

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



«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

Олексій ЖИЛЬЦОВ

_____ 2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Масова комунікація та інформація: Теорія інформації та комунікацій

для студентів

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

Київ – 2022

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА	
Ідентифікаційний код 02136554	
Начальник відділу моніторингу якості освіти	
Програма	_____
<i>Жильцов</i> (підпис)	_____ (прізвище, ініціал)
« _____ »	_____ 2022

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 осягнення 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;
- сформулювати 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», «масово інформаційна 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: **загальні (ЗК-2** - Здатність критично мислити. Здатність критично оцінювати отриману інформацію, використання логіки і раціональних міркувань, повнота аргументації для оцінки ситуації і правильності обраного шляху розв'язання завдань з урахуванням контексту. Здатність бути критичним і самокритичним; **ЗК-5** – Здатність до координації дій з іншими. Готовність будувати комунікацію, базуючись на принципах соціально-психологічної специфіки спілкування; виявляти високу адаптивність до змін професійного середовища, враховуючи права та обов'язки всіх у колективі в ході виконання професійної діяльності. Здатність працювати в команді; **ЗК- 9** – Здатність до комунікацій. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово, володіти іноземною мовою; уміти спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності); уміти оцінити співрозмовника (визначити типи психіки та моделі можливої поведінки) для досягнення комунікативної мети; уміти будувати міжкультурну комунікацію. Уміння ясно висловлюватися, бути переконливим; **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).

У процесі вивчення дисципліни формуються такі **програмні результати**: 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 Використовуючи знання соціально-гуманітарних, професійно орієнтованих дисциплін, ефективно діяти в умовах інформаційного простору України. ПРН-5 Використовувати сучасні мовленнєві норми комунікативної ефективності в різних видах комунікації. ПРН-7 Уникати неконструктивних комунікативних ситуацій, конфліктів, що можуть нашкодити професійній репутації та інтересам справи; раціонально діяти в конфліктних ситуаціях, шукаючи компромісів на основі професійних принципів і взаємної ділової вигоди.

ПРН-13 Прогнозувати реакцію соціуму на інноваційні медійні продукти, розробляти й реалізовувати моделі діяльності відповідно до потреб різних соціальних груп. ПРН-14 Прогнозувати тенденції сучасного медійного ринку.

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	Семінарські	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль І. 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 ІІ. 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	Розподіл годин між видами робіт					
	Аудиторні					Самостійна
	Усього	Лекції	Семінарські	Лекції	Семінарські	

**Змістовий модуль І.
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 ІІ.
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. Маса як реципієнти масової комунікаційної 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. Маса і політика. Стратегії ефективного 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. Маса 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 кількість балів за одиницю	М 1		М2	
		кількість одиниць	Макс. кількість балів	Кількість одиниць	Макс. кількість 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	$159/60=2,65$
-------------------------------	---------------------------------

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

Тема 1. Комунікація, міжособистісна комунікація. Маса

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‖, —масал‖, —дискурс‖, —модель‖, —структурал‖, —системал‖, —риторика‖, —філософія‖, —логіка‖ – 2 год. 2.

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.:

I 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 молодої 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.

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 Ганапольський – науковці, в колі інтересів яких масова комунікація.

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.

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.**

Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Модульна контрольна 1

Варіант 1

1. Комунікація – консенсуальна взаємодія самоорганізованих систем (У. Матурана).
2. Маса як продукт машинної техніки і «надорганізованого» бюрократичного суспільства (Карл Маннгейм).
3. Мас-медіа – цемент суспільства, який дає соціальні орієнтири. **Варіант**

2

1. Мова як основна форма комунікування. Жести, зменшення їх ролі.

2. Вербальне спілкування як найуніверсальніший спосіб і найбільш досліджений різновид комунікації.

3. Теорія атомізму (мас, аудиторії).

Варіант 3

1. Адресант, адресат комунікації, повідомлення, код, контекст, контакт (Р. Якобсон).

2. Функції комунікації.

3. Теорія лідерів думок.

Варіант 4

1. Схеми комунікації Г.Д. Ласвелла.

2. Принципова гетерогенність мас.

3. Три закони схеми поширення ідей в акті комунікації: повторюваність, протиставлення, пристосування.

Модульна контрольна 2

Варіант 1

1. Консенсуальна взаємодія самоорганізованих систем (У. Матурана).

2. Теорія атомізму (мас, аудиторії).

3. Мас-медіа – цемент суспільства, який дає соціальні орієнтири. **Варіант**

2

1. Невербальна комунікація, недоліки й переваги.

2. Маси як продукт машинної техніки і «надорганізованого» бюрократичного суспільства (Карл Маннгейм).

3. Три закони схеми поширення ідей в акті комунікації: повторюваність, протиставлення, пристосування.

Варіант 3

1. Зв'язок комунікації з пірамідою потреб А. Маслоу.

2. Теорія лідерів думок.

3. Мас-медіа як формування у людини стереотипного світогляду. **Варіант**

4

1. Модель комунікативних функцій Р. Якобсона.

2. Мовлення як частина комунікативної культури й культури загалом. 3. Мас-медіа і розрив міжособистісних зв'язків.

Критерії оцінювання МКР:

1. Кожне з питань оцінюється у: 1 питання – 8 б., 2 питання – 8 б., 3 питання – 9 б., для цього вони мають відповідати наступним критеріям:

- відповідність змісту;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- термінологічна коректність;
- здатність до обґрунтування висновків;

- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

6.4. 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. Стрибкоподібне 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 культуроуспадкування.
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 самоспостереженням за суспільною системою (Н. Луман).
132. Функція формування уявлення про світ і суспільство, на які орієнтується саме суспільство.

7. 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 і	Змістовий модуль I					
Назва модуля	Інформація й комунікація. Міжособистісна комунікація					Складники і
Кількість балів за модуль	83 бали					
Теми лекцій	Інформація, її властивості (1 б.) Масова інформація, її поширення через мас-медіа (1 б.)	Комунікація. Міжособистісна комунікація (1 б.)	Маси як реципієнти масово комунікаційної діяльності (1 б.)	Масова комунікація (1 б.)	Масово комунікаційний процес (1 б.)	
Теми семінарських занять	Властивості, вимірювання та оцінювання інформації 10 + 1 б.	Специфіка масово комунікаційної діяльності 10 + 1 б.	Масова інформація в життєдіяльності суспільства 10+1 б Масова комунікація як явище 10+1 б.	Маси та комуніканти як чинники масової інформації 10+1 б.	Масовий вплив та його технології 10+1 б.	
Самостійна робота	Комунікація, міжособистісна комунікація. Маси (5 б.)	Масова і публічна комунікація (5 балів)		Масово комунікаційний процес (5 б.)		
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)					
Підсумковий контроль				Екзамен		

8. Рекомендовані джерела

Основні

1. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики. – К. : АУП; ЦВП, 2010. – 258 с.
2. Квіт С.М. Масові комунікації. – К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 208 с.
3. Партико З. В. Теорія масової інформації: Конспект курсу лекцій. К., 2004. 200 с.
4. Різун В.В. Теорія масової комунікації : підручник. – К. : ВЦ»Просвіта», 2008. – 260 с.

Додаткові

5. Вебер М. Соціологія Загальноісторичні аналізи. Політика. Пер. з нім. / Макс Вебер. – К. : Основи, 1998. – 534 с.
6. Гендер для медій. Підручник із гендерної теорії для журналістики та інших соціогуманітарних спеціальностей \За ред. М.Маєрчик. – К. : Критика, 2014. – 217 с.
7. Іванов В.Ф. Соціологія і журналістика: Тексти лекцій. – К. : Навч.-видавн. центр Ін-ту журналістики, 1994.
8. Почепцов Г.Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології ХХІ століття. – К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017.
9. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. – К. : ВПЦ «Київський університет», 1999. – 308 с.
10. Соціологія: Навчальний посібник / За ред. С.О.Макеєва. – 3-тє вид., стер. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2005. – 455 с.
11. Фуко Мішель. Історія сексуальності / Фуко Мішель. – Харків: Око. – Т 3: Плекання себе. – 2000. – 264 с.
12. Шульц В. Процес комунікації // Публіцистика. Масова комунікація. – К.: АУП, ЦВП, 2007. – С. 619–646.