

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи
О.Б. Жильцов
« 10 » 09 2020 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Масова комунікація та інформація

Змістовий модуль: Теорія інформації й комунікацій

для студентів

спеціальності 061 «Журналістика»
освітнього рівня першого (бакалаврського)
освітньої програми 061.00.01 «Журналістика»

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Програма № 1694/20
(підпис) (прізвище, ініціали)
« » 20 20 р.

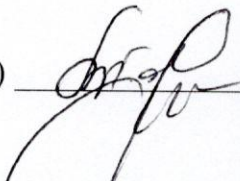
Київ – 2020

Розробник: Васьків М.С., доктор філологічних наук, професор кафедри журналістики і нових медіа

Викладач: Васьків М.С., доктор філологічних наук, професор кафедри журналістики і нових медіа

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри (циклової комісії) журналістики та нових медіа

Протокол від «9» вересня 2020 року № 1

Завідувач кафедри (голова циклової комісії)  В.О. Гандзюк

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої (професійної/наукової) програми (керівником проектної групи) _____

09 . 09 20 20 р.

Гарант освітньої (професійної / наукової) програми

(керівник проектної групи)  (В.О. Гандзюк)

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	
Масова комунікація та інформація Змістовий модуль: Теорія інформації й комунікацій		
	Денна	Заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	українська
Курс	3	3
Семестр	5	5
Кількість змістових модулів з розподілом:	2	2
Обсяг кредитів	2	2
Обсяг годин, в тому числі	60	60
аудиторні	28	8
модульний контроль	4	-
семестровий контроль	10	
самостійна робота	18	52
форма семестрового контролю	іспит	іспит

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Курс «Теорія інформації й комунікацій» покликаний формувати теоретичну базу бакалавра з журналістики, тому **метою** його вивчення є досягнення студентами сутності інформації, масової інформації, поширення масової інформації як основи діяльності мас-медіа, природи масової комунікації як явища, структури масовокомунікаційного процесу, функцій масової комунікації, оволодіння навичками протистояння масовокомунікаційного впливу, маніпулювання тощо.

Завданнями курсу є:

- визначити сутність понять «інформація», «масова інформація», «масовоінформаційна діяльність»;
- засвоїти принципи, методи і засоби поширення масової інформації;
- ознайомити з технологіями масового спілкування;
- сформувати поняття суміжних професій у галузі масової комунікації;
- розкрити засоби, способи, форми масового спілкування;
- з'ясувати суть та особливості процесу спілкування;
- ознайомити з найважливішими науковими здобутками та основною проблематикою теорії масової комунікації;
- ознайомити студентів з методами і прийомами наукового комунікативного аналізу.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

У результаті вивчення курсу «Теорія інформації й комунікацій» **студент знатиме:**

- сутність понять «інформація», «масова інформація», «масовоінформаційна діяльність»;
- специфіку поширення масової інформації через мас-медіа;

- історію розвитку комунікації, формування її науково-теоретичних та критичних засад;
- особливості природи і структури комунікативного процесу;
- моделі комунікації;
- комунікативні стратегії;
- методи комунікативного аналізу;
- комунікативні дискурси;
- аспекти функціонування комунікації у контексті суспільств, культур і цивілізацій;
- засоби і методи впливу на маси.

Студент умітиме:

- визначати кількість і якість інформації, оптимальний її обсяг для поширення;
- застосовувати оптимальні методи і прийоми поширення масової інформації;
- здійснювати всебічний аналіз процесу комунікації;
- робити зіставний аналіз теорій масової комунікації;
- розрізняти учасників масового спілкування за функціями, завданнями, методами, засобами праці тощо;
- відрізняти себе, фахівця, від представників суміжних професій;
- застерігати себе від використання засобів, способів, форм масового спілкування, не властивих обраній професії;
- використовувати адекватні технології та моделі для створення комунікативних дискурсів;
- пояснювати, чому представники суміжних професій працюють в одному середовищі, але кожен займається своєю справою або починають підміняти одне одного;

- пояснювати, чому тисне середовище масової комунікації на фахівців, що працюють у ньому, і які засоби й способи запобігання тому тискові;
- коректно працювати зі своєю аудиторією як виявом маси;
- відповідально ставитися до масової інформації;
- відстоювати свою професійну точку зору щодо місця і ролі своєї професії в структурі масового спілкування;

У результаті вивчення курсу студенти набувають такі **компетенції**:

фахові:

- журналістські;

загальні:

- аналітичні;
- комунікативні;
- психологічні;
- самоосвітні.

Вивчення курсу формує у студентів такі компетентності: **фахові (ФК1** – Здатність розуміти особливості суспільних процесів; мати знання з правових та етичних засад журналістики; володіти процесами журналістської діяльності, **ФК3** – Здатність до планування медіапроцесу, **ФК4** – Здатність оперативно збирати інформацію, **ФК5** – Здатність до виокремлення новини (факту); володіння інструментарієм перевірки інформації; здатність до вибору інформації на основі релевантності; уміння створювати матеріал для різних медіаплатформ; уміння інтерпретувати контент, **ФК7** – Здатність нести відповідальність за результати журналістської роботи (критична оцінка діяльності). Чітке уявлення про якість журналістського матеріалу; здатність до критичної оцінки власної роботи; здатність до сприйняття конструктивної критики власної роботи; здатність нести відповідальність рішення прийняті в ході журналістської діяльності; здатність нести відповідальність за результат журналістської діяльності (медіавпливи).

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

4.1. Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторні					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль I. Інформація й комунікація. Міжособистісна комунікація							
Тема 1. Інформація, її властивості	6	2	2				2
Тема 2. Масова інформація, її поширення через мас-медіа	6	2	2				2
Тема 3. Комунікація. Міжособистісна комунікація	6	2	2				2
Тема 4. Маса як реципієнти масовокомунікаційної діяльності	6	2	2				2
Модульний контроль	2						
Разом	26	8	8				8
Змістовий модуль II. Складники і шляхи масового комунікування							
Тема 5. Масова комунікація	8	2	2				4
Тема 6. Масовокомунікаційний процес	8	2	2				4

Тема 7. Функції масової комунікації	6	2	2				2
Модульний контроль	2						
Семестровий контроль	10						
Разом	34	6	6				10
Усього	60	14	14				18

4.2. Тематичний план для заочної форми навчання

Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторні					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль I. Інформація й комунікація. Міжособистісна комунікація							
Тема 1. Інформація, її властивості	9	2					7
Тема 2. Масова інформація, її поширення через мас-медіа	8						8
Тема 3. Комунікація. Міжособистісна комунікація	9		2				7
Тема 4. Маса як реципієнти масовокомунікаційної діяльності	8						8

Разом	34	2	2				30
Змістовий модуль II. Складники і шляхи масового комунікування							
Тема 5. Масова комунікація	8	2					6
Тема 6. Масовокомунікаційний процес	10						10
Тема 7. Функції масової комунікації	8		2				6
Разом	26	2	2				22
Усього	60	4	4				52

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I.

ІНФОРМАЦІЯ Й КОМУНІКАЦІЯ. МІЖСОБИСТІСНА КОМУНІКАЦІЯ

Лекція 1. Інформація, її властивості – 2 год.

Поняття «інформація». Атрибутивна і функціональна теорія інформації. Інформація в різних науках. Інформація й масова комунікація. Зберігання інформації. Проблема її вибору. Обмін інформацією, її функціонування. Українське законодавство про поняття «інформація». Недосконалість визначень. Інфосфера. Ноосфера.

Аспекти і параметри інформації.

Література основна: 6, 8, 11.

Література додаткова: 2, 3, 6, 8.

Семінарське заняття № 1. Властивості, вимірювання та оцінювання інформації

Література основна: 6, 8, 11.

Література додаткова: 2, 3, 6, 8.

Лекція 2. Масова інформація, її поширення через мас-медіа – 2 год.

Якісні параметри інформації, їх суб'єктивність. Соціальна (масова) інформація. Інформація в журналістиці (мас-медіа). Принципи відбору інформації для перетворення її в масову. Методи і прийоми поширення масової інформації.

Література основна: 5, 6, 8, 11.

Література додаткова: 2, 15.

Семінарське заняття № 2. Специфіка масово-інформаційної діяльності

Література основна: 5, 6, 8, 11.

Література додаткова: 2, 15.

Лекція 3. Комунікація. Міжособистісна комунікація – 2 год.

Поняття комунікації. Схеми й теорії комунікації. Складники й цілі комунікаційних актів. Функції комунікації. Міжособистісна комунікація. Форми і засоби міжособистісної комунікації. Знакові системи.

Література основна: 5, 6, 8, 11.

Література додаткова: 2, 15.

Семінарське заняття № 3. Масова інформація в життєдіяльності суспільства

Література основна: 5, 6, 8, 11.

Література додаткова: 2, 15.

Лекція 4. Маси як реципієнти масовокомунікаційної діяльності – 2 год.

Поняття мас у соціології й комунікативістиці. Сучасні інтерпретації мас. Поява мас і масової комунікації. Комунікатор, його вплив на маси. Лідери думок, їх роль і місце в масово-комунікаційній діяльності. Маси і політика. Стратегії ефективної подачі й ефективного сприйняття інформації.

Література основна: 5, 6, 8, 11.

Література додаткова: 2, 15.

Семінар 4. МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ЯВИЩЕ

Література основна: 5, 6, 8, 11.

Література додаткова: 2, 15.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II.

СКЛАДНИКИ І ШЛЯХИ МАСОВОГО КОМУНІКУВАННЯ

Лекція 5. Масова комунікація – 2 год.

Масова комунікація, її параметри. Масова інформація як швидкий спосіб передачі інформації для багатьох реципієнтів. Масова комунікація як культуроуспадкування. Комерційний характер масового комунікування. Полеміка навколо домінант масової комунікації.

Література основна: 5, 6, 8, 11.

Література додаткова: 2, 15.

Семінар 5. Маси та комуніканти як чинники масової комунікації

Література основна: 5, 6, 8, 11.

Література додаткова: 2, 15.

Лекція 6. Масовокомунікаційний процес – 2 год.

Передумови для масовокомунікаційного процесу. Сутність, функції та діяльність комунікатора. Взаємодія комуніката і комуніканта. Повідомлення, його передача. Комуніканти, аудиторія. Зворотний зв'язок у минулому і зараз. Перешкоди (шуми) при масовому комунікуванні.

Література основна: 5, 6, 8, 11.

Література додаткова: 2, 15.

Семінар 6. Масовий вплив та його технології

Література основна: 5, 6, 8, 11.

Література додаткова: 2, 15.

Лекція 7. Функції масової комунікації – 2 год.

Роль масової й публічної комунікації в життєдіяльності суспільства й окремих індивідів. Функція синхронізації життя суспільства у часі та просторі. Функція посередника між людиною і суспільством. Функція соціалізації індивідів. Функція гри (рекреативна). Функція кореляції (між реальністю та її відтворенням у медіа). Функція задоволення психічних і соціальних потреб людини (В. Шульц). Типологія функцій Г.Д. Ласвелла; Д. МакКвейла; Б. Катля й А. Каде; Н. Лумана та ін.

Література основна: 5, 6, 8, 11.

Література додаткова: 2, 15.

Семінар 7. Ефекти в масовій комунікації

Література основна: 5, 6, 8, 11.

Література додаткова: 2, 15.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-ть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		Кількість одиниць	Максимальна к-ть балів	Кількість одиниць	Максимальна к-ть балів
Відвідування лекцій	1	4	4	3	3
Відвідування семінарських занять	1	4	4	3	3
Робота на семінарському занятті	10	4	40	3	30
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	3	15
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом:			83		76

Максимальна кількість балів	159
Розрахунок коефіцієнта	$60/159=0,38$

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

Тема 1. Комунікація, міжособистісна комунікація. Маси

1. Знати визначення термінів: “комунікатор”, “комунікант”, “комунікація”, “спілкування”, “інтенція”, “інформаційна інтенція”, “комунікативна інтенція”, “масове наслідування”, “масовокомунікативне зараження”, “навіювання (сугестія)”, “масовокомунікативне навіювання”, “масовокомунікативна маніпуляція”, “рефлексія”, “масова рефлексія”, “масовокомунікативна регуляція”, “масова саморегуляція”, “комунікація”, “спілкування” – 2 год.

2. Законспектувати та опрацювати статтю В.Ф.Іванова “Визначення масової комунікації” // Актуальні проблеми масової комунікації. – Вип.9. – К., 2008. – С.39-50 – 2 год.

3. Законспектувати та опрацювати: Шендеровський К.С. Як написати успішне есе. – К.: Ін-т масової комунікації при КНУ імені Тараса Шевченка, 2007. – 34 с. – 2 год.

Тема 2. Масова і публічна комунікація

1. Виписати та знати визначення термінів: “масовий”, “маса”, “дискурс”, “модель”, “структура”, “система”, “риторика”, “філософія”, “логіка” – 2 год.

2. Законспектувати та опрацювати: Ольшанский Д. В. Психология масс. – СПб: Питер, 2001. – 368 с – 2 год.

3. Написати есе на тему “Усі глобальні проблеми людства – це передусім проблеми комунікації”, або на будь-яку іншу цікаву тему, що стосується проблем комунікації – 2 год.

Тема 3. Масовокомунікаційний процес

1. Виписати та вивчити визначення термінів: “піар-технології”, “спічрайтерство”, “перформанс”, “психотерапія” – 2 год.

2. Завдання для роботи у групах – 4 год.:

І варіант: Уявіть, що ви – рекламист. Прорекламуйте нову газету “Молодь&здоров’я”.

II варіант: Уявіть, що ви – агітатор. Підготуйте звернення до молоді на 1-2 хв у рамках акції “Молодь – проти паління”.

III варіант: Уявіть, що ви – журналіст. Підготуйте замітку в газету на тему: “Паління: так чи ні”.

IV варіант: Уявіть, що ви – політик і презентуєте свою програму, одним із аспектів якої є положення: “За здоров’я нації”. Представте цей аспект.

V варіант: Уявіть, що ви – педагог. Тема уроку в 9 класі: “Вплив паління на організм молодого людини”. Приготуйте початок цього уроку (до 5 хвилин).

VI варіант: Уявіть, що ви – пропагандист. Пропагуєте здоровий спосіб життя, без паління. Приготуйте свою програму на 2-3 хв.

3. Законспектувати та опрацювати: Кара-Мурза С.Г. Манипуляція сознанием: Учеб. пособие. – К.: Оріяни, 2003. – 500 с – 3 год.

4. Робота в групах – по 3-4 чол. Підготуйте повідомлення про Університет, в якому навчаєтесь. Тематика не повинна повторюватися. У повідомленні повинно бути 2-3 доцільні коментарі – 3 год.

Тема 4. Функції масової комунікації

1. Підготуватися до прес-конференції. Аудиторія поділяється на дві категорії:

- а) гості прес-конференції на чолі з модератором;
- б) та журналісти, запрошені на прес-конференцію.

Серед гостей – Володимир Володимирович Різун, Валерій Феліксович Іванов, Дмитро Вадимович Ольшанський, Сергій Георгійович Кара-Мурза, Георгій Георгійович Почепцов, Матвій Юрійович Ганопольський – науковці, в колі інтересів яких масова комунікації.

Ролі гостей попередньо розподіляються серед учасників гри.

Інші учасники виконують роль журналістів конкретних засобів масової інформації.

Запитання журналістів повинні враховувати специфіку аудиторії ЗМІ та її інтереси.

На прес-конференції обговорюються питання сучасної масової комунікації, вплив на маси, роль комунікації в сучасному глобалізованому світі – 6 год.

2. Законспектувати і опрацювати: Різуна В.В. Лекція “Природа й структура комунікативного процесу” – 2 год.

3. Законспектувати і опрацювати: Жукова Я., Ширков Ю. Модели массовой коммуникации. Научный отчет. – М., Гостелерадио СССР, 1989 – 1 год.

4. Із рекомендованої літератури підібрати інформацію про одну з тих моделей МК, яка не була розглянута під час лекцій та не пропонувалася для обговорення на семінарському занятті (моделі намагатися не повторювати) – 1 год.

5. На основі розглянутих моделей масової комунікації розробити власну модель МК та підготуватися до її презентації – 2 год.

Карту самостійної роботи, де визначено форми академічного контролю, успішність (бали) і термін виконання самостійної роботи студентами, подано у вигляді табл. 6.1.

Критерії оцінювання самостійної роботи

Кожна самостійна робота оцінюється у 5 балів. Максимальне розкриття питання та виконання практичних завдань гарантує студентові отримання високої оцінки, що пізніше буде врахована у загальний рейтинг під час складання навчальної дисципліни на сесії.

Критерії оцінювання відповіді:

- відповідність змісту;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- термінологічна коректність;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

6.3. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Підсумкове оцінювання знань студентів з модуля «Теорія інформації й комунікацій» відбувається у межах комплексного екзамену з дисципліни «Масова комунікація й інформація». Відповідно екзаменаційна оцінка складається з двох компонентів: блок «Теорія інформації й комунікацій» – 20 балів і блок «Комунікаційний менеджмент» – 20 балів.

Студенти з «Теорії інформації й комунікацій» виконують завдання, яке включає теоретичний і практичний компоненти, кожний із яких оцінюється по 10 балів.

Критерії оцінювання завдань із теорії інформації й масових комунікацій:

- глибоке знання змісту праць науковців і рекомендації щодо їхнього використання у масовокомунікаційних дослідженнях;
- ґрунтовне знання термінологічного апарату теорії масових комунікацій і коректне його застосування;
- повнота і змістовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- здатність до обґрунтування висновків;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

Шкала відповідності оцінок

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

Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю

1. Поняття «інформація».
2. Атрибутивна і функціональна теорія інформації.
3. Інформація в різних науках. Інформація й масова комунікація.
4. Різне розуміння інформації в біології (генетика, інстинкт тощо), гуманітаристиці й математиці (кількісні показники).
5. Інформація – комунікація і зв'язок, у процесі якого усувається невизначеність (Клод Шеннон).
6. Зберігання інформації. Проблема її вибору.
7. Обмін інформацією, її функціонування.
8. Джерело інформації – канал зв'язку – приймач інформації (К. Шеннон).
9. Повідомлення (послання, месидж); інтерпретація (сприйняття); комунікація.
10. Нагромадження і зберігання інформації для майбутнього використання.
11. Проблема інформаційного вибору.
12. Українське законодавство про поняття «інформація». Недосконалість визначень.
13. Інфосфера.
14. Ноосфера.
15. Залежність швидкості суспільних перетворень від інтенсивності інформаційних обмінів.
16. Стрибокподібне збільшення інформації в інформаційному суспільстві. Інформаційний вибух.
17. Аспекти і параметри інформації.
18. Інформаційні ресурси (запаси), їх незнищенність, висока потенційна інтелектуальна вартість.
19. Якісні параметри інформації, їх суб'єктивність.
20. Потреба в передачі інформації від покоління до покоління (культура).

21. Соціальна (масова) інформація.
22. Суб'єктивність соціальної інформації.
23. Параметри соціальної інформації: кількість, цінність, зміст, об'єктивність, адекватність, достовірність, точність, оперативність, надійність.
24. Цінність інформації як її корисність, актуальність, вигідність тощо.
25. Реальність і нереальність інформації.
26. Знакова і незнакова інформація.
27. Вербальна і невербальна інформація.
28. Доступність мас до інформації.
29. Активний пошук інформації – риса людини й людського спілкування.
30. Переваги ЕОМ у пошуку інформації в замкнутій системі й людини – у зовнішньому довкіллі.
31. Інформаційні шуми.
32. Соціальне спотворення інформації.
33. Організована й неорганізована (немасова) інформація.
34. Вертикальна і горизонтальна передача інформації.
35. Інформація в журналістиці (мас-медіа).
36. Інформаційні ефекти мас-медіа.
37. Інформаційні запити.
38. Поняття комунікації.
39. Інтерсуб'єктність, діяльний характер, навчання («мистецтву») комунікації.
40. Комунікативні знаки чотирьох видів: словесні, кінетичні, музичні, графічні.
41. Мова як основна форма комунікування. Жести, зменшення їх ролі.
42. Схеми комунікації Г.Д. Лассвелла.
43. Схеми комунікації К. Шеннона і В. Вівера.
44. Абсолютизація каналу передачі в теорії Г.М. МакЛюена.
45. Адресант, адресат комунікації, повідомлення, код, контекст, контакт (Р. Якобсон).

46. Спостерігач. Мови, описи різних спостерігачів доповнюють один одного (Н. Бор).
47. Інтертекстуальність як «цитатна мозаїка», прямі й опосередковані посилання на чужі тексти (Ю. Крістева).
48. Консенсуальна взаємодія самоорганізованих систем (У. Матурана).
49. Складники комунікаційних актів.
50. Цілі комунікації та потреби людини.
51. Зв'язок комунікації з пірамідою потреб А. Маслоу.
52. Функції комунікації.
53. Модель комунікативних функцій Р. Якобсона.
54. Мовний вплив і мовна взаємодія. Реакція отримувача мовного акту.
55. Міжособистісна комунікація.
56. Невербальна комунікація, недоліки й переваги.
57. Вербальне спілкування як найуніверсальніший спосіб і найбільш досліджений різновид комунікації.
58. Мовлення як частина комунікативної культури й культури загалом.
59. Мовно-культурні системи, труднощі перекладу.
60. Маси як натовп, публіка, гетерогенна система, аудиторія мас-медіа.
61. Маси як продукт машинної техніки і «надорганізованого» бюрократичного суспільства (Карл Маннгейм).
62. Теорія атомізму (мас, аудиторії).
63. Теорія лідерів думок.
64. Принципова гетерогенність мас.
65. Маси – будь-яка велика кількість людей, різна за структурою і яка утворює соціальну організацію.
66. Три закони схеми поширення ідей в акті комунікації: повторюваність, протиставлення, пристосування.
67. Мас-медіа – цемент суспільства, який дає соціальні орієнтири.

68. Масова комунікація і масове суспільство. Вульгаризація смаків.
69. Масова комунікація як маніпулювання масами.
70. Мас-медіа як формування у людини стереотипного світогляду.
71. Мас-медіа і розрив міжособистісних зв'язків.
72. Мас-медіа – найважливіший каталізатор масовізації.
73. Проблема пасивності й активності мас.
74. Потреба масової комунікації в момент, коли міжособистісна комунікація вже не справлялася з завданнями.
75. Ефекти мас-медіа – зміна поведінки отримувача.
76. Ключова роль комунікаторів у впливі на маси.
77. Вплив комунікатора на характер і зміст інформації.
78. Вплив на маси через актуальність і регулярність впливу.
79. Єдина роль діяльності мас-медіа.
80. Причини звернення реципієнтів до мас-медіа.
81. Масові реакції на журналістські виступи.
82. Конвергенція масмедійної сфери й політики.
83. Чинники формування суспільної думки з боку мас-медіа.
84. Стратегіями впливу на маси.
85. Неоднозначне тлумачення ефектів масової комунікації, їх критеріїв, способів визначення й досягнення.
86. Дезінформація, порушення правових і етичних норм.
87. Стратегія ефективного отримання інформації.
88. Модель впливу мас-медіа.
89. Масова комунікація.
90. Параметри масової комунікації.
91. Зростання ролі масової комунікації з переходом до інформаційного суспільства.
92. Професійні комунікатори.
93. Масовість і анонімність аудиторії масової комунікації.

94. Односторонність повідомлень у масовій комунікації.
95. Принципова присутність і потреба технічних «посередників» у масовій комунікації.
96. Неособисте спілкування в масовій комунікації.
97. Інтенсивний обмін великою кількістю інформації у масовій комунікації.
98. Масовокомунікаційний одночасний зв'язок із великою кількістю людей в обмеженому просторі.
99. Організований, регульований масовокомунікаційний процес інформування.
100. Інформування і формування установок в масовому комунікуванні.
101. Публічність, принципова доступність масовокомунікаційного контенту.
102. Масова комунікація як історичний процес культуроспадкування.
103. Масова комунікація як сукупність знань, цінностей і норм.
104. Невелика кількість тих, хто передає інформацію в масовій комунікації, і велика тих, хто приймає.
105. Комерційний характер масової комунікації.
106. Масова комунікація як обмін інформацією між складними динамічними системами.
107. Масова комунікація як процес обміну продуктами психічної діяльності.
108. Перепони для процесу масової комунікації.
109. Передумови для масовокомунікаційного процесу.
110. Сутність, функції та діяльність комунікатора.
111. Взаємодія комуніката і комуніканта.
112. Повідомлення, його передача.
113. Комуніканти, аудиторія. Зворотний зв'язок у минулому і зараз.
114. Перешкоди (шуми) при масовому комунікуванні.
115. Інформаційна функція масової комунікації.
116. Функція синхронізації життя суспільства у часі та просторі.
117. Функція соціалізації індивідів.

118. Функція саморегуляції суспільства, його груп, осіб.
119. Функція соціального контролю.
120. Функція збереження людських цінностей та інститутів у єдності з соціальною сферою.
121. Функція посередника між людиною і суспільством.
122. Функція кореляції (між реальністю та її відтворенням у медіа).
123. Функція програмування (творення символів і стереотипів).
124. Функція гри (рекреативна).
125. Функція задоволення в отриманні вузькопрофільної інформації.
126. Функція ескапізму (розрядка напруги, відволікання від повсякденних проблем, повсякденності загалом).
127. Функція задоволення психічних і соціальних потреб людини.
128. Функція передачі культурних засад (пізнавально-культурологічна функція).
129. Функція особистісної ідентифікації.
130. Мобілізаційна функція масової комунікації.
131. Функція управління самостереженням за суспільною системою (Н. Луман).
132. Функція формування уявлення про світ і суспільство, на які орієнтується саме суспільство.

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ

Разом: 60 год., з них лекційних – 14 год., практичні заняття – 14 год., модульний контроль – 4 год., семестровий контроль – 10 год., самостійна робота – 18 год.

Модуль I		Модуль II	
Змістовий модуль I		Змістовий модуль II	
Інформація й комунікація. Міжособистісна комунікація		Складники і шляхи масового комунікування	
83 бали		76 балів	
Назва модуля	Інформація, її властивості	Масова комунікація (1 б.)	Функції масової комунікації (1 б.)
Кількість балів за модуль	Масова інформація, її поширення через мас-медіа (1 б.)	Масово-комунікаційний процес (1 б.)	
Теми лекцій	Комунікація. Міжособистісна комунікація (1 б.)	Масовий вплив та його технології 10+1 б.	Ефекти в масовій комунікації 10+1 б.
Теми семінарських занять	Інформація, її властивості та оцінювання інформації 10+1 б.	Маси та комуніканти як чинники масової інформації 10+1 б.	
Самостійна робота	Властивості, вимірювання та оцінювання інформації 10+1 б.	Масова комунікація як явище 10+1 б.	
Види поточного контролю	Комунікація, міжособистісна комунікація. Маси (5 б.)	Масово-комунікаційний процес (5 б.)	Функції масової комунікації (10 балів)
Підсумковий контроль	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)	Модульна контрольна робота 2 (25 балів)	
	Екзамен		

7. Рекомендовані джерела

Основні

1. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики. – К. : АУП; ЦВП, 2010. – 258 с.
2. Іванов В. Аспекти масової комунікації. Часть I. Інформація і комунікація. – К. : ЦВП, 2009. – 190 с.
3. Іванов В. Аспекти масової комунікації. Часть II. Масовая комунікація. – К. : ЦВП, 2009. – 109 с.
4. Іванов В. Аспекти масової комунікації. Часть IV. Інформаційне суспільство. – К. : ЦВП, 2010. – 425 с.
5. Іванов В. Аспекти масової комунікації. Часть V. Глобалізація. – К. : ЦВП, 2010. – 119 с.
6. Квіт С.М. Масові комунікації. – К.: Видавничий дім “Києво-Могилянська академія”, 2008. – 208 с.
7. Партико З. В. Теорія масової інформації: Конспект курсу лекцій. К., 2004. 200 с.
8. Почепцов Г.Г. Медиа: Теория массовых коммуникаций. – К. : Альтерпрес, 2008. – 403 с.
9. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – М. : «Рефл-бук», К. : «Ваклер», 2001. – 656 с.
10. Різун В.В. Теорія масової комунікації: підручник. – К. : ВЦ»Просвіта», 2008. – 260 с.

Додаткові

1. Бакулев Г.П. Масовая комунікація: Западні теорії і концепції: Учебное пособие для студентов вузов. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 176 с.
2. Бориснёв С.В. Социология коммуникации: Учебное пособие для вузов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 270 с.
3. Бодрийяр, Жан. Символический обмен и смерть / Пер. и вступ ст.

- С.Н.Зенкина. – М. : Добросвет, 2000. – 389 с.
4. Бодрийяр, Жан. Симулякры и симуляция / Пер. О.А. Печенкина. – Т., 2013. – 204 с.
 5. Бодрийяр, Жан. Система вещей / Ж. Бодрийяр./ Пер. с фр. С.Зенкина. – М. : Рудомино, 1995. – 168 с.
 6. Вебер М. Соціологія Загальноісторичні аналізи. Політика. Пер. з нім. / Макс Вебер. – К. : Основи, 1998. – 534 с.
 7. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы / Петер Винтерхофф-Шпурк. – Харьков : Гуманитарный центр, 2016. – 266 с.
 8. Гендер для медій. Підручник із гендерної теорії для журналістики та інших соціогуманітарних спеціальностей \За ред. М.Маєрчик. – К. : Критика, 2014. – 217 с.
 9. Гидденс А. Опосредование опыта // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – С. 169–173.
 10. Дмитриев Е.И. Социология журналистики: Конспект лекций. – Мн. : БГУ, 2001. – 150 с.
 11. Иванов В.Ф. Соціологія і журналістика: Тексти лекцій. – К. : Навч.-видавн. центр Ін-ту журналістики, 1994.
 12. Конечкая В.П. Социология коммуникации: учебник. – М. : Международный университет бизнеса и управления, 1997.
 13. Липпман У. Общественное мнение. – М., 2004.
 14. Мерскин Д.Л. Сексуализация медиа. Как и почему мы это делаем / Д.Л. Мерскин. – Харьков : Гуманитарный центр, 2015. – 380 с.
 15. Почепцов Г.Г. Информационные войны. — М. : «Реал-бук», 2000. – 576 с.
 16. Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика. – К. : Альтер-пресс, 2008. – 408 с.
 17. Почепцов Г.Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології ХХІ століття. – К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська

- академія», 2017.
18. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. – К. : ВПЦ «Київський університет», 1999. – 308 с.
 19. Соціологія: Навчальний посібник / За ред. С.О.Макеєва. – 3-тє вид., стер. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2005. – 455 с.
 20. Соловьев В.Р. Манипуляции: Атакуй и защищайся / Владимир Соловьев. – М. : Эксмо, 2011. – 352 с.
 21. Терин В.П. Массовая коммуникация: исследование опыта Запада: 2-е изд., перер. и доп. – М., 2000. – 224 с.
 22. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2003. – 400 с.
 23. Фиск Дж. Постмодернизм и телевидение // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – С.174–179.
 24. Фрейд З. О сновидениях. Тотем и табу. Очерки по теории сексуальности. О сновидениях. / З. Фрейд; Пер. с нем. – Харьков; Фолио, 2006. – 414 с.
 25. Фромм Эрих. Бегство от свободы / Э. Фромм; Пер. с англ. Г.Ф, Швейника. – 2-е изд. – М.: Изд. группа «Прогресс»: Универс, 1995. – 251 с.
 26. Фуко Мишель. Історія сексуальності / Фуко Мишель. – Харків: Око. – Т 3: Плекання себе. – 2000. – 264 с.
 27. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации: Учебник для вузов. — М.: ИД «Социальные отношения», Изд-во «Перспектива», 2003. — 248 с.
 28. Шеремет А.Н. Интернет как средство массовой коммуникации: социологический анализ: Дисс. ... канд. соц. наук. – Екатеринбург, 2003. – 142 с.
 29. Шульц В. Процес комунікації // Публіцистика. Масова комунікація. – К.: АУП, ЦВП, 2007. – С. 619–646.
 30. Щербина В.Н. Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа (опыт рефлексии становления «киберкоммуникативного континуума) / Бердянский государственный педагогический институт. – Бердянск, 2001. –

252 с.

31. Юнг К.Г. Архетип и символ/ К.Г. Юнг. – М., 1991. – 304 с.

32. Ярош О. ЗМІ як дзеркало громадської думки. Проблеми коректної презентації результатів соціологічних опитувань // Контекст. – № 12. – С. 17–23.