

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю



ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

« 30 » of 2020 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Теорія масової комунікації та інформації

для студентів

Спеціальності **061 Журналістика**
Освітнього рівня **першого (бакалаврського)**
Освітньої програми **061.00.03 «Видавнича справа та редагування»**

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Прог. № 2960/20
Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціал)
« » 2020 р.

Київ – 2020

Розробник: Харамурза Дар'я Вікторівна, викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Викладач: Харамурза Дар'я Вікторівна, викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю


Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол № 6 від 27 грудня 2019 року

Завідувач кафедри  Л. М. Новохатько


Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми видавничої справи та редагування

_____ . _____ 2019 р.

Гарант освітньої-професійної програми  В.І.Шпак

Робочу програму перевірено

_____ . _____ 20 _____ р.

Заступник директора Інституту журналістики  (О.А. Росінська)

Пролонговано:

- на 20 ____ /20 ____ н.р. _____ (_____), « ____ » ____ 20 ____ р., протокол № ____
- на 20 ____ /20 ____ н.р. _____ (_____), « ____ » ____ 20 ____ р., протокол № ____
- на 20 ____ /20 ____ н.р. _____ (_____), « ____ » ____ 20 ____ р., протокол № ____
- на 20 ____ /20 ____ н.р. _____ (_____), « ____ » ____ 20 ____ р., протокол № ____

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	–
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	–
Курс	1	–
Семестр	2	–
Кількість змістових модулів з розподілом	3	–
Обсяг кредитів	4	–
Обсяг годин, у тому числі:	120	–
аудиторні	42	–
модульний контроль	6	–
семестровий контроль	30	–
самостійна робота	42	–
Форма семестрового контролю	іспит	–

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни – формування у студентів бази знань із теорії масової комунікації та інформації, набуття практичних навичок щодо аналізу й створення масовоінформаційних продуктів.

Завдання дисципліни:

- набуття студентами розуміння феномену масового спілкування як виду соціальної комунікації, усвідомлення механізмів впливу закономірностей масового спілкування на працю видавця і редактора як фахівців галузі;
- формування системи знань про ключові поняття та основні етапи історичного розвитку засобів масової комунікації;
- усвідомлення студентами суспільної ролі професіоналів масової комунікації та способів модернізації їхньої праці;
- вивчення специфіки взаємодії ЗМІ з масовою свідомістю;
- засвоєння студентами знань про технології, теорії, моделі, методи досліджень масової комунікації;
- ознайомлення зі способами захисту аудиторії від маніпуляційних технологій та недостовірної інформації;
- набуття студентами навичок пошуку, обробки, аналізу інформації з різних

- джерел з метою систематизації та використання у професійній діяльності;
- набуття вмінь передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікаційних наук;
- підготовка студентів до застосування набутих знань із курсу на практиці.

3. Результати навчання за дисципліною

Програмні результати навчання.

У результаті вивчення дисципліни «Теорія масової комунікації та інформації» студент здобуде наступні фахові компетентності:

ФК-1. Здатність застосовувати та оцінювати знання з галузі соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності:

- знання специфіки створення і функціонування ЗМІ;
- здатність до глибоких знань та розуміння процесів, що відбуваються в галузі соціальних комунікацій;
- знання алгоритму редакційної підготовки видавничого продукту (друкованого, теле- та радіопродукту);
- здатність до розуміння знакової природи вербального і візуального тексту та головних законів семіозису;
- здатність до засвоєння фундаментальних знань зі стилістики української мови;
- здатність до засвоєння фундаментальних знань з комп'ютерно-видавничих технологій.

ФК-5. Здатність формувати та створювати інформаційний контент:

- уміння застосовувати технології формування громадської думки;
- уміння застосувати комп'ютерно-видавничі технології у процесі медіа-виробництва;
- здатність до застосування методів редакторського аналізу при опрацюванні текстів різного цільового і читацького призначення;
- здатність аналізувати дизайн-концепцію видання, місце в ній структурно виражальних компонентів, уміння їх фахово оцінювати, оптимізувати;
- здатність контролювати якість текстового та мультимедійного контенту різних видів медійних продуктів;

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

№ з/п	Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семінарських	Модульного контролю	Самостійної роботи	Підсумкового контролю
Змістовий модуль I									
ОСНОВИ ТЕОРІЇ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЇ									
1.1	Поняття про масову комунікацію	6	4	2		2		2	
1.2	Форми, формати, види та фактори масової комунікації	5	2			2		3	
1.3	Поняття про маси	4	2			2		2	
1.4	Теорія інформації та її концепції	6	4	2		2		2	
1.5	Функціонування масової інформації в суспільстві	5	2			2		3	
1.6	Професіонали масового спілкування	4	2			2		2	
	Модульна контрольна робота	2					2		
	Разом за модулем I	32		4		12	2	14	
Змістовий модуль II									
ПОНЯТТЯ ПРО МАСОВОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ВПЛИВ									
2.1	Масовий вплив як комунікаційний процес	6	4	2		2		2	
2.2	Технології масовокомунікаційного впливу	10	4			4		6	
2.3	Засоби й методи масовокомунікаційного впливу	5	2			2		3	
2.4	Ефекти в масовій комунікації	5	2			2		3	
	Модульна контрольна робота	2					2		
	Разом за модулем II	28		2		10	2	14	
Змістовий модуль III									
ДОСЛІДЖЕННЯ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ									
3.1	Історія науки про масову комунікацію	6		2		2		2	
3.2	Становлення та розвиток вітчизняної наукової школи масової комунікації	4				2		2	
3.3	Теорії і моделі масової комунікації	10				4		6	
3.4	Напрями і методи досліджень масової	8		2		2		4	

комунікації								
Модульна контрольна робота	2					2		
Разом за модулем III	30		4		10	2	14	
Іспит	30							30
Разом за навчальним планом	120		10		32	6	42	30

5. Програма навчальної дисципліни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I ОСНОВИ ТЕОРІЇ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЇ

Тема 1. Поняття про масову комунікацію.

Історія розвитку масової комунікації. Дописемний етап доіндустріального періоду. Писемний етап доіндустріального періоду. Друкарський етап індустріального періоду. Аудіовізуальний етап індустріального періоду. Сучасні тенденції і проблеми розвитку. Сутність масової комунікації. Характер масової комунікації. Система масової комунікації. Структура масової комунікації. Визначення масової комунікації. Рівні масової комунікації. Функції масової комунікації. Ознаки масового спілкування. Модель масової комунікації.

Тема 2. Форми, формати, види та фактори масової комунікації.

Форми масової комунікації. Інституційні форми. Суб'єктно-об'єктна форма. Організоване зараження. Організована сугестія. Організована маніпуляція. Розповідь, роздуми, демонстрація та розвага як форми масової комунікації. Формати масової комунікації. Використання масової комунікації в інших форматах. Види масової комунікації. Масмедійні комунікації. Рекламні комунікації. PR-комунікації. Пропаганда та агітація. Фактори масової комунікації. Людські фактори масової комунікації. Інструментально-технологічні фактори масової комунікації. Ситуаційні фактори масової комунікації.

Тема 3. Поняття про маси.

Визначення мас. Види мас. Ознаки мас. Фази існування маси. Механізм масифікації. Роль ЗМК у масифікації людини. Натовп і публіка. Масова аудиторія. Настрої, думки, свідомість і поведінка мас.

Тема 4. Теорія інформації та її концепції.

Історія розвитку теорії інформації. Аксиоми та закони в сучасній теорії інформації. Визначення та одиниці вимірювання інформації. Класична схема передачі повідомлення. Будова повідомлення. Концепції теорії інформації. Імовірнісна (класична) концепція теорії інформації. Алгоритмічна концепція теорії інформації. Семантична концепція теорії інформації. Кодування інформації. Передача інформації. Носії інформації. Загальні властивості інформації та їх вимірювання й оцінювання. Кількість інформації. Новизна інформації. Якість

інформації. Цінність інформації. Достовірність інформації. Складність інформації. Компресованість інформації.

Тема 5. Функціонування масової інформації в суспільстві.

Види суспільств в аспекті циркулювання в них масової інформації. Поняття «інформаційне суспільство». Основні види інформації в суспільстві. Основні потоки масової інформації в інформаційному суспільстві. Інформація як продукт споживання, товар і засіб виробництва. Специфічні властивості масової інформації. Культура споживання інформації.

Тема 6. Професіонали масового спілкування.

Поняття «професійний комунікант». Професійний і соціальний аспекти діяльності професійних комунікантів. Типи комунікантів у масовій комунікації. Творче й виробниче в діяльності професійних комунікантів. Масовокомунікаційна індустрія як комунікант. Трансформація систем масової комунікації в сучасному суспільстві.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II ПОНЯТТЯ ПРО МАСОВОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ВПЛИВ

Тема 7. Масовий вплив як комунікаційний процес.

Визначення поняття масовокомунікаційного впливу. Концептуальні засади масовокомунікаційного впливу. Види, форми, методи масовокомунікаційного впливу. Масифікатори, лідери, просвітителі в системі масового спілкування. Професійні засади масовокомунікаційного впливу. Видимасовокомунікаційного впливу: масове зараження, масова сугестія, масова маніпуляція.

Тема 8. Технології масовокомунікаційного впливу.

Поняття про технологію масовокомунікаційного впливу. Механізм керування масою. «Четверта влада» як основний концепт технології масовокомунікаційного впливу. Види масовокомунікаційних технологій. Технології проектування та змін соціального простору. Інформаційні технології. Інтерактивні технології спілкування. PR-технології. Рекламні технології. Пропагандистські технології. Технології нових медіа як протиположність масовокомунікаційним технологіям.

Тема 9. Засоби й методи масовокомунікаційного впливу.

Масова інформація як засіб впливу. Новина як засіб масового впливу. Повідомлення як засіб масового впливу. Метод «промивання мізків». Метод переконання. Метод «наклеювання ярликів». Метод асоціативного формування позитивного - ефекту. Методи в рекламі. Методи нейролінгвістичного програмування. Методи маркування маси. Техніки масовокомунікаційного впливу. Фейкова інформація. Технології та інструменти перевірки розпізнавання фейків та встановлення достовірності інформації.

Тема 10. Ефекти в масовій комунікації.

Поняття про ефективність. Ефективність та дієвість. Поняття про ефект. Ефект гуртування. Ефект довіри. Ефект ореолу. Ефект самодостатності у прийнятті рішень. Ефект праймінгу. Ефект десенсибілізації. Ефект культивациі. Ефект бумеранга. Ефект переконання. Заколисуючий ефект. Міф як результат масової комунікації.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III ДОСЛІДЖЕННЯ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Тема 11. Історія науки про масову комунікацію.

Становлення науки про масову комунікацію: основні етапи. Вплив наукових шкіл та вчень на розвиток науки про масову комунікацію: Чиказька школа, Віденський гурток, Франкфуртська школа, Бірмінгемська школа (Британські культурні студії), марксизм, психоаналіз, біхевіоризм, функціоналізм.

Тема 12. Становлення та розвиток вітчизняної наукової школи масової комунікації.

Становлення української наукової школи масової комунікації. Основні напрямки досліджень питань теорії масової комунікації та інформації в українських наукових студіях. Основні постулати вітчизняної наукової школи теорії масової комунікації. Вітчизняні дослідники питань масової комунікації та інформації.

Тема 13. Теорії і моделі масової комунікації.

Теорія масового суспільства і сильних медіа. Теорія двоступеневого впливу. Теорія дифузії інновацій. Теорія Г. Ласвелла. Теорія чотирьох функцій. Шість теорій преси (нормативні теорії преси). Теорії на основі психодинамічної моделі К. Говленда. Теорія когнітивного дисонансу. Теорія обмежених ефектів. Теорія селективного впливу. Теорія модернізації Лернера. Теорія розширення відчуття Маклюена. Теорія медійної гегемонії. Теорія культивациі. Теорія використання і задоволення. Теорія «порядок денний». Теорія «спіраль мовчання». Соціально-когнітивна теорія і більш широка теорія соціального навчання А. Бандури. Теорія фреймінгу. Теорія ефекту третьої особи. Теорія медійної залежності. Теорія медійної грамотності. Теорія самореференції Лумана. Комплексна теорія Д. Мак-Квейла. Модель комунікації як трансмісії. Модель експресивна, або ритуальна. Модель розголосу. Модель рецепції (сприймання): кодування й декодування висловлювання.

Тема 14. Напрями і методи досліджень масової комунікації.

Напрями досліджень масової комунікації: дослідження медіавпливу, інші напрями досліджень. Структура і логіка наукового дослідження. Методи досліджень масової комунікації. Класифікація методів досліджень. Вимоги до наукових методів. Джерела для медіадосліджень в Україні.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль I		Модуль II		Модуль III	
		Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	2	2	1	1	2	2
Відвідування семінарських занять	1	6	6	5	5	5	5
Робота на семінарському занятті	10	6	60	5	50	5	50
Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	5	1	5	1	5
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25
<i>Разом:</i>			98		86		87
Максимальна кількість балів	271						
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $271:60=4,5$ Студент набрав 258 балів Оцінка $258 :4,5= 57$ балів						

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Змістовий модуль I. Основи теорії масової комунікації та інформації Самостійна робота 1

1. Ознайомтесь із джерелами, запропонованими викладачем.
2. Оберіть будь-яке повідомлення, поширене засобами масової комунікації.
3. Проаналізуйте обране повідомлення. Визначте, до якого виду масової комунікації воно відноситься, які завдання та функції виконує.
4. Підготуйте результати дослідження у формі текстового документу або презентації PowerPoint.

Змістовий модуль II. Поняття про масовокомунікаційний вплив

Самостійна робота 2

1. Ознайомтесь із джерелами, запропонованими викладачем.
2. Оберіть будь-яке повідомлення, поширене засобами масової комунікації.
3. Проаналізуйте обране повідомлення в контексті застосування маніпуляційних технологій.
4. Підготуйте результати дослідження у формі текстового документу або презентації PowerPoint.

Змістовий модуль III. Дослідження масової комунікації

Самостійна робота 3

1. Ознайомтесь із джерелами, запропонованими викладачем.
2. Оберіть одну з існуючих теорій чи моделей масової комунікації.
3. Підготуйте мультимедійну презентацію до обраної теми.

Оцінювання самостійної роботи здійснюється за такими *критеріями*:

- глибина розкриття проблеми;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- термінологічна коректність;
- ступінь обґрунтованості висновків;
- володіння нормами літературної мови та культури письмової відповіді.

6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється у письмовій формі.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Оцінюється за виконання завдань у формі, зазначеній викладачем у робочій програмі.

Кількість модульних контрольних робіт із навчальної дисципліни – 3, виконання кожної роботи є обов'язковим.

Модульна контрольна робота № 1

Передбачає розгорнуту письмову відповідь на два теоретичні питання за темами змістового модуля I. Студент має розкрити теоретичні питання та проілюструвати їх самостійно наведеними прикладами.

Модульна контрольна робота № 2

Передбачає розгорнуту письмову відповідь на два теоретичні питання за темами змістового модуля II. Студент має розкрити теоретичні питання та проілюструвати їх самостійно наведеними прикладами.

Модульна контрольна робота № 3

Передбачає розгорнуту письмову відповідь на два теоретичні питання за темами змістового модуля III. Студент має розкрити теоретичні питання та проілюструвати їх самостійно наведеними прикладами.

Критерії оцінювання:

12,5 бали (максимально) за відповідь на кожне питання. Ураховуються:

- глибина розкриття питання;

- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- доречність наведених прикладів та коректність аналізу;
- обґрунтованість висновків;
- володіння нормами літературної мови та культури письмової відповіді.

Правильне виконання всіх завдань у межах однієї модульної контрольної роботи оцінюється максимально 25 балами.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Підсумкове оцінювання знань студентів з дисципліни «Теорія масової комунікації та інформації» відбувається в межах письмового іспиту. Студенти виконують завдання, яке охоплює два теоретичних питання оцінюються по 3 балів, практичне завдання оцінюється в 14 балів (максимально), разом 40 балів.

Критерії оцінювання завдання:

- засвоєння теоретико-методологічних засад дисципліни;
- знання історії дослідження масової комунікації;
- обізнаність з основними теоріями і моделями масової комунікації;
- здатність проводити аналіз інформаційних продуктів в аспекті використання засобів і технологій впливу на масову свідомість;
- повнота і ґрунтовність відповіді;
- доказовість і логічність викладу;
- доречність наведених прикладів та коректність аналізу;
- обґрунтованість висновків;
- володіння нормами літературної мови та культури письмової відповіді.

6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю

1. Охарактеризуйте масову комунікацію як явище.
2. Визначте основні етапи розвитку масової комунікації.
3. Охарактеризуйте сутність масової комунікації.
4. Дайте характеристику формам і форматам масової комунікації.
5. Порівняйте особливості існуючих видів масової комунікації.
6. Класифікуйте фактори масової комунікації.
7. Дайте визначення масової комунікації.
8. Визначте обов'язкові компоненти моделі масової комунікації.
9. Дайте визначення поняття «маси». Класифікуйте маси за видами.
10. Виділіть найважливіші ознаки маси.
11. Визначте фази існування маси.
12. Охарактеризуйте механізм масифікації. Проаналізуйте роль ЗМК у масифікації людини.
13. Визначте спільне й відмінне між натовпом, публікою та масовою аудиторією.

14. Охарактеризуйте такі поняття як настрої, думки, свідомість і поведінка мас.
15. Визначте основні етапи історії розвитку теорії інформації.
16. Проаналізуйте існуючі концепції теорії інформації.
17. Розкрийте сутність основних аксіом і законів сучасної теорії інформації.
18. Охарактеризуйте загальні властивості інформації, їх вимірювання та оцінювання.
19. Визначте специфічні властивості масової інформації.
20. Виділіть види суспільств в аспекті циркулювання в них масової інформації.
21. Розкрийте поняття «інформаційне суспільство».
22. Класифікуйте основні види інформації в суспільстві.
23. Охарактеризуйте інформацію як продукт споживання, товар і засіб виробництва.
24. Запропонуйте визначення поняття «професійний комунікант».
25. Розкрийте професійний і соціальний аспекти діяльності професійних комунікантів.
26. Охарактеризуйте типи комунікантів у масовій комунікації.
27. Порівняйте творче й виробниче в діяльності професійних комунікантів.
28. Охарактеризуйте масовокомунікаційну індустрію як комуніканта.
29. Визначте особливості трансформації систем масової комунікації в сучасному суспільстві.
30. Розкрийте суть поняття масовокомунікаційного впливу.
31. Визначте види, форми, методи масовокомунікаційного впливу.
32. Проаналізуйте роль масифікаторів, лідерів, просвітителів у системі масового спілкування.
33. Визначте професійні засади масовокомунікаційного впливу.
34. Порівняйте види масовокомунікаційного впливу.
35. Дайте характеристику поняття технології масовокомунікаційного впливу.
36. Розкрийте механізм керування масою.
37. Охарактеризуйте «четверту владу» як основний концепт технології масовокомунікаційного впливу.
38. Проаналізуйте види масовокомунікаційних технологій: технології проектування та змін соціального простору, інформаційні технології, інформаційні інтерактивні технології.
39. Порівняйте види масовокомунікаційних технологій: PR-технології, рекламні технології, пропагандистські технології.
40. Визначте засоби, методи, техніки масовокомунікаційного впливу.
41. Розкрийте поняття «фейкова інформація». Запропонуйте технології та інструменти перевірки.
42. Розкрийте поняття «ефективність масової комунікації». Визначте різницю між ефективністю та дієвістю у масовій комунікації.
43. Запропонуйте визначення поняття «масовокомунікаційний ефект». Охарактеризуйте види ефектів у масовій комунікації.
44. Охарактеризуйте міф як результат масової комунікації. Запропонуйте способи боротьби з масовокомунікаційними впливами.

45. Визначте основні етапи становлення науки про масову комунікацію.
46. Проаналізуйте вплив наукових шкіл та вчень на розвиток науки про масову комунікацію: Чиказька школа, Віденський гурток, Франкфуртська школа, Бірмінгемська школа.
47. Проаналізуйте вплив наукових шкіл та вчень на розвиток науки про масову комунікацію: марксизм, психоаналіз, біхевіоризм, функціоналізм.
48. Визначте особливості становлення вітчизняної наукової школи масової комунікації.
49. Охарактеризуйте основні теорії масової комунікації: теорія масового суспільства і сильних медіа, теорія двоступеневого впливу, теорія дифузії інновацій, теорія Г. Ласвелла.
50. Охарактеризуйте основні теорії масової комунікації: теорія чотирьох функцій, шість теорій преси (нормативні теорії преси), теорії на основі психодинамічної моделі К. Говленда, теорія когнітивного дисонансу.
51. Охарактеризуйте основні теорії масової комунікації: теорія селективного впливу, теорія використання і задоволення, теорія розширення відчуття Маклюена, теорія культивачії.
52. Охарактеризуйте основні теорії масової комунікації: теорія медійної гегемонії, теорія “порядок денний”, теорія “спіраль мовчання”, соціально-когнітивна теорія і теорія соціального навчання А. Бандури.
53. Охарактеризуйте основні теорії масової комунікації: теорія фреймінгу, теорія медійної залежності, теорія праймінгу, теорія ефекту третьої особи.
54. Охарактеризуйте основні теорії масової комунікації: теорія змови, або теорія “пропагандистська модель”, теорія медійної грамотності, теорія самореференції Н. Лумана. Комплексна теорія Д. Мак-Квейла.
55. Охарактеризуйте моделі масової комунікації: модель комунікації як трансмісії, модель експресивна (ритуальна), модель розголосу, модель рецепції.
56. Визначте особливості напрямів досліджень масової комунікації: дослідження медіавпливу та інші напрями досліджень.
57. Розкрийте поняття структури і логіки наукового дослідження.
58. Класифікуйте методи досліджень масової комунікації.

ОРІЄНТОВНІ ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ ДО ІСПИТУ

Варіант 1

Проведіть зіставний аналіз кількох моделей комунікації.

Варіант 2

Розкрийте на конкретних прикладах механізм дії певної моделі комунікації.

Варіант 3

Обґрунтуйте власну думку: чи може суспільство існувати без міфів у сфері масової комунікації?

Варіант 4

Перетворіть фахову інформацію на масову.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
відмінно	90-100
дуже добре	82-89
добре	75-81
задовільно	69-74
достатньо	60-68
незадовільно	0-59

7. Навчально-методична картка дисципліни «Теорія масової комунікації та інформації»

Разом: 120 год., з них: лекційні – 10 год., семінарські – 32 год., модульний контроль – 6 год., самостійна робота – 42 год., семестровий контроль – 30 год.

Модулі	Змістовий модуль I		Змістовий модуль II		Змістовий модуль III	
Назва модуля	ОСНОВИ ТЕОРІЇ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЇ		ПОНЯТТЯ ПРО МАСОВОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ВПЛИВ		ДОСЛІДЖЕННЯ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ	
Кількість балів за модуль	98		86		87	
Лекції	відвідування – 2б., з них:		відвідування – 1б., з них:		відвідування – 2б., з них:	
Темилекцій	Поняття про масову комунікацію – 1 б.		Масовий вплив як комунікаційний процес – 1 б.		Історія науки про масову комунікацію – 1 б.	
Темі семінарських занять	Поняття про масову комунікацію – 1 б. + 10 б.	Теорія інформації та її концепції – 1 б. + 10 б.	Масовий вплив як комунікаційний процес – 1 б. + 10 б.	Ефекти в масовій комунікації – 1 б. + 10 б.	Історія науки про масову комунікацію – 1 б. + 10 б.	Історія науки про розвиток вітчизняної наукової школи масової комунікації – 1 б. + 10 б.
Самостійна робота	5 б.	5 б.	5 б.	5 б.	5 б.	5 б.
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)		Модульна контрольна робота 2 (25 балів)		Модульна контрольна робота 3 (25 балів)	
Підсумковий контроль	Всього 271 бал + в межах іспиту 40 балів					

8. Рекомендовані джерела

Основна література

1. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ: Пер. с англ. В. В. Кулебы, Я. А. Лебедевка. – М. :Издат. дом «Вильямс», 2004. – 432 с.
2. Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини.– К. : Освіта, 1999. – 351 с.
3. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. Век XXI. – М. : Алгоритм, 2015. – 464 с.
4. Квіт С. Масові комунікації : підручник. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 206 с.
5. Маклюэн Г. М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. – М., 2003. – 464 с.
6. Мак-Люэн М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры. – К. : Ника-Центр, 2003. – 432 с.
7. Методологія досліджень мас-медіа : робоча книга (handbook) / за заг. ред. К. Г. Сіріньок-Долгарьової. – Запоріжжя : ЗНУ, 2017. – 156 с.
8. Ольшанский Д. В. Психология масс. – СПб. : Питер, 2002. – 368 с.
9. Партико З. В. Теорія масової інформації та комунікації : навч. посібник. – Львів : Афіша, 2008. – 290 с.
10. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. – К. : Видавничий центр «Київський університет», 1999. – 308 с.
11. Різун В. В. Маси. – К. : Видавничий центр «Київський університет», 2003. – 118 с.
12. Різун В. В. Теорія масової комунікації. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008. – 260 с.

Додаткова література

1. Бебик В. М., Сидоренко О. І. Засоби масової інформації посткомуністичної України. – Київ : МАУП, 1996. – 124 с.
2. Гоян О. Я. Аудиторія комерційного радіомовлення в контексті суспільних трансформацій // Наукові записки інституту журналістики. – 2004. – Том 14. – С. 16–25.
3. Грач Ю. Інтернет як організаційно-технологічна основа становлення інформаційного суспільства // Вісник Книжкової палати. – 2007. – № 4. – С. 34–36.

4. Гриценко О. М. Мас-медіа у відкритому інформаційному суспільстві й гуманістичні цінності / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2002. – 204 с.
5. Засоби масової інформації: професійні стандарти, етика та законодавчі норми: наук.видання / Укл.: Петрів Т., Сафаров А., Сюмар В., Чекмишев О., – К. : Ніч лава, 2006. – 100 с.
6. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: Навчальний посібник. – Львів : ПАІС, 2000.
7. Зернецька О., Зернецький П. Трансформації віртуального простору та парадигми впливу мас-медійних дискурсів // Політичний менеджмент. – 2005. – № 3 (12). – С. 100 – 107. – Режим доступу: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=40&c=787>
8. Масова комунікація: Підручник / А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Іванов, В. А. Вергун. – К. : Либідь, 1997. – 216 с.
9. Назаретян А. П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. – СПб. : Питер, 2004.
10. Партико З. В. Теорія масової інформації : Конспект курсу лекцій. – К., 2004. – 200 с.
11. Партико З. В. Теорія масової інформації : Навчальний посібник. – Львів : «Паїс», 2007. – 122 с.
12. Прилюк Д. М. Теорія і практика журналістської творчості. – Л. : Вища школа, 1973. – 272 с.
13. Пронин Е. И. Текстовые факторы эффективности журналистского воздействия. – М. : Изд-во МГУ, 1981. – 158 с.
14. Різун В. В. Основи журналістики у відповідях і заувагах / Київський нац. університет ім. Тараса Шевченка. – К., 2004. – 80 с.
15. Сенченко М. Четверта світова інформаційно-психологічна війна // Вісник книжкової палати. – 2006. – № 1. – С. 3–5.
16. Сороченко В. Энциклопедия методов пропаганды (Как нас обрабатывают СМИ, политики и реклама). 2002. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://psyfactor.org/propaganda.htm>
17. Тоффлер Э. Третья волна. – М. : Издательство АСТ, 2004. – 261 с.
18. Халер М. Пошук і збір інформації. – К. : Арт-Аз, 2006. – 180 с.
19. Харари Ю. Н. Sapiens. Краткая история человечества. – М. : Синдбад, 2016. – 512 с.