

Міністерство освіти і науки України
Київський університет імені Бориса Грінченка
Кафедра журналістики та нових медіа



РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

для студентів:

спеціальність 061 журналістика

освітня програма «Журналістика»

Інститут журналістики

2016-2017 н.р.



Робоча програма дисципліни «Теорія та історія соціальних комунікацій» для студентів освітнього рівня другого (магістерського), галузь знань 06 журналістика, спеціальність 061 журналістика, освітня програма «Журналістика за видами», 2016 р. – 28 с.

Розробник: *Сніжко Андрій Сергійович*, кандидат політичних наук, старший викладач кафедри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

Робоча програма схвалена на засіданні кафедри журналістики та нових медіа

Протокол від “30” серпня 2016 року № 1

Завідувач кафедри журналістики та нових медіа  (Нестерук Ю.В.)

ЗМІСТ

Пояснювальна записка	4
Структура програми навчальної дисципліни	7
I. Опис предмета навчальної дисципліни	7
II. Тематичний план навчальної дисципліни	8
III. Програма	
<i>Змістовий модуль I</i>	9
<i>Змістовий модуль II</i>	9
<i>Змістовий модуль III</i>	10
IV. Навчально-методична карта дисципліни «Теорія та історія соціальних комунікацій»	12
V. Плани семінарських занять	13
VI. Завдання для самостійної роботи	14
VII. Система поточного та підсумкового контролю	17
VIII. Методи навчання	18
IX. Методичне забезпечення курсу	19
X. Теоретичні питання	20
XI. Рекомендована література та джерела	22

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Робоча навчальна програма з дисципліни «Теорія та історія соціальних комунікацій» є нормативним документом Київського університету імені Бориса Грінченка, який розроблено кафедрою журналістики та нових медіа на основі освітньо-професійної програми підготовки магістрів відповідно до навчального плану для цієї спеціальності денної форми навчання.

Робочу навчальну програму укладено згідно з вимогами кредитно-модульної системи організації навчання. Програма визначає обсяги знань, які повинні опанувати студенти відповідно до вимог освітньо-кваліфікаційної характеристики, алгоритму вивчення навчального матеріалу дисципліни «Теорія та історія соціальних комунікацій», необхідне методичне забезпечення, складові й критерії оцінювання навчальних досягнень студентів.

Представлений курс присвячений вивченню теоретичних засад комунікаційних процесів у соціумі, історії їх становлення та розвитку від прадавніх часів до сьогодення, генези соціокомунікативних знань у світовій філософській та науковій думці. В рамках курсу роз'яснюється як соціальні комунікації пов'язані з журналістикою та низкою інших гуманітарних, технічних та природничих наук: соціологією, філософією, політологією, історією, мовознавством, біологією, інформатикою та іншими. Під час опанування дисципліни студентам пропонується критично поглянути на соціальні комунікації як засіб формування громадської думки, їх функціонування в площині політики та бізнесу, в умовах тоталітаризму та демократії. Значну частину уваги приділено аналізу нових медіа в системі соціальних комунікацій, вплив останніх на трансформацію суспільств тощо. Дана програма передбачає прискіпливе вивчення процесів масової комунікації на вітчизняному просторі, дослідження актуальних проблем та перспектив розвитку галузі в Україні.

Отже **метою** навчального курсу «Теорія та історія соціальних комунікацій» є формування у студента системи знань про розвиток комунікаційних процесів у просторі та часі.

Завдання курсу:

- усвідомлення студентами органічного зв'язку соціальних комунікацій з журналістським фахом;
- напрацювання знань та вмінь необхідних для налагодження комунікацій під час подальшої професійної діяльності;
- вивчення основних віх історії розвитку соціальних комунікацій у світі та Україні зокрема;
- з'ясування ролі соціальних комунікацій у повсякденному житті суспільства та формуванні громадської думки;

- вивчення специфіки функціонування соціальних комунікацій у різних умовах (культурних, технологічних, політичних і т.д.);
- вивчення розмаїття засобів, форм та технологій соціальної комунікації;
- вироблення навичок критичного осмислення комунікаційних процесів у соціумі, відповідного реагування на них.

Місце курсу в системі соціальнокомунікативних, гуманітарних, філософських, психологічних та інших дисциплін.

Міжпредметні зв'язки. Курс «Теорія та історія соціальних комунікацій» має безпосередній зв'язок з курсами «Теорія масової інформації», «Масова комунікація та інформація», «Сучасні телекомунікації», «Соціологія масової комунікації», «Психологія мас», «Інформаційні потоки у соціальних комунікаціях» використовує поняття філософії, історії, мовознавства, психології, політології.

Під час семінарських занять, індивідуальної навчально-дослідницької та самостійної роботи студенти **набувають відповідні вміння та навички.**

Вимоги до знань студентів.

Студент повинен знати:

- Що таке інформація, масова комунікація та соціальна комунікація.
- Які є соціально-комунікаційні інститути суспільства.
- Які трактують соціальні комунікації основні наукові теорії та філософські парадигми.
- Що пов'язує соціальні комунікації та журналістику.
- Які є основні комунікаційні моделі (спільне і відмінне між ними).
- Засоби, форми та технології масової комунікації.
- Види та особливості функціонування нових медіа.
- Особливості функціонування соціальних комунікацій у різних середовищах.
- Значення соціальних комунікацій у процесах формування громадської думки.
- Значення соціальних комунікацій у суспільних процесах.

Вимоги до умінь і навичок студентів.

Студент повинен вміти:

- Робити зіставний аналіз теорій масової комунікації.
- Розрізняти складові комунікаційного процесу.
- Аналізувати і застосовувати на практиці комунікаційні моделі.
- Виявляти, використовувати чи протидіяти комунікаційним технологіям і впливам.

- Аргументовано викладати і захищати власну точку зору щодо різних аспектів соціальних комунікацій.
- Вирізняти проблеми у сфері соціальної комунікації, шукати і пропонувати шляхи їх розв'язання.
- Вміти обробляти масову інформацію та реалізовувати її в комунікативних процесах медійної й іншої творчої та професійної сфери.

Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення дисципліни, становить 90 год., із них 12 год. – лекції, 12 год. – семінарські заняття, 45 год. – самостійна робота, 6 год. – модульні контрольні роботи, 15 – семестровий контроль.

Вивчення студентами навчальної дисципліни «Теорія та історія соціальних комунікацій» завершується підсумковим контролем – іспитом.

СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предмет: теорія, історія, становлення, функції соціальних комунікацій, аналіз комунікаційних впливів.

Курс:	Спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів, відповідних ECTS: <i>3 кредити</i> Змістові модулі: <i>3</i> Загальний обсяг дисципліни (години): <i>90 годин</i> Тижневих годин: <i>2 години</i>	Спеціальність: <i>61 Журналістика</i> Освітня програма <i>Журналістика</i> Освітній рівень <i>другий (магістерський)</i>	Нормативна Рік підготовки: <i>5.</i> Семестр: <i>9</i> Аудиторні заняття: <i>24 годин, з них:</i> Лекції (теоретична підготовка): <i>12 годин</i> Семінарські заняття: <i>12 годин</i> Модульні контрольні роботи: <i>6 години</i> Самостійна робота: <i>45 годин</i> Вид контролю: <i>іспит – 15 годин</i>

II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Разом	Лекцій	Семінарських	робота Самостійна	Модульний контроль	контроль Семестровий
1.	Вступ до предмету «Теорія та історія соціальних комунікацій»	9	2	2	5		
2.	Історія соціальних комунікацій та соціально-комунікаційних інститутів суспільства	9	2	2	5		
<i>Модульна контрольна робота №1</i>		2				2	
Разом		20	4	4	10	2	
3-4	Генеza соціокомунікативних знань у світовій філософській та науковій думці	28	4	4	20		
<i>Модульна контрольна робота №2</i>		2				2	
Разом		30	4	4	20	2	
5	Технологізація соціальних комунікацій	14	2	2	10		
6.	Соціальні комунікації у процесах формування громадської думки	9	2	2	5		
<i>Модульна контрольна робота № 3</i>		2				2	
Разом		40	4	4	15	2	15
Разом за навчальним планом		90	12	12	45	6	15

III. ПРОГРАМА

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Основи соціальних комунікацій

Лекція 1. Вступ до предмету «Теорія та історія соціальних комунікацій» (2 год). Визначення понять «комунікації», «соціальні комунікації», «масові комунікації». Соціальні комунікації у сукупності процесів і структур обігу інформації та знань у суспільстві. Соціальна комунікація як умова і характеристика існування соціуму. Соціальні функції комунікації. Класифікація комунікації. Курс «Теорія та історія соціальних комунікацій», його об'єкт, предмет, функції, місце в системі наукових та навчальних дисциплін, у підготовці медіа-фахівців. «Теорія та історія соціальних комунікацій» як академічна, теоретична, фундаментально-професійна, методологічна дисципліна стосовно культурології, літературознавства, журналістики тощо. Масова комунікація як об'єкт міждисциплінарного вивчення (гуманітарних і точних наук). Методи дослідження соціальних комунікацій.

Семінар 1. Вступ до предмету «Теорія та історія соціальних комунікацій» (2 год).

Література: 1-10, 24, 26, 29, 38, 54, 56, 73, 82, 94, 99, 133.

Лекція 2. Історія соціальних комунікацій та соціально-комунікаційних інститутів суспільства (2 год)

Історичні умови, соціокультурні фактори еволюції соціальних комунікацій. Виникнення каналів розповсюдження соціальної інформації. Комунікаційні канали як засоби для передачі і сприйняття повідомлень (знаки, мова, коди, звуки, візуальні зразки тощо), в т.ч. за допомогою матеріальних носіїв, технічних пристроїв. Дописемні комунікації: звичаї, традиції, фольклор, мистецтво, їх роль і призначення. Виникнення писемної комунікації. Формування документальної комунікації. Закономірності розвитку соціальних комунікацій. Становлення системи документальної комунікації: архіви, бібліотеки, музеї, бібліографічні служби, видавництва, книжкова торгівля, референтські служби, центри документації. Художні комунікаційні канали — музика, танець, поезія, риторика, театр, графіка, живопис, скульптура, архітектура, перфоманс, шоу. Писемні комунікації. Рукопис. Пошта. Виникнення технічних каналів. Книгодрук. Фотографія. Звукозапис, телефон, телеграф, радіо, фототелеграф, телебачення, відео, комп'ютерний зв'язок, електронна пошта. Виникнення електронної комунікації. Соціокультурні фактори еволюції соціальних комунікацій. Рушійні сили розвитку соціальних комунікацій.

Семінар 2. Історія соціальних комунікацій та соціально-комунікаційних інститутів суспільства (2 год).

Література: 1-10, 24, 26, 29, 38, 73, 82, 94, 99, 105, 107, 108, 133.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Гене́за соціально́х кому́нікацій

Лекція 3-4. Гене́за соціо-кому́никативних знань у світовій філософській та науковій думці (4 год)

Витоки соціо-кому́никативних знань у Стародавній Греції, у працях «великих греків» (Сократ, Платон, Арістотель). Соціальні кому́нікації у матеріалістичних поглядах. Внесок класичної німецької філософії у розвиток науки про соціальні кому́нікації (Г.Гегель, Е.Кант). Поняття про інформацію, форми та способи передачу її передачі у філософії свідомості (Ж.Сартр, К.Леві-Стросс). Теорія кому́никативної дії Ю.Габермаса. Кому́никативна філософія К.Апеля. Тема кому́нікації у працях Л.Вітгенштейна, Ф.де Сосюра, Ч.Моріса, М.Бубера. Теорія інформаційного суспільства (Д.Бел, Е.Тофлер). Кому́нікація у дослідженнях вчених семіотичної, феноменологічної, кібернетичної, соціопсихологічної, соціокультурної, критичної традицій. Розвиток соціальної кому́нікації як окремої наукової дисципліни у ХХ ст. Е.Бернейс – новатор у кому́никативістиці. Г.Ласуелл та його внесок у розвиток цієї науки. Соціальні кому́нікації як об'єкт та предмет дослідження американських наукових шкіл (У.Ліпманн, П.Лазарсфельд, Е.Дооб та інші). Знання про кому́нікації в умовах тоталітаризму та диктатури (Радянський Союз, фашистська Італія, Третій Рейх). Соціальні кому́нікації у дослідженнях біхейвіористів (Д.Вотсон, И.Павлов, В.Дольник та інші). Формування парадигми знань про кому́нікації в Україні на зламі ХІХ-ХХ ст. Внесок О.Потебні у розвиток вітчизняної кому́никативістики. Кому́нікації у працях українських філософів, науковців, суспільно-політичних діячів, лідер думки (Б.Грінченко, М.Драгоманов, М.Міхновський, Д.Донцов, С.Бандера). Досвід налагодження соціальних кому́нікацій діячами визвольного та повстанських рухів середини ХХ ст. Кому́нікації у працях і повсякденні лідерів дисидентського руху. Формування вітчизняних наукових традицій у кому́никативістиці та вивчені соціальних кому́нікацій у добу незалежності. Система соціально-кому́никативних знань на сучасному етапі в Україні і світі.

Семінар 3-4. Гене́за соціокому́никативних знань у світовій філософській та науковій думці (4 год).

Література: 1-16, 22, 24, 25, 28, 34, 35, 37, 39, 40, 41, 47, 81-91, 94, 98, 101, 104, 118, 119, 142, 151, 154

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. Про́цеси соціально́кому́нікаційної взаємодії

Лекція 5. Технологізація соціальних кому́нікацій (2 год).

Соціальнокому́нікаційні технології в системі кому́нікацій. Цільові параметри соціальної кому́нікації. Суб'єкти та об'єкти кому́нікації. Умови ефективної кому́нікації, результативність кому́нікації. Принципи та функції кому́нікації. Варіації засобів та форм масової кому́нікації. Розвинені соціальнокому́нікаційні технології як

вияв високої соціальнокомунікаційної культури суспільства. Глобалізаційні процеси в соціальній комунікації.

Семінар 5. Технологізація соціальних комунікацій (2 год).

Література: 1-10, 20, 22, 31, 35, 46, 49, 60, 77, 81, 95, 120, 121.

Лекція 6. Соціальні комунікації у процесах формування громадської думки (2 год).

Громадська думка: визначення, характеристика, функції. Особливості громадської думки та методологія її вивчення. Фактори впливу на ставлення людини до суспільних подій і фактів. Типи відносин: позитивні, негативні, нейтральні. Суспільні процеси і громадська думка: системні взаємозв'язки. Формування громадського суспільства. Способи впливу на громадську думку. Громадськість як об'єкт суспільних впливів і суб'єкт суспільної взаємодії. Симетрична (громадські зв'язки) та асиметрична комунікації (пропаганда, зв'язки з громадськістю, реклама, просування, продаж) як фактори соціокультурного розвитку. Громадська думка у політичних процесах.

Семінар 6. Соціальні комунікації у процесах формування громадської думки (2 год).

Література: 1-10, 11, 22, 30, 35, 37, 44, 47, 60, 78, 87, 101, 104, 110-112, 116, 123, 140, 141.

IV. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ «ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ»

Разом: 90 год., з них лекційних – 12 год., семінарські заняття – 12 год., самостійна робота – 45 год., модульний контроль – 6 год., підсумковий контроль – іспит – 15 год.

Тиждень	I	II
Модулі	Змістовий модуль I	
Назва модуля	Основи соціальних комунікацій	
Кількість балів за модуль	79 балів	
Лекції	1	2
Дати		
Теми лекцій	<i>Вступ до предмету «Теорія та історія соціальних комунікацій» – 1б.</i>	<i>Історія соціальних комунікацій та соціально-комунікаційних інститутів суспільства – 1б.</i>
Теми семінарських занять	Вступ до предмету «Теорія та історія соціальних комунікацій» – 10+1б.	Історія соціальних комунікацій та соціально-комунікаційних інститутів суспільства – 10+1б.
Самостійна робота	15 балів	15 балів
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)	
Тиждень	III	IV
Модулі	Змістовий модуль II	
Назва модуля	Генеza соціальних комунікацій	
Кількість балів за модуль	79 балів	
Лекції	3	4
Дати		
Теми лекцій	<i>Генеza соціокомунікативних знань у світовій філософській та науковій думці – 1б.</i>	<i>Генеza соціокомунікативних знань у світовій філософській та науковій думці – 1б.</i>
Теми семінарських занять	Генеza соціокомунікативних знань у світовій філософській та науковій думці – 10+1б.	Генеza соціокомунікативних знань у світовій філософській та науковій думці – 10+1б.
Самостійна робота	15 балів	15 балів
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)	
Тиждень	V	VI
Модулі	Змістовий модуль III	
Назва модуля	Процеси соціальнокомунікаційної взаємодії	
Кількість балів за модуль	79 балів	
Лекції	5	6
Дати		
Теми лекцій	<i>Технологізація соціальних комунікацій – 1б.</i>	<i>Соціальні комунікації у процесах формування громадської думки – 1б.</i>
Теми семінарських занять	Технологізація соціальних комунікацій – 10+1б.	Соціальні комунікації у процесах формування громадської думки – 10+1б.
Самостійна робота	15 балів	15 балів
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 3 (25 балів)	
Підсумковий контроль	Іспит (60 балів)	

У. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Основи соціальних комунікацій

Семінар 1. Вступ до предмету «Теорія та історія соціальних комунікацій» (2 год).

1. Основні наукові підходи (вітчизняні/зарубіжні) до понять «комунікація», «соціальні комунікації», «масові комунікації» (короткий огляд).
2. Соціальні комунікації як об'єкт міждисциплінарного вивчення. Наведіть приклади, використовуючи аналіз конкретних медіа-продуктів та процесів.
3. Взаємозв'язок журналістики, масової інформації, масової комунікації і соціальної комунікації.
4. Охарактеризуйте методи дослідження соціальних комунікацій. Приклади їх практичного застосування.

Література: 1-10, 24, 26, 29, 38, 54, 56, 73, 82, 94, 99, 133.

Семінар 2. Історія соціальних комунікацій та соціально-комунікаційних інститутів суспільства (2 год).

1. Історичні етапи розвитку соціальних комунікацій. Визначні, курйозні епізоди з історії соціальних комунікацій.
2. Соціокультурні фактори та рушійні сили еволюції соціальних комунікацій.
3. Соціальні комунікації як чинник суспільних перетворень: прогрес vs регрес людства.

Література: 1-10, 24, 26, 29, 38, 73, 82, 94, 99, 105, 107, 108, 133.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Гене́за соціальних комунікацій

Семінар 3-4. Гене́за соціокомунікативних знань у світовій філософській та науковій думці (4 год).

1. Уявлення про комунікації в доіндустріальний період.
2. Концепція мас у соціогуманітарних студіях.
3. Становлення комунікативістики як науки.
4. Комунікації у семіотичній, феноменологічній, кібернетичній, соціопсихологічній, соціокультурній традиції, марксистській та неомарксистській традиціях (порівняльний аналіз).
5. Внесок американської науки у розвиток світової комунікативістики.
6. Внесок української суспільно-політичної та філософської думки у вивчення соціальних комунікацій.

Література: 1-10, 22, 24, 25, 28, 34, 35, 37, 39, 40, 41, 47, 81-91, 94, 98, 101, 104, 118, 119, 142, 151, 154

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3.

Процеси соціальнокомунікаційної взаємодії

Семінар 5. Особливості та технології соціальної комунікації (2 год).

1. Співвідношення та взаємодія соціальних комунікацій у сучасному світі. Кросмедіа.
2. Соціокомунікаційні технології (проілюструйте відповідь прикладами із сьогодення).
3. Старі (класичні) медіа vs нові медіа – дилема розвитку.
Література: 1-10, 24, 68, 82-85, 106, 122, 133, 159, 168, 170.

Семінар 6. Соціальні комунікації у процесах формування громадської думки (2 год).

1. Громадська думка та особливості її формування.
2. Симетрична та асиметрична комунікації (наведіть практичні приклади).
3. Досягнення максимальної ефективності у впливі на громадську думку (проілюструйте на прикладі різних видів соціальних комунікацій).
Література: 1-10, 11, 22, 30, 35, 37, 44, 47, 60, 78, 87, 101, 104, 110-112, 116, 123, 140, 141.

VI. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.

Тема 1. Вступ до предмету «Теорія та історія соціальних комунікацій» (2 год). Проаналізуйте літературу за темою. Запропонуйте приклади застосування соціальних комунікацій у царині журналістики та медіаспеціальностей.

Тема 2. Історія соціальних комунікацій та соціально-комунікаційних інститутів суспільства (2 год).

Проаналізуйте літературу за темою і додаткові джерела і запропонуйте власну схему періодизації історії соціальних комунікацій. Запропонуйте власну схему типологізації соціально-комунікаційних інститутів суспільства.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.

Тема 3-4. Генеза соціокомунікативних знань у світовій філософській та науковій думці (2 год)

Проаналізуйте комунікаційну концепцію Г. Ласуелла, її еволюцію та критику в дослідженнях вчених ХХ ст. Формування української комунікативістики як самостійної наукової галузі.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3.

Тема 5. Особливості та технології соціальної комунікації (2 год).

Проаналізуйте явище кросмедіа в українському медіа просторі у контексті соціальних комунікацій. Дослідіть формування соціальної комунікації як самостійної наукової галузі.

Тема 6. Соціальні комунікації у процесах формування громадської думки (2 год).

Дослідіть маніпулювання громадською думкою через соціальні комунікації. Дослідіть проблеми формування громадського суспільства та громадських медіа в пострадянських країнах.

Таблиця 6. 1

КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали	Термін виконання (тижні)
Змістовий модуль I. Основи соціальних комунікацій			
Тема 1. Вступ до предмету «Теорія та історія соціальних комунікацій» – <i>5 год.</i>	Індивідуальне заняття, модульна контрольна робота, іспит	15 (5 (д/з)+10 (опрац. фах. вид.))	I
Тема 2. Історія соціальних комунікацій та соціально-комунікаційних інститутів суспільства – <i>5 год.</i>	Індивідуальне заняття, семінарське заняття, модульна контрольна робота, іспит	15 (5 (д/з)+10 (опрац. фах. вид.))	II
Змістовий модуль II Генеza соціальних комунікацій			
Тема 3-4. Генеza соціокомунікативних знань у світовій філософській та науковій думці – <i>20 год.</i>	Індивідуальне заняття, семінарське заняття, модульна контрольна робота, іспит	30 (10 (д/з)+20 (опрац. фах. вид.))	III-IV
Змістовий модуль III. Процеси соціальнокомунікаційної взаємодії			
Тема 5. Технологізація соціальних комунікацій – <i>10 год.</i>	Індивідуальне заняття, модульна контрольна робота,	15 (5 (д/з)+10 (опрац. фах.	V

	іспит	вид.))	
Тема 6. Соціальні комунікації у процесах формування громадської думки – <i>5 год.</i>	Індивідуальне заняття, семінарське заняття, модульна контрольна робота, іспит	15 (5 (д/з)+10 (опрац. фах. вид.))	VI
<i>Разом: 45 год.</i>	<i>Разом: 90 балів</i>		

VII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Теорія та історія соціальних комунікацій» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип коопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок, розширення кількості підсумкових балів до 100.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти (п. VI), де зазначено види контролю й принципи їх оцінювання. Систему переведення рейтингових балів у національну та європейську (ECTS) шкалу подано у табл. 8. 2.

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

- **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, екзамен.
- **Методи письмового контролю:** модульне письмове тестування.
- **Методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

Таблиця 7.1

Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю

№	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього
1.	Відвідування лекцій	1	6	6
2.	Відвідування практичних (семінарських) занять	1	6	6
3.	Виконання завдання з самостійної роботи (домашнього завдання)	5	9	45

4.	Робота на семінарському занятті (практичному) занятті, в т. ч. доповідь, дискусія, виступ, повідомлення	10	6	60
5.	Опрацювання фахових видань	10	6	60
6.	Модульна контрольна робота	25	3	75
максимальна кількість балів 247				

Коефіцієнт: $247:100=2,47$

Таблиця 8.2

Порядок переведення рейтингових показників успішності

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
A	90-100 балів	Відмінно — відмінний рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу з, можливими, незначними недоліками
B	82-89 балів	Дуже добре — достатньо високий рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу без суттєвих грубих помилок
C	75-81 балів	Добре — в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
D	69-74 балів	Задовільно — посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності
E	60-68 балів	Достатньо — мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
FX	35-59 балів	Незадовільно з можливістю повторного складання — незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання
F	1-34 балів	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу — досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни

Кожний модуль включає бали за поточну роботу Студента на семінарських та (чи) практичних заняттях, виконання самостійної роботи, складання модульних контрольних робіт та інших видів контролю.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється в режимі комп'ютерної діагностики або з використанням роздрукованих завдань.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ своєчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності

VIII. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

1) За джерелом інформації:

- *Словесні:* лекція (традиційна, проблемна), семінари, пояснення, розповідь, бесіда.
- *Наочні:* спостереження, ілюстрація, демонстрація.
- *Практичні:* аналіз.

2) За логікою передачі і сприймання навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3) За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4) За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом викладача; самостійна робота студентів: з книгою; виконання індивідуальних навчальних завдань.

II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності:

1) Методи стимулювання інтересу до навчання: навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо).

IX. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

- ✓ опорні конспекти лекцій;
- ✓ навчальні посібники;
- ✓ робоча навчальна програма;
- ✓ засоби підсумкового контролю (комплект завдань для модульних контрольних робіт);
- ✓ завдання для ректорського контролю знань студентів з навчальної дисципліни «Теорія та історія соціальних комунікацій».

Х. ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ

1. Визначте предмет і завдання курсу «Теорія та історія соціальних комунікацій».
2. Визначте міждисциплінарну основу курсу «Теорія та історія соціальних комунікацій».
3. Обґрунтуйте необхідність вивчення курсу «Теорія та історія соціальних комунікацій» для фахівців медіа спеціальностей.
4. Визначте поняття «комунікації», «соціальні комунікації», «масові комунікації».
5. Охарактеризуйте комунікаційні канали.
6. Дописемні комунікації
7. Опишіть формування документальної комунікації.
8. Опишіть писемні комунікації.
9. Визначте соціокультурні фактори еволюції соціальних комунікацій.
10. Визначте історичні етапи розвитку соціальних комунікацій.
11. Витоки соціокомунікативних знань у Стародавній Греції, у працях «великих греків».
12. Означте внесок класичної німецької філософії у розвиток науки про соціальні комунікації.
13. Визначте поняття про інформацію, форми та способи передачу її передачі у філософії свідомості (Ж.Сартр, К.Леві-Стросс).
14. Теорія комунікативної дії Ю.Габермаса.
15. Комунікативна філософія К.Апеля.
16. Теорія інформаційного суспільства (Д.Бел, Е.Тофлер).
17. Комунікація у дослідженнях вчених семіотичної традиції.
18. Комунікація у дослідженнях вчених феноменологічної традиції.
19. Комунікація у дослідженнях вчених кібернетичної традиції.
20. Комунікація у дослідженнях вчених соціопсихологічної традиції.
21. Комунікація у дослідженнях вчених соціокультурної традиції.
22. Комунікація у дослідженнях вчених критичної традиції.
23. Е.Бернейс – новатор у комунікативістиці.
24. Г.Ласуелл та його внесок у розвиток комунікативістики науки.
25. Дослідження соціальних комунікацій американськими науковими школами ХХ ст.
26. Концепція мас у соціогуманітарних студіях.
27. Визначте внесок О.Потебні у розвиток вітчизняної комунікативістики.
28. Тема комунікації у працях українських філософів, науковців, суспільно-політичних діячів ХІХ-ХХ ст.
29. Назвіть сучасні наукові школи та напрями дослідження соціальних комунікацій в Україні.
30. Ефекти у соціальній комунікації.
31. Визначте суб'єкти комунікації.
32. Охарактеризуйте інститути та технології у соціальній комунікації
33. Назвіть основні соціокомунікаційні технології.
34. Назвіть маніпуляційні технології соціальних комунікацій.
35. Візуалізація інформації у соціальних комунікаціях.

36. Графічний форми комунікацій.
37. Охарактеризуйте методику структурного аналізу плакату.
38. Інфографіка.
39. Визначте поняття «нові медіа». Їх основні види.
40. Особливості функціонування нових медіа.
41. Опишіть некомерційну модель соціальних комунікацій.
42. Політика і нові медіа.
43. Визначте проблеми нових медіа
44. Соціальні мережі
45. Блогосфера
46. Опишіть мобільні комунікації.
47. Технологізація соціальних комунікацій
48. Нові медіа у становленні інформаційного суспільства.
49. Нові медіа у становленні громадського суспільства.
50. Глобалізація інформаційно-комунікаційних процесів у світі.
51. Соціальні комунікації у процесах формування громадської думки.
52. Способи впливу на громадську думку.
53. Охарактеризуйте симетричну та асиметричну комунікації як фактори соціокультурного розвитку. Їх види.
54. Соціальні комунікації у тоталітарних суспільствах.
55. Охарактеризуйте маніпулювання громадською думкою: засоби та технології.
56. Використання символів у соціальних комунікаціях в умовах тоталітаризму.
57. Соціальні комунікації як засіб трансформації тоталітарних суспільствах.
58. Соціальні комунікації у демократичних суспільствах.
59. Соціальні комунікації як збурювачі протестних акцій.
60. Роль соціальних комунікацій у процесах формування громадської думки в Україні.
61. Охарактеризуйте маніпулятивний потенціал соціальних комунікацій в умовах демократії
62. Глобалізація комунікаційних процесів.
63. Охарактеризуйте соціальні комунікації як фактор масштабних світових зрушень
64. Охарактеризуйте перспективи розвитку соціальних комунікацій у світі.
65. Опишіть розвиток соціальних комунікацій в Україні.
66. Інтеграція України у світовий та європейських інформаційних простір.
67. Інформаційне суспільство.
68. Визначте поняття про громадські ЗМК та ЗМІ.
69. Соціальні комунікації як фактор трансформації та модернізації України.
70. Проаналізуйте спроби формування громадського мовлення в національному інформаційному просторі.
71. Комерціалізація соціальних комунікацій.
72. Визначте кризові явища в соціальній комунікації.

XI. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ТА ДЖЕРЕЛА

Основна література:

1. Бондар Ю. Книжкові видання як форма соціальної та політичної комунікації // Вісник Книжкової палати. - 2013. - № 10. - С. 39-42.
2. Генеза ідей і динаміка розвитку соціальних комунікацій: колективна монографія / Київськ. міжнар. ун-т ; Ін-т журналістики. - К.: 2011. - 311 с.
3. Інформаційні технології - 2014 : зб. тез I Української конф. молодих науковців, 22-23 трав. 2014 р., м. Київ / Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, Інститут суспільства, Кафедра інформатики, Кафедра інформаційних технологій і математичних дисциплін. - К. : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2014. - 172 с.
4. Медіаосвіта та медіаграмотність / Упор. В.Ф.Іванов, О.В.Волошенко. – К., 2002. – 352 с.
5. Михайлин І.Л. Основи журналістики: підручник [для студ. вищ. навч. закл.] - 5-те вид., переробл. та доп. - К. : Центр учбової л-ри, 2011. - 494 с.
6. Печена А. Бібліотека в системі масової комунікації: тенденції і напрями розвитку // Вісник Книжкової палати. - 2013. - № 10. - С. 12-17.
7. Різун В. Маси: тексти лекцій. – К.: ВПЦ Київський університет, 2003. - 116 с.
8. Різун В. Теорія масової комунікації. – К.: ВПЦ Київський університет, 2008. – 180 с.
9. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность): словарь-справочник / авт.-сост. В. А. Ильганаева. - Х. : Городская типография, 2009. - 391 с.
10. Хрестоматія з теорії тексту масової комунікації: навч. посіб. / сост. Е. Г. Шестакова. - Донецк : Норд-Прес, 2009. - 282 с.

Додаткова література:

11. Bernays E. L. Propaganda / E. L. Bernays - New York: Horace Liveright, 1928. – 159 p.
12. Digital cultures. Understanding new media / [edit. by G. Creeber, R. Martin]. – Maidenhead, Berkshire: Open University Press, 2009. - 205 p.
13. Doob L. W. Goebbels' Principles of Propaganda / L. W. Doob // The public opinion quarterly. – 1950. – Vol. 14. - №3. - P. 419 – 442.
14. Doob L. W. Propaganda, its psychology and technique / L. W. Doob. - New York: H. Holt and company, 1935. – 424 p.
15. Ellul J. Propaganda : the formation of men's attitudes / J. Ellul. - New York: Knopf, 1965. – XXII, 320, VII p.
16. Garfinkel S. L. Radio Research, McCarthyism and Paul F. Lazarsfeld / S. L. Garfinkel. – Massachusetts: M.I.T., 1987. – 84 p.
17. Griswold S. The two-step flow of communication theory [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.ojla.eu/pubfiles/TSCCT.doc>.
18. Jenkins H. Interactive audience? The “collective intelligence” of media fans [Електронний ресурс] / H. Jenkins - Режим доступу:

- <http://web.mit.edu/cms/People/henry3/collective%20intelligence.html>.
19. Lasswell H. D. The Theory of Political Propaganda / H. D. Lasswell // The American Political Science Review. – 1927. - Vol. 21. - No. 3. - P. 627-631.
 20. Lasswell H. D. World revolutionary propaganda / H. D. Lasswell, D. Blumenstock. – New York - London: Alfred A. Knopf, 1939. – XIII, 406 p.
 21. Lazarsfeld P. F. Radio and the printed page: an introduction to the study of radio and its role in the communication of ideas / P. F. Lazarsfeld. – New York: Duell, Sloan and Pearce Inc, 1940. – XXII, 354 p.
 22. Lazarsfeld P. F. Radio listening in America: The people look at radio again / P. F. Lazarsfeld, P. L. Kendall. – New York: Prentice - Hall Inc., 1948. – V, 178 p.
 23. Lippmann W. Liberty and the news / W. Lippmann. – New York: Harcourt, Brace and Howe, 1920. – 104 p.
 24. Lippmann W. Public Opinion / W. Lippmann. – New Jersey: Transaction publishers, 1991. – 427 p.
 25. Lippmann W. The good society / W. Lippmann. – Great Britain: Billing and Sons Ltd., 1944. – XXVIII, 429 p.
 26. Propaganda and dictatorships : a collection of papers / [editor H. L. Childs]. – Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1936. - 153 p.
 27. Акаймова А. Політична реклама як процес комунікації / А. Акаймова // Віче. – 2011. - №6 - С. 2-5.
 28. Анатомия рекламного образа / [под. общ. ред. А. В. Овруцкого]. – С.-Пб.: Питер, 2004. – 224 с.
 29. Арквілла Д., Ронфельдт Д. Мережі і мережеві війни. – К., 2005. – 350 с.
 30. Аронсон Э. Общественное животное : введение в социальную психологию / Э. Аронсон; [пер. с англ. Н. Миронов, С. Рысев]. – 7-е. изд. – М.: Прайм-Еврознак, 1998. - 517 с.
 31. Аронсон Э. Эпоха пропаганды : механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление / Э. Аронсон, Э. Р. Пратканис; [пер. с англ. И. Н. Волкова, Е. Н. Волков]. - Перераб. изд. – С.-Пб.: Прайм-Еврознак, 2003. - 384 с. - (Проект «Психологическая энциклопедия»).
 32. Бакулев Г. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. - М., 2005.
 33. Бандера С. Перспективи української революції. – Дрогобич., 1999. – 656 с.
 34. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент в глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік рилейшнз: монографія / В. М. Бебик. – К.: МАУП, 2005. — 440 с.
 35. Бичко І.В., Бойченко І.В. та ін. Філософія. – К., 2002. – 408 с.
 36. Богомолова Н. Социальная психология массовой коммуникации. - М., 2008.
 37. Бойко О. Д. Політичне маніпулювання: начальний посібник / О. Д. Бойко. – К.: Академвидав, 2010. – 432 с.
 38. Вацлавик, П. Психология межличностной коммуникаций / П. Вацлавик, Дж. Бивин, Д. Джексон. – СПб., 2000.
 39. Владимиров В.М. Історія української журналістики. – Київ, 2007. – 173 с.
 40. Волковский Н. Л. История информационных войн : в 2 ч. / Н. Л. Волковский. –

- С.-Пб.: Издательство «Полигон», 2003. – (Военно-историческая библиотека).
41. Гнатюк О. Л. Из истории американской коммуникологии и коммуникативистики: Гарольд Лассуэлл (1902-1978) / О. Л. Гнатюк // Сб. науч. труд.: Актуальные проблемы теории коммуникации. – С.-Пб. - 2004. – С. 11-20.
 42. Головки Б. Н. Деловые издания: Информационный менеджмент массовой коммуникации / Б. Н. Головки . – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2005. – 205 с.
 43. Горбачов М. С. Перебудова і нове мислення для нашої країни і для всього світу / М. С. Горбачов. – К.: Політвидав України, 1987. – 271 с.
 44. Грачев М. Н. Микроуровневые теории политико-коммуникационных процессов в американской политической науке XX века / М. Н. Грачев, А. Д. Трахтенберг // Вестник Российского университета дружбы народов.– 2004. – № 1 (5). – С. 89 – 96. – (Серия: Политология).
 45. Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: монография / М. Н. Грачев. – М.: Прометей, 2004. – 328 с.
 46. Грачев М. Н. Средства коммуникации как инструмент преобразования социально-политической действительности / М. Н. Грачев // Вестник Российского университета дружбы народов. – 2001. – № 3. – С. 88 – 103. – (Серия: Политология).
 47. Гришанова С. В. Формирование и функционирование общественного мнения в демократическом обществе: автореф. дис. на соискание науч. степ. канд. полит. наук: 23. 00. 02 / С. В. Гришанова; Москов. областн. ун-т. – М., 2009. – 23 с.
 48. Дайсон Е. Життя за добу Інтернету. Release 2.1. – К., 2002. – 343 с.
 49. Дейвіс Н. Європа : історія / Н. Дейвіс ; [пер. з англ. П. Таращук, О. Коваленко]. – К.: Вид. Соломії Павличко «Основи», 2008. – 1464 с.
 50. Демченко С. В. Медіаполітична система в сучасній Україні: інтегрована комунікаційна модель: автореф. дис. на здобуття наук. ступ. канд. політ. наук: 23. 00. 02 / С. В. Демченко; Дніпропетр. нац. ун-т. – Дніпропетровськ, 2004. - 19 с.
 51. Дмитровський З.Є. Телевізійна журналістика. – Львів., 2009. – 224 с.
 52. Донцов Д. За яку революцію. – Торонто, 1957. – 80 с.
 53. Дорошева Н. Все, что Вы хотели знать о некоммерческом секторе, но боялись спросить: Пособие для журналистов. – М., 2002.
 54. Еллюль Ж. Техніка або виклик століття / Сучасна зарубіжна соціальна філософія : хрестоматія / Ж. Еллюль. – К.: Либідь, 1996. – С. 25 – 57.
 55. Журналістика та медіа: довідник // За ред. Вайшенберга З., Кляйнштойберга Г. та ін. – К., 2011. – 529 с.
 56. Журналістська революція - 2004. Події, люди, дискусії. / Упоряд.: Наталя Лигачова, Леся Ганжа. — Київ: Вістка, 2005. — 284 с.
 57. Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с.
 58. Иванов В. Аспекты массовой коммуникации. - К., 2009. Ч.1-2.
 59. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием [Электронный ресурс] / С. Г. Кара-

- Мурза. – М.: Эксмо, 2000. – 864 с. – (Серия: «Политический бестселлер»). -
Режим доступа: http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul_content.htm.
60. Карпенко О. Троянські коні телереклами: мовні маніпуляції / О. Карпенко. – К.: Смолоскип, 2007. – 114 с.
61. Коммуникация: теория, методы исследования, технологии: учеб. пособие. Минск, 2004.
62. Коновець О. Теорія масової комунікації. - К., 2009.
63. Королько В. Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: підр. для студ. вищ. навч. закл. / В. Г. Королько, О. В. Некрасова. – 3-те вид., доповн. і переробл. – К.: Києво-Могилянська академія, 2009. – 831 с.
64. Кочеткова А. В. Медиапланирование [Электронный ресурс] / А. В. Кочеткова. – М.: РИП-холдинг, 2003. – (Серия: «Академия рекламы»). – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text10/17.htm>. – Заголовок з екрана.
65. Кюблер Х.-Д. Міфи про суспільство знань. – К., 2010. – 264 с.
66. Лазарсфельд П. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие / П. Лазарсфельд, Р. Мертон // Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований : хрестоматия / [сост. Назаров М. М.]. - М., 2002. - С. 138-149.
67. Лассвелл Г. Почему количественный метод? / Г. Лассвелл // Политическая лингвистика. - 2007. - Вып. 2 (22). - С. 177-186.
68. Лассвелл Г. Стиль в языке политики / Г. Лассвелл // Политическая лингвистика. - 2007. - Вып. 2 (22). - С. 165-177.
69. Лассвелл Г. Структура и функции коммуникации в обществе / Г. Лассвелл // Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований : хрестоматия / [сост. Назаров М. М.]. - М., 2002. - С. 131-138.
70. Лассвелл Г. Язык власти / Г. Лассвелл // Политическая лингвистика. - 2006. - Вып. 20. - С. 264-279.
71. Лебон Г. Психология народов и масс. – М., 1987.
72. Леви-Стросс К. Структура и форма // Семиотика. – М.: Радуга, 1983.
73. Леві-Строс К. Структурна антропологія. – К.: “Основи”, 1977.
74. Лотман Ю. М. Семиосфера: Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров: Статьи. Исследования. Заметки. – СПб.: «Искусство – СПб», 2000.
75. Магера Т. С. Коммуникативно-риторический потенциал текста политического плаката, или из чего же «сделаны» плакаты? / Т. С. Магера // Человек – Коммуникация – Текст : Сборник статей. – 2004. - Вып. 6. – С. 83-87.
76. Магера Т. С. Текст политического плаката: лингвориторическое моделирование (на материале региональных предвыборных плакатов) : автореф. дис... к. филолог. наук: 10. 02. 01. / Т. С. Магера; Алтай. гос. ун-т. – Барнаул, 2005. – 19 с.
77. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. – К., 2010. – 538 с.
78. Мак-Комбс М. Встановлення пріоритетів: масмедіа та громадська думка / М. Мак-Комбс; [пер. з англ.]. - К.: К.І.С., 2007. - 256 с.
79. Медведева Е. В. Рекламная коммуникация / Е. В. Медведева. – 3-е изд. – М.:

- ЛКИ, 2008. – 280 с.
80. Міхновський М. Самостійна Україна. Справа української інтелігенції. – К., 2007. – 352 с.
 81. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс / С. Московичи; [пер. с франц.]. - М.: Центр психологии и психотерапии, 1996. - 478 с.
 82. Набруско В. І. Формування громадської думки в умовах легітимації політичної влади (масовокомунікативний вимір): автореф. дис. на здобуття наук. ступ. канд. політ. наук: 23. 00. 03 / В. І. Набруско; Інст. журн. Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка. – К., 2006. - 17 с.
 83. Назаров М. М. Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации: опыт междисциплинарного исследования / М. М. Назаров, М. А. Папантиму. – М.: Либроком, 2009. – 216 с.
 84. НКО и СМИ. Мостик через пропасть. Практическое пособие для некоммерческих организаций. М.: Агентство социальной информации. – М, 2002.
 85. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс. – М., 2000.
 86. Павлюк Л. С. Знак, символ, міф у масовій комунікації / Л. С. Павлюк. – Львів: ПАІС, 2006. – 120 с.
 87. Павлюк Л. С. Риторика, ідеологія, персуазивна комунікації / Л. С. Павлюк. – Львів: ПАІС, 2007. – 168 с.
 88. Панарин И. Н. Информационная война : победа в Башкирии / И. Н. Панарин. – М.: Изд. дом «Городец», 2004. – 272 с.
 89. Панарин И. Н. Информационная война и геополитика / И. Н. Панарин. – М.: Поколение, 2006. – 560 с.
 90. Панарин И. Н. Слухи как технология информационной войны [Электронный ресурс] / И. Н. Панарин. - Режим доступа: http://www.politech.org/index.php?option=com_content&task=view&id=636&Itemid=38.
 91. Панахлы Н. Некоторые социологические аспекты информационного общества / Н. Панахлы // Політологічний вісник. – 2011. – № 53. - С. 244-253.
 92. Партико З.В. Теорія масової інформації: Навчальний посібник. – Львів, „Паїс”, 2007. – 122 с.
 93. Перов, В. Ю. Стратегии философского осмысления социального общения / В. Ю. Перов // Коммуникация и образование: сб. статей под ред. С. И. Дудника. СПб., 2004. С. 9—32.
 94. Плеханов Г. В. Сочинения : в 24 т. / Г. В. Плеханов ; [под ред. Д.Рязанова]. - М.: Государственное издательство, 1928 г. – (Библиотека научного социализма под общей редакцией Д. Рязанова).
 95. Потєбня А. А. Мысль и язык. – К.: СИНТО, 1993. – 191 с.
 96. Потєбня А. А. Слово и миф / Сост. А. Л. Топоркова; Отв. ред. А. К. Байбурин. – М.: Правда, 1988. – 282 с.
 97. Потятиник Б. Інтернет-жураналістика. – Львів., 2010. – 246 с.
 98. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навч. посіб. / Г. Г. Почепцов. – 3-е вид., випр. і

- доп. - К.: Знання, 2006. – 327 с.
99. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. / Г. Г. Почепцов. - М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001. – 656 с.
 100. Почепцов Г. Г. Информационные войны / Г. Г. Почепцов. – К.: Ваклер, 2001. – 576 с.
 101. Почепцов, Г. Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением / Г. Г. Почепцов. – М., 1998
 102. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов – М.-К., 2001.
 103. Розин В. М. Визуальная культура и восприятие. Как человек видит и воспринимает мир / В. М. Розин. - М.: Либроком, 2009. – 272 с.
 104. Сапунов, Б. М. Философские проблемы массовой информации и телерадиокоммуникации / Б. М. Сапунов. – М., 1998.
 105. Семенюк О.А., Паращук В.Ю. Основи теорії мовної комунікації. – К., 2010. – 240 с.
 106. Сніжко А. С. Методика структурного аналізу політичного плакату (на прикладі матеріалів німецької пропаганди 1941-1944 рр.) / А. С. Сніжко // Політологічний вісник. – 2010. – № 47. - С. 275-284.
 107. Сніжко А. С. Політична пропаганда як засіб взаємодії партій та суспільства / А. С. Сніжко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. - 2011. - № 101. - С. 56-58. – (Серія: Філософія. Політологія).
 108. Соссюр Ф. Де Курс общей лингвистики. – М., 1996.
 109. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Мітчел Стівенс ; [пер. з англ. Н. Єгоровець]. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с.
 110. Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій / [Петрик В. М., Штоквиш О. А., Кальниш В. В. та ін.] – К.: Росава, 2006. – 208 с.
 111. Троцкий Л. Д. Проблемы культуры : культура переходного периода [Електронний ресурс] / Л. Д. Троцкий // Режим доступу: <http://www.zhurnal.ru/magister/library/trotsky/trotl910.htm>.
 112. Фещенко Л. Г. Структура рекламного текста: учебно-практическое пособие / Л. Г. Фещенко. – С.-Пб.: Петербургский институт печати, 2003. – 232 с.
 113. Філософія: навч.посібник / Л.В.Губерський, І.Ф.Надольний та ін. – К., 2006. – 543 с.
 114. Фролова Т. И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге: Учебное пособие. – М.: Пульс, 2003. – 44 с.
 115. Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас. – СПб., 2000.
 116. Штромайер Г. Політика і мас-медіа / Г. Штромайер; [пер. з нім. А. Орган]. – К.: Києво-Могилянська академія, 2008. – 303 с.
 117. Якименко Ю. В. Громадська думка як фактор еволюції партійної системи

України / Ю. В. Якименко // Політологічний вісник. – 2010. – № 46. - С. 310-319.

118. Яковлева Н. І. Пропаганда як складова політичної комунікації : дис. канд. політ. наук : 23. 00. 02 / Н. І. Яковлева; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2010. - 212 с.
119. Ярошенко О.В. Основи теорії мовної комунікації. – К., 2010. – 312 с.

Інтернет-ресурси:

1. www.nsju.org.ua
2. www.profspilka.org.ua
3. www.telekritika.kiev.ua
4. www.mediakrytyka.info
5. www.rada.gov.ua
6. www.ombudsman.kiev.ua
7. www.stc.gov.ua
8. www.niss.gov.ua
9. www.civicua.org
10. www.cure.org.ua
11. www.aidsalliance.kiev.ua
12. www.afew.org
13. www.lgvs.org.ua
14. www.un.kiev.ua
15. www.kmu.gov.ua
16. www.me.gov.ua
17. www.minagro.kiev.ua
18. www.minfin.gov.ua
19. www.rada.kiev.ua
20. www.dkrp.gov.ua
21. www.ukrstat.gov.ua
22. www.amc.gov.ua
23. www.spfu.gov.ua
24. www.istock.com.ua
25. www.ir.org.ua
26. www.uceps.com.ua
27. www.korrespondent.net
28. www.ufs.kiev.ua
29. www.uts.net.ua
30. liga.net

**Робоча програма навчальної дисципліни
«Теорія та історія соціальних комунікацій»**

Розробник: *Сніжко Андрій Сергійович*, кандидат політичних наук, старший викладач кафедри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.