

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



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ ТА ІНФОРМАЦІЯ: КОМУНІКАЦІЙНІ
ТЕХНОЛОГІЇ

для студентів

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

Київ - 2020

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРИНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Програма № 2483/20
Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціали)
« » 2020

Розробник:

Зражевська Ніна Іванівна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

Викладачі:

Зражевська Ніна Іванівна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

Васьків Микола Степанович, доктор філологічних наук, професор, доцент кафедри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

Гондюл Олександра Дмитрівна, викладач кафедри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри журналістики та нових медіа.

Протокол від 9 вересня 2020 року № 1.

Завідувач кафедри журналістики та нових медіа _____ (В.О.Гандзюк)

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми 061.00.01 «Журналістика»

_____ 2020 р.
Гарант освітньої програми _____ (В.О.Гандзюк)

Робочу програму перевірено

_____ 2020 р.
Заступник директора Інституту журналістики з науково-методичної та навчальної роботи) _____ (О.А. Росінська)

Пролонговано:

На 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__»__20__р., протокол № _____
(підпис) (ПІБ)

На 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__»__20__р., протокол № _____
(підпис) (ПІБ)

На 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__»__20__р., протокол № _____
(підпис) (ПІБ)

На 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__»__20__р., протокол № _____
(підпис) (ПІБ)

ЗМІСТ

1	ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
2	МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	5
3	РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ	7
4	СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	8
5	ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	9
6	КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ	15
7	НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТКА ДИСЦИПЛІНИ	21
8	РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА	24
9	ДОДАТКОВІ РЕСУРСИ	32

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

РНПД «Масова комунікація та інформація»: «Комунікаційні технології».

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
«Масова комунікація та інформація»		
<i>Вид дисципліни</i>	Обов'язкова	
<i>Мова викладання, навчання та оцінювання</i>	Українська	
<i>Загальний обсяг кредитів/годин</i>	6 кредити / 180 годин	
<i>Курс</i>	3	3
<i>Семестр</i>	5	5
<i>Кількість змістових модулів за розподілом</i>	3	
<i>Обсяг кредитів</i>	6	6
<i>Обсяг годин, в тому числі:</i>	180	180
<i>Аудиторні</i>	84	24
<i>Модульний контроль</i>	12	
<i>Семестровий контроль</i>	30	
<i>Самостійна робота</i>	54	156
<i>Форма семестрового контролю</i>	екзамен	екзамен
Змістовий модуль «Комунікаційні технології»		
<i>Курс</i>	3	3
<i>Семестр</i>	5	5
<i>Обсяг кредитів</i>	2	2
<i>Обсяг годин, в тому числі:</i>	60	60
<i>Аудиторні</i>	28	8
<i>Модульний контроль</i>	4	
<i>Семестровий контроль</i>	10	
<i>Самостійна робота</i>	18	52
<i>Форма семестрового контролю</i>	екзамен	Екзамен

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Комунікаційні технології — дисципліна, що вивчає різні техніки впливу на аудиторію, починаючи з організації комунікативного простору, створення візуальних образів, міфів і закінчуючи політичними, кризовими технологіями, еvento-менеджментом, а також технологіями конструювання реальності, медіації, ведення інформаційних війн.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є теоретичні засади та практичні аспекти розвитку сучасних комунікаційних технологій, їх особливостей і можливостей впливу на суспільство.

Мета вивчення навчальної дисципліни полягає у ознайомленні студентів із явищем комунікаційних технологій, різновидами та функціями КТ, із поняттям інформаційних потоків, каналів та процесів, а також у набутті студентами вмінь застосовувати прикладні соціальнокомунікаційні технології, прогнозувати глобальні та регіональні процеси.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Комунікаційні технології» є

- засвоєння студентами особливостей КТ, семіотичних, аргументованих, політичних, соціальних та інших чинників, що визначають їх розвиток,
- здібності розпізнавання і аналізу КТ,
- вивчення основних КТ у демократичних країнах,
- дослідження особливостей КТ,
- визначення ролі КТ в інформаційній політиці держави,
- аналіз взаємозв'язку КТ та ЗМК,
- виявлення особливостей впливу КТ на трансформацію медіасистем і суспільства загалом.

Дисципліна розглядається в єдиному контексті національних пріоритетів і національної безпеки України.

Міжпредметні зв'язки. Дисципліна «Комунікаційні технології» дає окремі базові знання та навички, пов'язані з процесом підготовки студентів з фахових журналістичкознавчих дисциплін – «Проблематика ЗМІ», «Теорія інформації та комунікацій», «Соціологія медіа», «Крос-медійна журналістика», «Теорія масової комунікації», «Світові медіасистеми» тощо. При цьому курс застосовує категорії комунікативістики, соціології, психології, політології.

Впродовж вивчення дисципліни, студенти отримують такі **компетентності** відповідно до освітньої програми «Журналістика»:

Загальні компетентності:

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у студентів компетентностей:

загальних:

- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- здатність виявляти ініціативу та підприємливість;
- знання та розуміння професійної діяльності;

предметної області та розуміння

здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел, зокрема завдяки використанню інформаційних і комунікаційних технологій;

– уміння аргументувати вибір шляхів вирішення завдань професійного характеру, критично оцінювати отримані результати та обґрунтовувати прийняті рішення;

– здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів діяльності);

Фахові компетентності:

– розуміння особливостей комунікаційних технологій у розвитку країн та регіонів, глобальних, регіональних та локальних процесів;

– вміння фахово впроваджувати інформаційно-комунікаційні технології при взаємодії окремих країн та регіонів на глобальному, регіональному та локальному рівнях;

– знання тенденцій розвитку комунікаційних технологій, обумовлені досягненнями інноваційних інформаційних технологій;

– вміння застосовувати КТ для досягнення конкретних комунікативних цілей.

– здатність застосовувати знання у сфері соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності. ФК – 1.

– Навички використання інформаційно-комунікаційних технологій. ЗК -05.

– Здатність до створення професійної психологічної безпеки, володіння технологіями цифрової безпеки, володіння навичками роботи журналіста в екстремальних умовах, уміння застосовувати критичне мислення і технології медіа-аналізу у умовах інформаційної війни. ФК -9.

– Використовувати сучасні інформаційні і комунікаційні технології та спеціальні програмні забезпечення для вирішення професійних завдань. ПРН – 5.

– Використовувати неохідні знання й технології для виходу із кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу і співробітництва. ПРН-18.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

Під час семінарських занять, індивідуальної та самостійної роботи передбачається набуття студентами **комплексу умінь і навичок**.

У результаті вивчення навчальної дисципліни **студент повинен знати** -

- Особливості сучасного комунікаційного простору.
- Комунікаційні моделі та їх технологічний потенціал.
- Знати комунікаційні технології ПР і пропаганди
- Критично оцінювати сучасні комунікаційні технології.
- Теорію і методи ведення інформаційних і культурних війн.
- Особливості медіа як інструменту формування реальності. Технології повсякденна.
- Комунікативні технології в сфері політики
- Особливості сучасних виборчих комунікаційних технологій.
- Методи і методики керування кризами.
-

Уміти:

- оцінювати важливість КТ в сучасному медійному просторі,
- аналізувати ефективність КТ у відповідності до поставлених завдань.
- уміти застосовувати КТ та проводити моніторинг сучасних суспіно-значущих подій;
- розуміти роль КТ в сучасному соціокультурному просторі.
- аналізувати інформаційно-комунікаційні проблеми суспільства та пропонувати шляхи їх подолання, використовуючи практичні і теоретичні навички в галузі КТ.;
- знати основні методи і техніки КТ пропаганди, іміджелогії, кризових комунікацій тощо.
- розуміти техніки конструювання новин, паблісіті, спічрайтинг як КТ.
- використовувати КТ при аналізі виборчих перегонів.

Впродовж вивчення дисципліни мають бути досягнуті такі **програмні результати навчання** відповідно до опису освітньої програми «Журналістика»:

- ПРН-1. Виявляти високу адаптивність до змін професійного середовища, мобілізувати інтелектуальні та духовні можливості для самостійного засвоєння нових знань, прогресивних технологій та інновацій, оновлювати власні професійні компетенції з урахуванням інформаційних потреб аудиторії, що домінуватимуть у перспективі.
- ПРН-2. Використовувати знання соціально-гуманітарних, професійно-орієнтованих дисциплін, ефективно діяти в умовах інформаційного простору України.

- ПРН-6. Знаходити оптимальні рішення проблеми відповідно до професійних вимог, ділових ситуацій та інтересів учасників комунікації.
- ПРН-14. Прогнозувати тенденції сучасного медійного ринку.

Дисципліна «Масова комунікація та інформація: Комунікаційні технології» (2 кредити; 60 год.) вивчається студентами III курсу протягом 5 навчального семестру. Аудиторна робота становить 23 % від загального обсягу курсу, проводиться у вигляді лекцій (14 год.) і семінарських занять (14 год.). Для самостійної роботи студентів у навчальному плані виділяється 18 год., 4 год. – модульні контрольні роботи, 10 год. – семестровий контроль. Вивчення студентами навчальної дисципліни завершується підсумковим контролем – іспитом.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тематичний план для денної форми навчання

№ п/ п	Назва змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
			Аудиторні					Самостійна
			Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Модульні	
Змістовий модуль І								
ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМУНІКАТИВНОГО ПРОСТОРУ.								
1.	Поняття і зміст курсу “Комунікаційні технології”. Сучасний комунікаційний простір	6	2	2				2
2.	Комунікаційні моделі та їх технологічний потенціал	8	2	2				4
3.	Критика сучасних комунікаційних технологій. Культурні війни як сучасна комунікаційна технологія. Комунікаційні стратегії інформаційних війн.	6	2	2				2
4.	Медіа як інструмент формування реальності. Технології повсякденна.	6	2	2				2
	Модульна контрольна робота	2					2	
	Разом	28	8	8			2	10
Змістовий модуль ІІ								
ТЕХНОЛОГІЇ КЕРУВАННЯ СОЦІАЛЬНИМИ СИСТЕМАМИ								
1.	Комунікаційні технології в сфері політики	8	2	2				4
2.	Вибірчі комунікативні технології.	6	2	2				2
3.	Кризові комунікації.	6	2	2				2
	Модульна контрольна робота	2					2	
	Разом	22	6	6			2	8
	Семестровий контроль	10						
	Разом за навчальним планом	60	14	14			4	18

Тематичний план для заочної форми навчання

№ п/ п	Назва змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
			Аудиторні					Самостійна
			Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Модульні	
Змістовий модуль I ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМУНІКАТИВНОГО ПРОСТОРУ.								
1.	Поняття і зміст курсу “Комунікаційні технології”. Сучасний комунікаційний простір	34	2	2				30
	Разом	34	2	2				30
Змістовий модуль II ТЕХНОЛОГІЇ КЕРУВАННЯ СОЦІАЛЬНИМИ СИСТЕМАМИ								
1.	Комунікаційні технології в сфері політики	26	2	2				22
	Разом	26	2	2				22
	Разом за навчальним планом	60	4	4				52

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИДенна форма навчання**Змістовий модуль I****ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМУНІКАТИВНОГО ПРОСТОРУ.****Лекція 1. Поняття і зміст курсу “Комунікаційні технології”. Сучасний комунікаційний простір (2 год.).**

Поняття комунікаційної технології. Новітні дослідження в галузі комунікаційних технологій. Постулати комунікаційних технологій. Три “кити” комунікаційних технологій.

Семінарське заняття 1. Комуникативний простір і його організація. (2 год.).

Джерела. *Основні.* 7, 8, 9, 10, 16, 56 *Додаткові.* 7, 39, 62.

Лекція 2. Комунікаційні моделі та їх технологічний потенціал (2 год.)

Соціологічні й психологічні моделі комунікацій. Семіотичні моделі. Модель міфологічної комунікації. Модель аргументуючої комунікації. Модель іміджевої комунікації. Модель пропагандистської комунікації; Модель «Спіраль мовчання».

Семінарське заняття 2. Комунікаційні моделі та їх технологічний потенціал (2 год.)

Джерела.

Основні. 7, 8, 9, 10, 16, 56 *Додаткові* 43, 7, 10, 12, 21, 43, 62.

Лекція 3. Критика сучасних комунікаційних технологій. Культурні війни як сучасна комунікаційна технологія. Комунікаційні стратегії інформаційних війн. (2 год.)

Медіа як «індустрія культури». Комерціалізація і комодифікація медіа. Види і типи культурних війн. Інформаційна війна. Медіа війна. Мережева війна. Медіа як інструмент медіа контролю і як засіб соціального примусу. Медіа як компенсаційний фактор соціальних проблем суспільства

Семінарське заняття 3.

Критика сучасних комунікаційних технологій. Культурні війни як сучасна комунікаційна технологія. Комунікаційні стратегії інформаційних війн. (2 год.)

Джерела.

Основні. 15, 33, 39, 56. *Додаткові* 50, 48, 53, 74, 75.

Лекція 4. Медіа як інструмент формування реальності. Технології повсякдення. (2 год.) Повсякденн як об'єкт комунікативних технологій. Проблема конструювання повсякденності. Повсякденність в культурі постмодернізму Технології повсякдення.

Семінарське заняття 4. Медіа як інструмент формування реальності. Технології повсякдення. (2 год.) Міфологізація, ритуалізація, постфольклор, енігматичні нарративи, специфічні конотації, нагнітання «панічної ностальгії», технологія рейтингів, псевдоновинний формат (fake news едвиторіалз (advertising+editorials), інформершл (information+commercial), технологій (politainment, infotainment, edutainment), демасифікація, розважальність гумор, «сакральний топос» у структурі медіаритуала. Створення «Великого стилю».

Джерела: *основні* 15, 16, 40, 48, 49, 50, *додаткові.* 1, 7, 12, 15, 16, 23.

Змістовий модуль II

ТЕХНОЛОГІЇ КЕРУВАННЯ СОЦІАЛЬНИМИ СИСТЕМАМИ

Лекція 5. Комунікаційні технології в сфері політики. (2 год.)

Популізм і лобіювання як політичні технології. Обмеження та протидія політичним маніпуляціям. Основні різновиди політичних іміджів. Види та засоби політичної реклами. Теоретичні засади політичної іміджелогії та брендінгу. Психологічна війна в політиці та основні прийоми її ведення.

Семінарське заняття 5. Комунікативні технології в сфері політики. (2 год.)

Сутність та різновиди політичної пропаганди та агітації. Міфотворчість як знаряддя політичного маніпулювання. Роль засобів масової інформації у політичних кампаніях. Основні різновиди політичної символіки. Паблісіті.

Джерела: *основні* 1, 2, 6, 7, 8, 9, *додаткові*. 16, 20, 24, 28, 34.

Лекція 6. Виборчі комунікативні технології. (2 год.)

Комунікативна основа сучасних виборчих кампаній. Стратегія і тактика виборчої кампанії. Фактори формування іміджу в рамках виборчої кампанії. Політичний перфоманс. Програма кандидата. Медіа і вибори. Спічрайтер.

Семінарське заняття 6. Політичний перфоманс. Програма кандидата. (2 год.)

Фактори, що впливають на вибори. Підготовка спічрайтерського твору. Методика написання твору.

Джерела: *основні* 6, 7, 8, 9, 16, 24, 34 *додаткові*. 37, 38, 40, 41, 45, 49, 51.

Лекція 7. Кризові комунікації. (2 год.)

Кризові комунікації. Особливості кризових комунікацій. Типологія криз. Управління в умовах криз. Боротьба з чутками. Спіндоктор.

Семінарське заняття 7. Керування кризами

(2 год.)

Джерела: *основні* 6, 7, 8, 9, 16, 24, 58, 59 *додаткові*. 41, 43, 50, 54, 70, 75.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Масова комунікація та інформація: Комунікаційні технології» 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, де зазначено види контролю й принципи їх оцінювання. Систему переведення

рейтингових балів у національну та європейську (ECTS) шкалу подано у таблицях.

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студента

Денна форма навчання

№	Вид діяльності	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
			Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
1.	Відвідування лекцій	1	4	4	3	3
2.	Відвідування семінарських занять	1	4	4	3	3
3.	Робота на семінарському занятті	10	4	40	3	30
4.	Виконання завдання з самостійної роботи	5	4	20	3	15
5.	Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом			-	93	-	76
Максимальна кількість балів			169			
Розрахунок коефіцієнта			$169/20 = 8,45$			

Заочна форма навчання

№	Вид діяльності	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
			Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів

1.	Відвідування лекцій	1	1	1	1	1
2.	Відвідування семінарських занять	1	1	1	1	1
3.	Робота на семінарському занятті	10	1	10	1	10
4.	Виконання завдання з самостійної роботи	5	2	10	2	10
Разом			-	22	-	22
Максимальна кількість балів			44			
Розрахунок коефіцієнта			44/20 = 2,2			

6.2. Завдання для самостійної роботи

Денна форма навчання

Змістовий модуль I

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМУНІКАТИВНОГО ПРОСТОРУ.

Тема 1. Поняття і зміст курсу “Комунікаційні технології”. Сучасний комунікаційний простір.

Написати есе (600 слів) на тему «Концепція комунікативного інжинірингу в працях Г. Почепцова».

Тема 2. Комунікаційні моделі та їх технологічний потенціал (2 год.)

Прокоментувати модель аргументуючої комунікації, показати, як її можна використовувати в дебатах.

Тема 3. Критика сучасних комунікаційних технологій. Культурні війни як сучасна комунікаційна технологія. Комунікаційні стратегії інформаційних війн. (2 год.)

Представити презентацію на тему «Смислові та онтологічні війни».

Тема 4. Медіа як інструмент формування реальності. Технології повсякдення. (2 год.)

Проаналізувати різновиди політейнменту на українському телебаченні.

Змістовий модуль II

ТЕХНОЛОГІЇ КЕРУВАННЯ СОЦІАЛЬНИМИ СИСТЕМАМИ

Тема 5. Комунікаційні технології в сфері політики. (2 год.)

Опишіть технології сторітелінгу. Наведіть приклади лонгвідів і проаналізуйте лонгвід на будь-яку тему.

Тема 6. Вибірчі комунікативні технології. (2 год.)

Подивіться фільм «День виборів» і прокоментуйте у письмовому вигляді комунікаційні технології, які герої фільму використовували під час виборів губернатора.

Тема 7. Кризові комунікації. (2 год.)

Проаналізуйте основні «коронафейки» в українському інформаційному просторі. Які ви знаєте методи боротьби з фейковими повідомленнями?

Заочна форма навчання

Змістовий модуль I

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМУНІКАТИВНОГО ПРОСТОРУ.

Тема 1. Поняття і зміст курсу “Комунікаційні технології”. Сучасний комунікаційний простір.

Написати есе (600 знаків) на тему «Новітні концепції онтологічних і смислових війн».

Проаналізуйте державну символіку України з точки зору семіотики. Який комунікативний потенціал несуть ці символи. Як вони пов’язані з культурно-історичним контекстом.

Змістовий модуль II

Вплив інформаційних технологій на трансформацію медіасистем

Тема 6. Виборчі комунікативні технології. (2 год.)

Подивіться і проаналізуйте фільм «День виборів» і прокоментуйте комунікаційні технології, які герої фільму використовували під час виборів губернатора.

Напишіть рекомендації до виборців, як розпізнавати маніпулятивні технології під час виборчих перегонів.

Критерії оцінювання самостійних робіт:

- Аналітичність.
- Висловлення власної думки.
- Творчий підхід до виконання.
- Відсутність плагіату.
- Посилання на використані джерела.
-

Завдання на модульну контрольну роботу. Модульна контрольна робота (2) відбудеться у вигляді тестів. На кожну модульну роботу 25 тестів. Кожен тест оцінюється в 1 бал.

Приклад тестових питань.

Спираль мовчання.

А Людина з більшою ймовірністю висловить свою думку на ту чи іншу тему, якщо відчуває, що знаходиться в меншості.

Б Людина з меншою ймовірністю висловить свою думку на ту чи іншу тему, якщо відчуває, що знаходиться в більшості.

В Людина з меншою ймовірністю висловить свою думку на ту чи іншу тему, якщо відчуває, що знаходиться в меншості.

Основні закони пропаганди

А Закон розумового спрощення. Закон настирливого повтору. Закон спіралі мовчання. Закон емоційного нагнітання.

Б Закон розумового спрощення. Закон настирливого повтору. Закон обмеження і фільтрації матеріалу. Закон дифузії інновацій.

В Закон розумового спрощення. Закон настирливого повтору. Закон обмеження і фільтрації матеріалу. Закон емоційного нагнітання.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи – максимум 25 балів за кожну модульну роботу.

6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю з дисципліни «Комунікаційні технології»

Практичні питання:

1. Розкрийте поняття технології в комунікативістиці. Вкажіть основні концепції соціально-комунікативних технологій.
2. Прокоментуйте новітні дослідження в галузі комунікаційних технологій.
3. Як ви розумієте постулати комунікаційних технологій. Як вони пов'язані з розвитком сучасних інформаційних технологій.
4. Що ми називаємо и “китами” комунікаційних технологій? Чому важливо розуміти сутність парситипаторної культури?
5. Чому соціологічні й психологічні моделі комунікацій важливі для розуміння ролі комунікаційних технологій в сучасному суспільстві?
6. Як використовувати семіотичні моделі комунікації для побудови комунікаційних технік?
7. В чому особливість моделей міфологічної комунікації? Як міф може слугувати інструментом перетворення дійсності.
8. В чому особливість моделі аргументуючої комунікації. В яких умовах можна використовувати цю модель?
9. Розкрийте комунікативні можливості моделі іміджевої комунікації.
10. Як побудована модель пропагандистської комунікації? Які основні закони і техніки пропаганди ви знаєте? Як застосовувати пропагандистський аналіз?

11. Наведіть приклади із соціальної дійсності, коли модель «Спіралі мовчання» працює ефективно.
12. Що таке індустрія культури, яка роль медіа в формуванні постіндустріального суспільства.
13. Наведіть приклади комерціалізації і комодифікації медіа в сучасних українських реаліях.
14. Прокоментуйте різновиди і типи культурних війн. Що таке інформаційна війна, смислова війна, кібервійна, онтологічна війна? Як ви розумієте терміни «медіавійна» і «мережева війна».
15. Чи погоджуєтесь ви, що медіа в сучасному світі є інструментом медіа контролю і засібом соціального примусу?
16. Якщо ми будемо розглядати медіа як компенсаційний фактор соціальних проблем суспільства, то які сфери життя може компенсувати медіа?
17. Що таке технологія «повсякденна»? Як теорії феноменології і постмодернізму пов'язані зі зміною парадигми реального життя.
18. Які ви знаєте технології повсякденна? Чи можна вважати розважальні шоу технологіями створення повсякденну?
19. Як ви розумієте технології створення «Великого стилю»?
20. Розкрийте технології використання популізму і лобіювання в політиці.
21. Які існують інструменти обмеження та протидії політичним маніпуляціям?
22. Які види і методи російського лобізму можна спостерігати в українському інформаційному просторі.
23. Назвіть види та засоби політичної реклами, у чому її особливість?
24. Прокоментуйте теоретичні засади політичної іміджології та брендінгу. Які ви знаєте основні різновиди політичних іміджів?
25. Як відбувається психологічна війна в політиці і які основні прийоми її ведення?
26. Розкрийте сутність та різновиди політичної пропаганди та агітації.
27. Прокоментуйте функції політичного маніпулювання. Як застосовують міфотворчість у якості знаряддя політичного маніпулювання?
28. Яку роль грають засоби масової інформації у політичних кампаніях?
29. Чи можна регулювати масову політичну поведінку?
30. Розкрийте специфіку масової політичної поведінки в політиці.
31. Як виглядає політичний ритуал у якості складової частини політичного життя?
32. У чому сутність та функції політичної символіки?
33. Назвіть основні різновиди політичної символіки.
34. Назвіть функції і типи паблісіті? У чому специфіка паблісіті на відміну від журналістики?

35. Як відбувається конструювання новин? Що таке фреймінг?
36. Як виглядає комунікативна основа сучасних виборчих кампаній?
37. Розкрийте загальну стратегію і тактику виборчої кампанії.
38. Які головні фактори формування іміджу в рамках виборчої кампанії ви знаєте?.
39. Як відбувається політичний перфоманс? Що повинна включати програма кандидата?
40. Як працюють медіа під час виборів? Які завдання у журналістів і піарслужб у висвітленні виборчих перегонів?
41. У чому особливості кризових комунікацій? Назвіть основні типи криз.
42. Як відбувається управління в умовах криз.
43. Прокоментуйте методи боротьби з чутками.
44. У чому полягає робота спіндоктора?
45. Вкажіть функції, складові елементи і види сторителінгу.
46. Дайте визначення поняттям «лонгрид» і «ленгрид». Наведіть приклади лонгридів.

6.6. 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

7. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ

Денна форма навчання

Разом 60 год., лекції - 14 год., семінарські заняття - 14 год., самостійна робота - 18 год.

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII
Модулі	Змістовий модуль I				Змістовий модуль II		
Назва модуля	ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМУНІКАТИВНОГО ПРОСТОРУ.				ТЕХНОЛОГІЇ КЕРУВАННЯ СОЦІАЛЬНИМИ СИСТЕМАМИ		
Лекції	1	2	3	4	5	6	7
Теми лекцій	Поняття і зміст курсу “Комунікативні технології”. Сучасний комунікативний простір – 1 бал	Комунікативні моделі та їх технологічний потенціал – 1 бал	Критика сучасних комунікативних технологій. Культурні війни як сучасна комунікативна технологія. Комунікативні стратегії інформаційних війн. – 1 бал	Медіа як інструмент формування реальності. Технології повсякдення. – 1 бал	Комунікативні технології в сфері політики – 1 бал	Вибірчі комунікативні технології. – 1 бал	Кризові комунікативні – 1 бал
Теми семінарськ	Комунікативний простір і	Комунікативні моделі та	Критика сучасних	Медіа як інструмент	Комунікативні	Політичний перформанс.	Кризові комунікативні

их занять	його організація 10+1 б.	їх технологічн ий потенціал 10+1 б.	комунікаційн их технологій. Культурні війни як сучасна комунікаційн а технологія. Комунікацій ні стратегії інформаційн их війн 10+1 б.	формуванн я реальності. Технології повсякден на. 10+1 б.	технології в сфері політики 10+1 б.	Програма кандидата 10+1 б.	10+1 б.
Самостійна робота	Табл. 6.1. 20 б.				Табл. 6.1. 15 б.		
ІНДЗ							
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)				Модульна контрольна робота 2 (25 балів)		
Підсумков ий контроль	Іспит						

Заочна форма навчання

Разом 60 год., лекції - 4 год., семінарські заняття - 4 год., самостійна робота - 52 год.

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII
Модулі	Змістовий модуль I				Змістовий модуль II		

Назва модуля	ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМУНІКАТИВНОГО ПРОСТОРУ.				ТЕХНОЛОГІЇ КЕРУВАННЯ СОЦІАЛЬНИМИ СИСТЕМАМИ		
Лекції	1	2	3	4	5	6	7
Теми лекцій	Поняття і зміст курсу “Комунікаційні технології”. Сучасний комунікаційний простір – 1 бал				Комунікаційні технології в сфері політики – 1 бал		
Теми семінарських занять	Комуникативний простір і його організація 10+1 б.				Комунікаційні технології в сфері політики 10+1 б.		
Самостійна робота	10 балів				10 балів		
ІНДЗ							
Види поточного контролю							
Підсумковий контроль	Іспит						

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основні (базові):

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз / В. М. Бебик. – Київ : МАУП, 2005. – 440 с.
2. Грачев Г., Мельник И. Манипулирование личностью, Организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. – М., 2002. - 284 с.
3. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Д. Мак-Квейл. – Львів : Літопис, 2010. – 538 с.
4. Партико З. В. Теорія масової інформації та комунікації: навч. посібник. – Львів: Афіша, 2008.
5. Патрушев В. И. Введение в теорию социальных технологий. – М., 1998.- 365 с.
6. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навч. посіб. – 3-тє вид., випр. і. доп. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2006. – 327 с.
7. Почепцов Г. Коммуникативные технологии XX века. – М. Ваклер. 2001. – 352 с.
8. Почепцов Г. Семиотика. – М. Ваклер. 2001. – 419 с.
9. Почепцов Г. Теория коммуникации. - К.: Ваклер. - 2001. - 432 с.
10. Холод О. М. Комунікаційні технології: підручник / О. М. Холод. Львів: ПАІС, 2012. – 300 с.

Додаткові:

1. Айзексон В. Інноватори: як група хакерів, геніїв та гіків здійснила цифрову революцію: монографія / В. Айзексон. – Київ, 2017. – 488 с.
2. Бебик В. М., Науменко О. С. Навчальна програма дисципліни «Інформаційно-комунікаційний менеджмент» (для спеціалістів, магістрів) / В. М. Науменко, В. М. Бебик. – К.: МАУП, 2005. – 16 с.
3. Білан Н. Б. Особливості Інтернет-комунікації / Н. Б. Білан // Наукові записки Інституту журналістики. – 2015. – Т. 59. – С. 51–54.
4. Борисов Б. Л. Реклама и паблік рилейшнз. Алхимия власти / Б. Л. Борисов. – М., 1998.

5. Візуалізація даних. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу https://uk.wikipedia.org/wiki/Візуалізація_інформації
6. Візуалізація навчальної інформації. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу
: <http://texty.org.ua/pg/chapter/newsmaker/read/40161/43250> Встигніть у цьому році: розкішні лонгриди 2016-го // Media Sapiens. – [Електронний Ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/vstignit_u_tsomu_rotsi_rozkishni_longridi_2016go/
7. Галіч Т. О. Соціальні Інтернет-мережі та віртуалізація суспільного життя /Т. О. Галіч // Соціологія майбутнього: науковий журнал з проблем соціології молоді та студентства. – 2010. – Вип. 1. – С. 145–152.
8. Галустян А. Мультимедійні лонгриди як новий формат онлайн-журналістики / А. Галустян // Как новые медиа изменили журналистику. 2013–2016. – Екатеринбург, 2016. – 304 с.
9. Гарматюк О. О. Комунікативний менеджмент: конспект лекцій / О. О. Гарматюк. – Тернопіль: ТНТУ, 2012.
10. Городенко Л. М. Деструктивні (інмутаційні) процеси у мережевій комунікації. / Л. М. Городенко // Наукові записки інституту журналістики. Т. 54. – 2014. – С. 175–179.
11. Григорова З. В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі ієрархія інформаційного простору / З. В. Григорова // Технологія і техніка друкарства. – 2017. – № 3. – С. 93 – 100.
12. Деніс Мак-Квейл. Теорія масової комунікації. – Львів. Літопис, 2010. – 538 с.
13. Дубас О. П. Інформаційно-комунікаційний простір: культурнополітичні детермінанти : монографія / О. П. Дубас. – К. : Генеза, 2011. 256 с.
14. Задом наперед, або Їжачки і кактуси. – [Електронний ресурс] // Телекритика. – Режим доступу: <http://www.osvita.mediasapiens.kiev.ua/material/2514>
15. Зражевська Н. І. Розуміння медіакультури: комунікація, постмодерн, ідентичність, ідеології, медіаконтроль. - Черкаси, 2012.- 408 с.
16. Зражевська Н. Комунікативні технології: Курс лекцій. Н. Зражевська. – Черкаси, 2010. – 224 с.
17. Інформаційно-комунікаційний менеджмент : методичні вказівки, завдання, вправи для семінарських, практичних занять і самостійної роботи та тести з дисципліни. – Львів, 2015. – 50 с.

- 18.Как сделать ваши истории лучше. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// lifehacker.ru/2012/12/25/kak-sdelat-vashi-istorii-luchshe/](http://lifehacker.ru/2012/12/25/kak-sdelat-vashi-istorii-luchshe/).
- 19.Карпа І. Б. Мова та Інтернет: функціональні характеристики та ефективність інтерактивної комунікації / І. Б. Карпа // Мова і культура. – 2009. – Вип.11. – Т. VII (119). – С. 192 – 200.
- 20.Картунов О. Інформаційне суспільство: аналіз політичних аспектів зарубіжних концепцій: монографія / О. В. Картунов, О. О. Маруховський. – К.: Університет економіки та права «КРОК», 2012. – 344 с.
- 21.Кихтан В. В. Информационные технологии в журналистике /В. В. Кихтан. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2004. – 160 с.
- 22.Кіпатрік Д. Ефект Facebook. Внутрішня історія компанії, що об'єднує світ: монографія / Д. Кіпатрік. – Київ: Темпора, 2013. – 482 с.
- 23.Клінкова Т. Місце мутаційних та інмутаційних процесів в політиці як моделі соціальної комунікації / Т. Клінкова // Теорія інмутації суспільства: pro et contra. – К. : КиМУ, 2011. – С. 98–106.
- 24.Клінкова Т. О. «Розповідь про потворного карлика» як засіб негативізації українських політиків у ЗМІ / Т. О. Клінкова // Масмедійна інмутація суспільства : монографія / Клінкова Т., О. Козаченко, В. В., Кравченко Н. О. – Кривий Ріг–Запоріжжя, 2009. – С. 7–68.
- 25.Коваленко О. М., Вінічук І. М., Заєць Н. М. Інформаційні технології як системоутворюючий чинник розвитку інформаційного суспільства // Економіка і менеджмент культури. – К., 2016. – № 2. – С. 38–47. 16
- 26.Колісник О. М. Інтернет-журналістика у світлі медіа-досліджень / О. М. Колісник // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2010. – № 21. – С. 122 – 124.
- 27.Литвин В. В. Візуалізація як спосіб розуміння даних / В. В. Литвин // Focus. – Львів, 2015. – С. 68–69.
- 28.Лісовський М. П. Феномен Інтернету як засіб маніпуляції свідомістю в українському сучасному соціумі. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http:// archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vkpi/fpp/2005-3-1/04_Lisovskii.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vkpi/fpp/2005-3-1/04_Lisovskii.pdf)
- 29.Лобовікова О. О. Соціальні мережі як феномен інформаційного суспільства / О. О. Лобікова // Вісник Львівського університету. – Львів, 2011.– Вип. 5. – С. 154–160.
- 30.Матвієнко В.Я. Соціальні технології. – К., 2001. – 446 с.
- 31.Медіаграмотність – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Медіаграмотність>.

- 32.Методична платформа викладачів кафедри журналістики, видавничої справи та редагування КДПУ ім. В. Винниченка // [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://nashmetod.blogspot.com/2017/03/webpublishing.html>.
- 33.Моделі комунікативної особистості. – [Електронний ресурс] Режим доступу: https://studme.com.ua/11060106/menedzhment/modeli_kommunikativnoy_lichnosti.htm.
- 34.Моніторинг політичної пропаганди та маніпулятивних технологій у випусках щотижневих підсумкових інформаційно-політичних програм та політичних ток-шоу [Електронний ресурс] // Телекритика. – Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/media-continent/monitoring/politprogram/>
- 35.Нестеренко О. А. Поняттєві сфери термінів для номінації нових медіа форматів / О. А. Нестеренко // Держава та регіони. – Серія: Соціальні комунікації. – № 4(28). – 2016. – С. 80–86.
- 36.Новітні інформаційно-комунікаційні технології в модернізації публічного управління: зарубіжний і вітчизняний досвід: матеріали наук. - 169 практ. семінару, 19 квітня 2013 р., м. Дніпропетровськ / ред. кол. : В. М. Дрешпак (голов.ред.). – Дніпропетровськ: ДРІДУ НАДУ, 2013. – 104 с.
- 37.Організація роботи прес-служби. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:https://stud.com.ua/18324/marketing/pres_sluzhba
- 38.Основи інформаційно-аналітичного забезпечення зовнішньої політики європейських держав: метод. рекомендації для студентів спеціальності 8.03020401 «Міжнародна інформація» / уклад.: В. В. Гулай, В. Є. Максимець, Г. Ю. Родик, І. М. Червінка. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2015. – 68 с.
- 39.Островська Н. В. Прикладні соціально-комунікативні технології. навч. посіб. / Н. В7 Островська. – Запоріжжя, 2017. – 110 с.
- 40.Островська Н. В. Різновиди технологій інмутації в суспільнополітичних ток-шоу на українському телебаченні: конспект лекцій / Н. В. Островська. – [Електронний ресурс]. – Режимдоступу:http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/984/1/Ostrovsk_Types_inmutation_tech_nologies.pdf
- 41.Пабліситі (пропаганда), її переваги та недоліки. Види пабліситі. Етапи процесу управління пабліситі. – [Електронний ресурс]. – Режим доступ: <http://nebotan.info/sale/propaganda.php>
- 42.Павлюх М. В. Соціально-політична комунікація в сучасних польських медіа : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. ком. :

- спец. 27.00.04 «Теорія та історія журналістики» / М. В. Павлюх. – Львів, 2016. – 20 с.
43. Павлюх М. Прикладні соціально-комунікативні технології.- Львів. 2019.- С. 136-150.
 44. Пінченко Н. Міжнародна Інтернет-комунікація: політологічний аналіз / Н. Пінченко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2014. – Вип. 121. – С. 69–79.
 45. Пінченко Н. О. Цифрова дипломатія як інструмент зовнішньополітичної діяльності США / Н. О. Пінченко // Міжнародні відносини. – Серія «Політичні науки». – № 5. – 2015.
 46. Пінченко Н. Соціальні медіа у структурі зовнішньої політики провідних міжнародних акторів: монографія / Н. Пінченко. – Київ, 2014. – 334 с.
 47. Половинчак Ю. Мобілізаційний та маніпулятивний потенціал дискурсу соціальних медіа в умовах перехідного суспільства. Центр досліджень соціальних комунікацій НБУВ. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nbuviar.gov.ua>
 48. Почепцов Г. Г. Информация и дезинформация / Г. Г. Почепцов. К., 2001.
 49. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управляют общественным мнением / Г. Г. Почепцов. – М., 1998.
 50. Почепцов Г. Маніпулятивний потенціал політичних ток-шоу / Г. Почепцов. – [Електронний ресурс] // Телекритика. – 2011. – 04. – 08. Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.kiev.ua/material/2124>
 51. Прес-секретар. – [Електронний ресурс – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
 52. Реклама: поняття. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Реклама>
 53. Рибак І. Інформаційно-маніпулятивні технології. Політологія: навчальний енциклопедичний словник довідник для студентів ВНЗ I–IV рівнів акредитації / [В. М. Денисенко, О. М. Сорба, Л. Я. Угрин та ін.]. – Львів : Новий Світ–2000, 2014. – С. 227.
 54. Родик Г. Ю. Комунікативні основи менеджменту етнополітичного конфлікту: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук: спец. 23.00.05 «Етнополітологія та етностановознавство» / Г. Ю. Родик. – К., 2014. – 19 с.
 55. Різун В. В. До питання про соціально-комунікаційні наукові проблеми і про наукові проблеми взагалі [Електронний ресурс] / В. В. Різун // Актуальні дослідження українських наукових шкіл у галузі соціальних

- комунікацій : мат-ли всеукр. наук.-практ. конф. [наук. ред. В. Різун; упоряд. Т. Скотникова]. – К.: Інститут журналістики, 2013. – С. 8–25.
- 56.Різун В. В. Зауваги до основних термінів масової комунікації [Електронний ресурс] / В. В. Різун // Вісн. Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Журналістика. – Київ: ВПЦ «Київський університет», 2014. – №21. – С.14–17.
 - 57.Різун В. В. Зі статті «Соціально-комунікаційний підхід у науці та галузі соціальної інженерії». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: journlib.univ.kiev.ua/Socialniy_pidhid.pdf
 - 58.Симоненко О. В. Роль ЗМІ в організації процесу комунікації Президента та громадськості / О. В. Симоненко // Місце і роль бібліотеки у формуванні національного інформаційного простору: мат-ли Міжн. наук. конф. (Київ, 21–23.10.2014 р.) / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України, Рада дир. б-к та інформ. центрів-членів МААН. – К., 2014. – С. 411–413.
 - 59.Синоруб Г. П. Поняття конфліктного наповнення діяльності масмедіа в теорії соціальних комунікацій (контекст формування поведінки аудиторії) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. ком. : спец. 27.00.01 «Теорія та історія соціальних комунікацій». Київ, 2009. 16 с.
 - 60.Скоробагатько А. В. Цифровая дипломатия как инструмент внешней политики государства / А. В. Скоробагатько. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://int-konf.org/ru/konf082013/482-1-dubrovn-v-o-1-teslyuk-v-v-1-onischenko.html>.
 - 61.Слободян В. Особливості комунікації в Інтернеті / В. Слободян // Наукові записки. Серія «Культурологія». – 2013. – Вип. 12. – С. 259 – 266.
 - 62.Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті / [за заг. ред. Ю. М. Бідзілі]. – Ужгород: ВАТ «Видавництво «Закарпаття», 2007. – 224 с.
 - 63.Соціальні мережі як соціальні медіа. – [Електронний ресурс]. –Режим доступу: https://prezi.com/q_9_6suwfgwh/presentation/.
 - 64.Стрельбіцька Л. Інтернет як полігон розвитку природної мови / Л. Стрельбіцька // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2005. – № 538. – С. 33 – 38.
 - 65.Сумская А. С. Синтез лондинга и лендинга – новый формат интерактивного повествования / А. С. Сумская // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия. – Екатеринбург, 2016. – С. 130–134.

66. Теорія та практика комунікації: навчальний посібник / Н. М. Білас, В. В. Гулай, А. Я. Добрянський, У. В. Ільницька, Ю. О. Лунь, Р. Я. Пасічний. Львів, 2006. – 112 с.
67. Удовик С. Глобализация. Семиотические подходы. К. Ваклер. 2002. – 461 с.
68. Холод О. Комунікаційні технології. Підручник. – К. КиМУ, 2012. – 147 С.
69. Холод О. Інмутація масової комунікації та фахова інмутація журналістів / О. Холод. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.symposium2016.hol.es/gallery/holod%20olexandr.pdf>
70. Холод О. Інмутація суспільства в гіпермаркеті свідомості: у 3 т. Т. 1 : Теорія інмутації суспільства : монографія / Олександр Холод – К. : КиМУ, 2010. – 213 с.
71. Холод О. Комунікаційні технології (у теорії інмутації) / О. Холод. К. КиМУ, 2010. – 147 с.
72. Холод О. М. Диференціація соціально-комунікаційних технологій [Електронний ресурс] / О. М. Холод // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. – Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Т. 24 (63). – №4. – Ч. I. – С. 105–110. – Режим доступу: science.crimea.edu/zapiski/2011/filologiya/uch24_41fn/018.pdf
73. Холод О. М. Комунікаційні технології: підручник / О. М. Холод. Львів: ПАІС, 2012. – 300 с.
74. Холод О. М. Соціальні комунікації як поняття в науковій галузі [Електронний ресурс] / О. М. Холод // Психолінгвістика. – 2003. – Вип. 12. С. 286–293. – Режим доступу: irbisnbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe?DOWNLOAD...PDF/...pdf.
75. Холод О. Маніпуляція суспільством: мутація й інмутація як концепції соціально-комунікаційних технологій / О. Холод // Освіта регіону. № 2. – 2010.
76. Холод О. Масовий характер інмутації суспільства // Теорія інмутації суспільства: pro et contra / за ред. О. Холода. – К. : КиМУ, 2011. С. 5–78.
77. Чекмишев О. В. Роль і місце медіа моніторингу у формуванні методології досліджень соціальних комунікацій на прикладі новітніх європейських студій [Електронний ресурс] / О. В. Чекмишев, О. Я. Шкоба // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2013. – Т. 50. – С. 221–227. Режим доступу: nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_50_45

- 78.Чемеркін С. Г. Мова Інтернет-комунікації / С. Г. Чемеркін // Українська мова: Енциклопедія. – Київ: Укр. енциклопедія, 2007. – С. 365–366.
- 79.Що таке бренд та брендинг. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ideadigital.agency/ua/blog/chto-takoe-brend/>
- 80.Яремчук Л. В. Соціальна комунікація: становлення термінологічних засад галузі [Електронний ресурс] / Л. В. Яремчук // Сучасні проблеми діяльності бібліотеки в умовах інформаційного суспільства: мат-ли п'ятої міжн. наук.-практ. конф., 11–12.09.2013 р. – Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2013. – С. 599–603. – Режим доступу: .
- 81.Berger A. A. Media Analysis Techniques / A. A. Berger. – London: Sage, 1991.
- 82.DeFleur M. The Theories of Mass Communication / M. DeFleur. – N.Y.: David McKay, 1966.
- 83.Donath J. 1999. Identity and Deception in the Virtual Community. In Communities in cyberspace, edited by M. A. Smith and P. Kollock. London; New York: Routledge. Suler [Електронний ресурс]. [.media.mit.edu/people/Judith/Identity/IdentityDeception.html](http://media.mit.edu/people/Judith/Identity/IdentityDeception.html).<http://smg.ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/21376/1/62-599-603.pdf>
- 84.Habermas J. Communication and the Evolution of Society / J. Habermas. – Boston: Beacon Press, 1979.
- 85.SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: навч. посіб. / [за ред. Л. В. Балабанової]. – К.: Знання, 2005. – 2-ге вид., випр. і доп. – 301 с.

9. ДОДАТКОВІ РЕСУРСИ

Корисні відео і посилання:

Теория и практика аргументации 1/6. Зачем нам аргументировать?
https://www.youtube.com/watch?v=IK8Zq_nGovQ.

Комунікаційні технології: Як впливати на свідомість аудиторії.
<https://www.youtube.com/watch?v=pmNIJFYaClg>.

Они манипулируют тобой — фильм-эксперимент Никиты Непряхина
https://www.youtube.com/watch?v=30_3UVNu7pk&list=PLPR0ttgEgvH-VnoTzsBmPmkGjTBJEoIha&index=27.

Убеждай и побеждай: секреты аргументации — фильм Никиты Непряхина
https://www.youtube.com/watch?v=Z4kqMTf_fUg.

Почепцов Г. От пропаганды к конспирологии: как и кто конструирует миры в наших головах. Часть первая.
<https://rezonans.kz/ot-propagandy-k-konspirologii-1/?fbclid=iwar14hffwkgy8ny0hw8s8sljx9cnyk7krpyzbqxq2knkbucavhsa37qa7qxbm>

Почепцов Г. Дискурсивные победы: новый тип войны лежит в управлении общественным дискурсом. https://psyfactor.org/psyops/diskursivniy-tip-voyni.htm?fbclid=IwAR0v_hdT6Kj22ofEaV7RRcHy2JQEIrPDZssTLXdXYgqGWcZ-DkXrqW8Ny5c.

Почепцов Г. ОНТОЛОГИЧЕСКАЯ ВОЙНА: КТО И КАК ВОЗДЕЙСТВУЕТ НА НАШ РАЗУМ. <https://rezonans.kz/ontologicheskaya-voyna-chast-1/?fbclid=IwAR0BXZBGFEeXzSGo5E3TJ873Motmseh8rqK7YvMp-XCBSvMHbl3wSvvEPIQ>.

Почепцов Г. Нарративные войны на постсоветском пространстве. Беларусь, Украина, Россия. <https://detector.media/withoutsection/article/180390/2020-09-08-narrativnye-voiny-na-postsovetskom-prostranstve-belarus-ukraina-rossiya-chast-tretya/>.

Кінофільм «День выборов» (2007)

Кінофільм «День радио» (2008)

Кінофільм «Шоу Трумана» (The Truman Show) (1998).

Кінофільм Brexit: The Uncivil War (2019)

Робоча програма навчальної дисципліни

Масова комунікація та інформація: Комунікаційні технології

Розробники:

Зражевська Ніна Іванівна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

Масова комунікація та інформація: Комунікаційні технології. Програма навчальної дисципліни / Розробник Н. І. Зражевська – К.: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2020 – 33 с.