів у їх розробку;
- аналіз змісту основних праць, присвячених естетичним механізмам масової культури, візуальній/аудіо/нарративній риториці, естетизації повсякденності, платформній естетиці та впливу на сприйняття й поведінку аудиторії;
- з'ясування того, який розвиток отримали ці ідеї у сучасному медійному, цифровому, рекламному та креативному дискурсі, а також їхнє застосування в актуальних продуктах масової культури (соцмережі, серіали, меми, бренди, інфлюенсер-контент, AI-генеровані образи).

Пропоновані теми (студент обирає одну для доповіді / есе / аналітичної роботи обсягом 8–15 сторінок або презентації з прикладами):

- Естетика масової культури: від індустрії культури (Адорно/Горкгаймер) до економіки уваги та платформної естетики сучасності.
- Аура та технічна відтворюваність твору в епоху цифрових медіа: аналіз ідей В. Беньяміна на прикладах TikTok/Instagram/Reels.
- Симулякри та гіперреальність у візуальній естетиці реклами та соцмереж (Ж. Бодрійяр): кейси інфлюенсер-естетики та «сконструйованої автентичності».
- Візуальна риторика рекламного образу: архетипи, метафори, шок-стратегії та етичні межі (на прикладі конкретних кампаній).
- Колір як інструмент емоційного програмування в брендингу та масових комунікаціях: аналіз колірних кодів відомих брендів.
- Естетика серіалів і «довгих форм» на streaming-платформах: монтаж, колір, звук як нарративні стратегії (Netflix, HBO тощо).
- Платформна естетика та алгоритмічний відбір контенту: вплив на візуальні тренди, соге-естетики та формування естетичних спільнот.
- Мем-естетика та постмодерністська іронія: пастиш, glitch, постіронія, cringe culture як форми колективної творчості.
- Аудіоестетика в масових комунікаціях: ASMR, саунд-дизайн, голос бренду та звукові логотипи (приклади з подкастів, реклами, TikTok).
- Естетизація повсякденності в цифрову епоху: селфі-культура, фільтри, доповнена реальність та трансформація тілесності.
- Етичні аспекти естетичних стратегій: естетизація насильства, стандарти краси, greenwashing, інклюзивна репрезентація в масовій культурі.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.08- 05.01/033.00.1/Б- ОК12-1-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 12

- Постмодернізм і трансформація естетики: пастиш, цитатність, low-fi/ретроестетика в сучасному дизайні та мемах.
- Наративні стратегії в цифровій культурі: мікронаративи, серіалізація, трансмедійний сторітелінг (на прикладі вірусних історій чи серіалів).
- Корпоративна естетика та брендинг як символічний капітал: аналіз UX/UI, упаковки, ребрендингу відомих компаній.
- Майбутнє естетики в епоху AI: генеративні образи, етичні виклики та творчість у масовій культурі.

## 8. Методи навчання

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються методи навчання, що сприяють досягненню відповідних програмних результатів.

Результат навчання	Методи навчання
ПР 4. Аналізувати та коментувати літературу з філософської, соціокультурної та загальногуманітарної проблематики.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Вербальні методи (лекція, пояснення)</li> <li>– Наочні методи (спостереження, демонстрація)</li> <li>– Практичні методи (виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів)</li> <li>– Дискусійний метод</li> <li>– Ситуаційний метод</li> <li>– Методи самостійної роботи (анотування опрацьованого матеріалу, підготовка доповідей)</li> </ul>
ПР 6. Мати обізнаність щодо основних напрямів, тенденцій, проблематики сучасної філософії.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Вербальні методи (лекція, пояснення)</li> <li>– Наочні методи (спостереження, демонстрація)</li> <li>– Дискусійний метод</li> <li>– Метод активного навчання (проведення ділових ігор, мозковий штурм, командна робота)</li> <li>– Методи самостійної роботи (анотування опрацьованого матеріалу, підготовка доповідей)</li> </ul>
ПР 10. Мати навички реферування, систематизованого огляду та порівняльного аналізу філософської та загальнонаукової літератури.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Вербальні методи (лекція, пояснення)</li> <li>– Наочні методи (спостереження, демонстрація)</li> <li>– Практичні методи (виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів)</li> <li>– Дискусійний метод</li> <li>– Методи самостійної роботи (анотування опрацьованого матеріалу, підготовка доповідей)</li> </ul>

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.08- 05.01/033.00.1/Б- ОК12-1-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 13

Результат навчання	Методи навчання
ПР 15. Мати навички ведення інтелектуальних дискусій на засадах діалогу, відкритості й толерантності.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Вербальні методи (лекція, пояснення)</li> <li>– Практичні методи (виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів)</li> <li>– Дискусійний метод</li> <li>– Метод активного навчання (проведення ділових ігор, мозковий штурм, командна робота)</li> </ul>
ПР 19. Вміти розв’язувати складні та неординарні проблеми, виконувати завдання у непередбачуваних умовах, застосовуючи передові інформаційно-комунікативні методи.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Наочні методи (спостереження, демонстрація)</li> <li>– Практичні методи (виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів)</li> <li>– Дискусійний метод</li> <li>– Ситуаційний метод</li> <li>– Методи самостійної роботи (анотування опрацьованого матеріалу, підготовка доповідей)</li> </ul>

## 9. Методи контролю

Перевірка досягнення програмних результатів навчання здійснюється з використанням наступних методів.

Результат навчання	Методи контролю
ПР 4. Аналізувати та коментувати літературу з філософської, соціокультурної та загальногуманітарної проблематики.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання</li> <li>– Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань</li> <li>– Самооцінювання та взаємооцінювання</li> <li>– Залік</li> </ul>
ПР 6. Мати обізнаність щодо основних напрямів, тенденцій, проблематики сучасної філософії.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання</li> <li>– Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань</li> <li>– Самооцінювання та взаємооцінювання</li> <li>– Залік</li> </ul>
ПР 10. Мати навички реферування, систематизованого огляду та порівняльного аналізу філософської та загальнонаукової літератури.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання</li> <li>– Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів</li> <li>– Самооцінювання та взаємооцінювання</li> <li>– Залік</li> </ul>
ПР 15. Мати навички ведення інтелектуальних дискусій на засадах діалогу, відкритості й толерантності.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання</li> <li>– Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів</li> <li>– Самооцінювання та взаємооцінювання</li> <li>– Залік</li> </ul>

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.08- 05.01/033.00.1/Б- ОК12-1-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 14

Результат навчання	Методи контролю
ПР 19. Вміти розв'язувати складні та неординарні проблеми, виконувати завдання у непередбачуваних умовах, застосовуючи передові інформаційно-комунікативні методи.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання</li> <li>– Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів</li> <li>– Самооцінювання та взаємооцінювання</li> <li>– Залік</li> </ul>

### 10. Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти

Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни здійснюється відповідно до Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у Державному університеті «Житомирська політехніка» та розподілу балів, що наведений нижче.

Система оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни включає поточний та підсумковий контроль.

Поточний контроль проводиться для оцінювання рівня засвоєння знань, формування умінь і навичок здобувачів вищої освіти впродовж вивчення ними матеріалу модуля (змістових модулів) навчальної дисципліни. Поточний контроль здійснюється під час проведення навчальних занять.

Підсумковий контроль проводиться для підсумкового оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни. Підсумковий контроль здійснюється після завершення вивчення навчальної дисципліни або наприкінці семестру. Підсумковий контроль проводиться у формі заліку. Процедура складання заліку визначена у Положенні про організацію освітнього процесу у Державному університеті «Житомирська політехніка».

#### Розподіл балів з навчальної дисципліни

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр
	денна форма
Виконання завдань поточного контролю	100
<b>Підсумкова семестрова оцінка</b>	<b>100</b>

#### Розподіл балів за виконання завдань поточного контролю

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр
	денна форма
Виконання завдань під час навчальних занять	80
Виконання та захист індивідуальних самостійних завдань	20
Виконання науково-дослідної роботи та інших видів робіт (додаткові – заохочувальні бали):	до 20
1. Участь у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових	

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.08- 05.01/033.00.1/Б- ОК12-1-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 15

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр
	денна форма
робіт, грантах, науково-дослідних проєктах 2. Підготовка наукових статей, тез доповідей наукових конференцій	
<b>Разом за виконання завдань поточного контролю</b>	<b>100</b>

#### Розподіл балів за виконання завдань під час навчальних занять

Види робіт здобувача вищої освіти <sup>1</sup>	Кількість балів за семестр
	денна форма
Відповіді (виступи) на заняттях	50
Участь у дискусії	10
Виконання поточних тестових завдань	10
Виконання та захист завдань, кейсів	10
<b>Разом за виконання завдань під час навчальних занять</b>	<b>80</b>

З метою застосування цілих чисел для оцінювання результатів роботи здобувачів під час навчальних занять може використовуватися 100-бальна шкала оцінювання щодо кожного окремо виду робіт. Розрахунок загальної кількості балів, які здобувач може набрати за результатами роботи під час навчальних занять протягом семестру, проводиться за формулою:

$$P_{\text{НЗ}} = \sum (P_i \times BK_i) \times K_{\text{НЗ}}, \quad (1)$$

де  $P_{\text{НЗ}}$  – загальна кількість балів, набраних здобувачем за виконання завдань під час навчальних занять за семестр;

$P_i$  – кількість набраних здобувачем балів за семестр за виконання  $i$ -го виду робіт під час навчальних занять (за 100-бальною шкалою);

$BK_i$  – ваговий коефіцієнт за виконання  $i$ -го виду робіт під час навчальних занять. Значення вагових коефіцієнтів розраховуються шляхом ділення кількості балів, яка передбачена за виконання окремого виду робіт під час навчальних занять, на сумарну кількість балів за виконання усіх видів робіт під час навчальних занять за семестр;

$K_{\text{НЗ}}$  – коригувальний коефіцієнт, який визначається шляхом ділення кількості балів, що передбачена за виконання завдань під час навчальних занять за семестр, на 100 балів.

Якщо здобувач вищої освіти виконав необхідні для досягнення результатів навчання з дисципліни завдання, що передбачені робочою програмою навчальної дисципліни та/або відповідними методичними рекомендаціями, і набрав у сумі 60 балів або більше, він може погодити дану оцінку в електронному кабінеті і вона стане семестровою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.08- 05.01/033.00.1/Б- OK12-1-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 16

Якщо здобувач вищої освіти під час вивчення навчальної дисципліни виконав необхідні для досягнення результатів навчання з дисципліни завдання, що передбачені робочою програмою навчальної дисципліни та/або відповідними методичними рекомендаціями, і набрав 60 балів або більше та бажає покращити свій результат успішності, він проходить процедуру підсумкового контролю у формі заліку. За складання заліку здобувач вищої освіти може набрати 100 балів. Семестрова оцінка з навчальної дисципліни формується за результатами підсумкового контролю.

Здобувач вищої освіти допускається до процедури підсумкового контролю у формі заліку, якщо виконав необхідні для досягнення результатів навчання з дисципліни завдання, що передбачені робочою програмою навчальної дисципліни та/або відповідними методичними рекомендаціями, і за поточний контроль у сумі набрав 50 балів або більше.

Якщо здобувач вищої освіти за результатами поточного контролю набрав від 0 до 34 балів (включно), він вважається таким, що не виконав вимоги робочої програми навчальної дисципліни та має академічну заборгованість.

Процедура надання додаткових освітніх послуг здобувачу вищої освіти з метою вивчення навчального матеріалу дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми, визначена у Положенні про надання додаткових освітніх послуг здобувачам вищої освіти в Державному університеті «Житомирська політехніка».

### **Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті**

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті в рамках окремих тем навчальної дисципліни, здійснюється викладачем за зверненням здобувача вищої освіти та представленням документів, які підтверджують результати навчання (сертифікати, свідоцтва, скріншоти тощо). Рішення про визнання та оцінка за відповідну частину освітнього компонента приймається викладачем за результатами співбесіди зі здобувачем вищої освіти.

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті в рамках цілого освітнього компонента, здійснюється за процедурою, яка визначена у Положенні про організацію освітнього процесу у Державному університеті «Житомирська політехніка».

### **Шкала оцінювання**

Шкала ЄКТС	Національна шкала	100-бальна шкала
A	Зараховано	90-100
B	Зараховано	82-89
C		74-81
D	Зараховано	64-73
E		60-63
FX	Не зараховано	35-59
F	Не зараховано	0-34

### **Глосарій**

№ з/п	Термін українською мовою	Відповідник англійською мовою
-------	--------------------------	-------------------------------

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.08- 05.01/033.00.1/Б- ОК12-1-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 17

№ з/п	Термін українською мовою	Відповідник англійською мовою
1	Естетика масової культури	Aesthetics of mass culture / popular culture aesthetics
2	Масова культура	Mass culture / popular culture
3	Індустрія культури	Culture industry
4	Аура	Aura
5	Технічна відтворюваність	Technical reproducibility / mechanical reproduction
6	Симулякр	Simulacrum
7	Гіперреальність	Hyperreality
8	Естетизація повсякденності	Aestheticization of everyday life
9	Економіка уваги	Attention economy
10	Платформна естетика	Platform aesthetics
11	Візуальна риторика	Visual rhetoric
12	Кодування / декодування	Encoding / decoding
13	Міф (за Бартом)	Myth (Barthesian)
14	Кітч	Kitsch
15	Гламур	Glamour
16	Core-естетика	Core aesthetic (e.g. cottagecore, dark academia)
17	Мем-естетика	Meme aesthetics
18	Glitch-естетика	Glitch aesthetics
19	Постіронія	Post-irony
20	Скромна автентичність	Constructed authenticity
21	Сенсорний маркетинг	Sensory marketing
22	Аудіобрендинг	Audio branding
23	Трансмедійний сторітелінг	Transmedia storytelling
24	Естетика досвіду	Experience aesthetics / experiential aesthetics
25	Естетика AI	AI aesthetics / generative aesthetics

## 12. Рекомендована література

### Основна література

1. Виноградов Г.М. Етика та естетика : навчальний посібник. Дніпро: ВНПЗ "ДГУ", 2023.

36

<http://info.dgu.edu.ua/bitstream/123456789/1815/1/%d0%92%d0%b8%d0%bd%d0%be%d0%b3%d1%80%d0%b0%d0%b4%d0%be%d0%b2.pdf>

с.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.08- 05.01/033.00.1/Б- ОК12-1-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 18

2. Грудка О. «Видовище в умовах Вебу 2.0: сучасні соціальні мережі і концепція суспільства видовища Гі Дебора. *Наукові записки НаУКМА. Історія і теорія культури* 2024. 7. С. 24 – 30. <https://doi.org/10.18523/2617-8907.2024.7.24-30>.
3. Естетика : навчальний посібник / за ред. Л. В. Анучиної, В. М. Пивоварова, О. В. Уманець. Вид. 2-ге, випр. та допов. Харків : Право, 2022. 284 с. [https://dspace.nlu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/19498/1/Estetyka\\_2022.pdf](https://dspace.nlu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/19498/1/Estetyka_2022.pdf)
4. Естетика: Навчально-методичний комплекс / автор-укладач Р. А. Горбань. – Івано-Франківськ: ПП Маргітич О. І., 2019. 71 с. <https://lib.in.ua/123371-possibnyk-estetyka-navchalno-metodychnyj-kompleks/>
5. Етика від античності до сучасності. [https://ukrayinska.libretexts.org/%D0%91%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81/%D0%91%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81/%D0%94%D1%96%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0/%D0%9A%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%B0%3A%D0%91%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0\\_\(OpenStax\)/02%3A%D0%95%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96%D0%B4%D0%BE\\_%D1%81%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96](https://ukrayinska.libretexts.org/%D0%91%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81/%D0%91%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81/%D0%94%D1%96%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0/%D0%9A%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%B0%3A%D0%91%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0_(OpenStax)/02%3A%D0%95%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96%D0%B4%D0%BE_%D1%81%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96)
6. Калюжка Н. С. Етика професійного і ділового спілкування: навчально-методичний посібник. Київ: ФОП Гуляєва В.М., 2022. 228 с. <https://vstup.htek.com.ua/wp-content/uploads/2024/10/8.5-Kalyuzhna.pdf>
7. Слюсар В., Венцель Н., Слюсар М., Леонєць І. Сучасна реклама ЗВО України: етико-правовий та філософсько-комунікативний аспекти. *Міжнародний науковий журнал «Університети і лідерство»*. 2025. № 19. С. 105-113.
8. Слюсар В.М., Зайко Л.Я. Дизайн зовнішніх елементів періодичних видань як інструмент PR-технологій. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2024. Том 35 (74) № 3 Частина 2. С. 202-206.
9. Царенок А. В. Естетика історії: навчально-методичний посібник. Чернігів: НУ. «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка, 2023. 104 с. <https://epub.chnpu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/9023/1/%D0%95%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE-%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA.pdf>
10. Шелупахіна Т. В. Естетика : конспект лекцій для вивчення освітнього компоненту для здобувачів за освітньо-професійною програмою «Ведучий програм телебачення» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальність 021 Аудіовізуальне мистецтво та виробництво. Полтава, 2024. 50с. [https://dspace.luguniv.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/10285/%D0%95%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0\\_%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82%20%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D0%B9.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.luguniv.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/10285/%D0%95%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0_%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82%20%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D0%B9.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
11. Ясюк Т. Масова культура у сучасному соціокультурному просторі. *Збірник наукових праць «ЛОГОС»* 2023. (July 21, 2023; Paris, France), С. 205–207. <https://doi.org/10.36074/logos-21.07.2023.58>
12. Aris S., Aein B., Nosrati S. A digital aesthetics? artificial intelligence and the future of the art. *Journal of Cyberspace Studies*. 2023. № 7(2). P. 219 – 236. [https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/92366/ssoar-jcss-2023-2-aris\\_et\\_al-](https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/92366/ssoar-jcss-2023-2-aris_et_al-)

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.08- 05.01/033.00.1/Б- ОК12-1-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 19

[A Digital Aesthetics Artificial Intelligence.pdf?sequence=1&isAllowed=y&lnkname=ssoar-jcss-2023-2-aris et al-A Digital Aesthetics Artificial Intelligence.pdf](#)

13. Hagtvedt H. A brand (new) experience: art, aesthetics, and sensory effects. *J. of the Acad. Mark. Sci.* № 50. P. 425–428 (2022). <https://doi.org/10.1007/s11747-021-00833-8>

14. He S., Zhang Y., Xie R., Jiang D., Ming A. Rethinking Image Aesthetics Assessment: Models, Datasets and Benchmarks. *IJCAI*. 2022. P. 942-948. <https://www.ijcai.org/proceedings/2022/0132.pdf>

15. Slyusar V. M., Chrystokin G. V. Dialogue without dialogue in the media discourse of the posttruth era. *Contemporary International Relations: Topical Highlights of Theory and Practice – 2023: the Monograph* / Edited by Yu. Voloshyn, N. Vasylyshyna. Warsaw: RS Global Sp. z O.O., 2023. P. 325 – 335.

16. Slyusar V. M., Khrystokin G. V., Yastrebova A. O. Is dialogue possible in the post-truth era? (Media philosophy and social and communication studies) *Zhytomyr Ivan Franko State University Journal. Philosophical Sciences*. 2023. № 1 (93). P. 29 – 40.

### **Першоджерела:**

– Дьюї Дж. Мистецтво як досвід <https://sites.evergreen.edu/danceasart/wp-content/uploads/sites/124/2015/09/Art-as-Experience-ch.1.pdf>

– Еко У. Ім'я рози: Роман / Переклад з італ., передмова і глосарій М.Прокопович; Харків: Фоліо, 2006. [https://shron1.chtyvo.org.ua/Umberto\\_Eco/Imia\\_rozy\\_vyd\\_2006.pdf](https://shron1.chtyvo.org.ua/Umberto_Eco/Imia_rozy_vyd_2006.pdf)? Та «Помітки на полях імені троянди»

– Еко У., Кар'єр Ж.-К. Не сподівайтесь позбутися книжок; переклад з франц. Ірини Славінської. Львів: Видавництво Старого Лева, 2015. 256 с. [https://shron1.chtyvo.org.ua/Umberto\\_Eco/Ne\\_spodivaitesia\\_pozbutysia\\_knyzhok.pdf](https://shron1.chtyvo.org.ua/Umberto_Eco/Ne_spodivaitesia_pozbutysia_knyzhok.pdf)

– Hall S. Encoding and Decoding in the television discourse. Discussion Paper. University of Birmingham, Birmingham, 1973 <http://epapers.bham.ac.uk/id/eprint/2962/1/Hall%2C%201973%2C%20Encoding%20and%20Decoding%20in%20the%20Television%20Discourse.pdf>

### **Допоміжна література**

1. Вознюк Н.М. Етика. Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 212 с. [https://chtyvo.org.ua/authors/Vozniuk\\_Nina/Etyka\\_-\\_Ethics.pdf](https://chtyvo.org.ua/authors/Vozniuk_Nina/Etyka_-_Ethics.pdf)

2. Гулевський С. В. Міфологічність телесеріалів як втілення функціональності сучасних медіа. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Філософія. Філософські перипетії*. 2020. Вип. 62. С. 148-156. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhIFLO\\_2020\\_62\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhIFLO_2020_62_18) .

3. Естетика: навчальний посібник для педагогів / за ред. Т.І.Андрущенко. Київ: «МП Леся», 2014. 613 с. <http://www.npu-etestet.com.ua/wp-content/uploads/Posibnik.pdf>

4. Естетика : навчальний посібник / за ред. Л. Б. Мартиненко. Умань : ФОП Жовтий О.О., 2016. 137 с. <https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/6620/1/Estetyka.pdf>

5. Етика та естетика: навчальний посібник для семінарських занять та самостійної роботи студентів фармацевтичних факультетів / І. Г. Утюж, Н. В. Спиця, М. О. Мегрелішвілі. Запоріжжя : ЗДМУ, 2019. 81 с. Етика та естетика: навчально-методичний посібник (у схемах і таблицях) / за наук. ред. проф. В. С. Бліхара. Львів: ПП «Арал», 2018. 204 с.

6. Левчук Л. Т., Панченко В. І., Оніщенко О. І., Кучерюк Д. Ю. Естетика: Підручник / За заг. ред. Л. Т. Левчук. 3-тє вид., допов. і переробл. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 520 с.

7. Мовчан В. С. Естетика: навч. посіб. Київ: Знання, 2011. 527 с.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.08- 05.01/033.00.1/Б- ОК12-1-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 20

8. Устименко-Косоріч О. А. Масова та елітарна культура: проблеми взаємодії : навч. посіб. Умань : ФОП Жовтий О. О., 2015. 175 с. <https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/4248/1/%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%BC%D0%B0%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D1%82%D0%B0%20%D0%B5%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B0%D1%80%D0%BD%D0%B0%20%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0.pdf>
9. Храброва В. Моральність штучного інтелекту та етика істин. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Філософія. Філософські перипетії»*. 2024. № 70. С. 150-156. <https://doi.org/10.26565/2226-0994-2024-70-13>
10. Baldini A.L. What Is Street Art? *Eстетика: The European Journal of Aesthetics*. № 59(1). 2022. р. 1–21. <https://estetikajournal.org/articles/10.33134/eeja.234>
11. Page J. Aesthetic Understanding. *Eстетика: The European Journal of Aesthetics*. 2022. №59(1), р. 48–68. <https://estetikajournal.org/articles/10.33134/eeja.269>

### 13. Інформаційні ресурси в Інтернеті

- Електронна бібліотека Державного університету «Житомирська політехніка» <http://eztuir.ztu.edu.ua/>
- Спеціалізована е-бібліотека філософської літератури Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. - Режим доступу до ресурсу: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_ph/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=F&I21DBN=EC&P21DBN=EC&S21FMT=&S21AL L=&Z21ID=](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_ph/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=EC&P21DBN=EC&S21FMT=&S21AL L=&Z21ID=)
- Stanford Encyclopedia of Philosophy. <https://plato.stanford.edu/>
- Архів журналу «Філософська думка» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://dumka.philosophy.ua/index.php/fd>
- Архів журналу «Sententiae» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://sententiae.vntu.edu.ua/>