

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Факультет журналістики

Кафедра міжнародної журналістики

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи



О.Б. Жильцов

« * У К Р А І Н А * » 2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Масова комунікація та інформація

для студентів

спеціальності	061 Журналістика
рівня вищої освіти	першого (бакалаврського)
освітньої програми	061.00.01 Журналістика

Київ – 2024

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка	
Код ЄДРПОУ 45307985	
Програма № <u>3186/24</u>	
Научальник відділу моніторингу якості освіти	
<u>Гемисек</u> (підпис)	<u>Гемисек</u> (прізвище, ініціали)
« * У К Р А І Н А * » 20 <u>24</u> р.	

Розробник:

Зражевська Ніна Іванівна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор,
професор кафедри міжнародної журналістики

Викладач:

Зражевська Ніна Іванівна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор,
професор кафедри міжнародної журналістики

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри міжнародної журналістики Факультету журналістики

Протокол від «30» серпня 2024 року № 1

Завідувач кафедри

міжнародної журналістики



Віталій ТЕРЕЩУК

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми 061.00.01
Журналістика

_____ . _____ . 2024 р.

Гарант освітньої програми

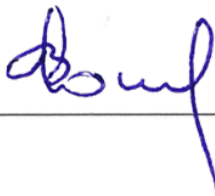


Андрій БОРЕЦЬ

Робочу програму перевірено

_____ . _____ . 2024 р.

Заступник декана



Вікторія СОШИНСЬКА

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	
	<i>денна</i>	<i>заочна</i>
Вид дисципліни	обов'язкова	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	українська
Загальний обсяг кредитів/годин	4 / 120	4 / 120
Курс	1	1
Семестр	2	2
Кількість змістових модулів з розподілом	4	4
Обсяг кредитів	4	4
Обсяг годин, зокрема:		
<i>Аудиторні</i>	56	16
<i>Модульний контроль</i>	8	0
<i>Семестровий контроль</i>	30	0
<i>Самостійна робота</i>	26	104
Форма семестрового контролю	екзамен	екзамен

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «Масова комунікація та інформація» покликана формувати теоретичну базу бакалавра з журналістики, тому метою її вивчення є досягнення студентами сутності інформації, масової інформації, поширення масової інформації як основи діяльності масмедіа, природи масової комунікації як явища, структури масовокомунікаційного процесу, функцій масової комунікації, масової комунікації в контексті культури, оволодіння навичками протистояння масовокомунікаційного впливу, маніпулювання тощо.

Основні **завдання** дисципліни:

- визначити сутність понять «інформація», «масова інформація», масовоінформаційна діяльність»;
- засвоїти принципи, методи і засоби поширення масової інформації;
- розглянути теоретичний фундамент масової комунікації;
- проаналізувати основні теорії масової комунікації;
- дослідити діяльність комунікатора, каналів комунікації;
- ознайомити з основними принципами аналізу медіаконтенту;
- проаналізувати специфіку масовою аудиторії і методам її дослідження;
- розглянути вплив масової комунікації на культуру;
- розкрити сутність ефектів масової комунікації;
- визначити основні функції медіа як інструменту пропаганди та ознайомити з методами протистояння медіапримусу;
- ознайомити студентів з методами і прийомами наукового комунікативного аналізу.

Після опанування дисципліною мають бути сформовані такі **компетентності**:

загальні:

- **ЗК2** Здатність до розумінні предметної області та розуміння професійної діяльності;
- **ЗК10** Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії і закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя;
- **ЗК11** Здатність спілкуватися державною мовою;
- **ЗК12** Здатність спілкуватися іноземною мовою;

спеціальні (фахові):

- **СК1** Здатність застосовувати знання із сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності;
- **СК2** Здатність формувати інформаційний контент.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен *знати*:

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

вміти:

- 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 процесі вивчення дисципліни формуються такі **програмні результати навчання**:

- **РН13** Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук;
- **РН14** Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації;
- **РН18** Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікативних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Денна форма навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторна:					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль 1. Масова інформація та її типологічні характеристики							
Тема 1. Інформація та її властивості	6	2	2				2
Тема 2. Теоретичний фундамент масової комунікації. Структурно-функціональні і критичні концепції	8	2	4				2
Тема 3. Масова комунікація як система. Моделі масової комунікації	6	2	2				2
Тема 4. Масова аудиторія. Соціально-психологічні особливості аудиторії. Концепція публічної сфери	6	2	2				2
Модульний контроль	2						
Разом	28	8	10				8
Змістовий модуль 2. Масовокомунікаційна діяльність							
Тема 5. Дослідження комунікатора. Соціальне конструювання реальності	5	2	2				1
Тема 6. Дослідження каналів комунікації. Зміна комунікації і контексті нових медіа	6	2	2				2
Тема 7. Масова комунікація в контексті медіакультури	10	2	4				4
Модульний контроль	2						
Разом	23	6	8				7
Змістовий модуль 3. Критичний підхід до аналізу масової комунікації							
Тема 8. Медіаконтент як відображення інтересів та позицій різних учасників масовокомунікаційного процесу	7	2	2				3
Тема 9. Конвергенція і трансмедіа як технології трансформації комунікаційного середовища	8	4	2				2
Тема 10. Пропаганда, маніпуляція, інформаційні війни та м'яка сила в медіасфері	8	4	2				2
Модульний контроль	2						
Разом	25	10	6				7
Змістовий модуль 4. Функціональний підхід до масової комунікації							
Тема 11. Проблематика дослідження функцій масової комунікації	7	2	2				3
Тема 12. Теорія ефектів масової комунікації	5	2	2				1
Модульний контроль	2						
Разом	14	4	4				4
Семестровий контроль	30						
УСЬОГО	120	28	28				26

Заочна форма навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторна:					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль 1.							
Масова інформація та її типологічні характеристики							
Тема 1. Інформація та її властивості	12	2	2				8
Тема 2. Теоретичний фундамент масової комунікації. Структурно-функціональні і критичні концепції	6						6
Тема 3. Масова комунікація як система. Моделі масової комунікації	6						6
Тема 4. Масова аудиторія. Соціально-психологічні особливості аудиторії. Концепція публічної сфери	6						6
Разом	30	2	2				26
Змістовий модуль 2.							
Масовокомунікаційна діяльність							
Тема 5. Дослідження комунікатора. Соціальне конструювання реальності	14	2	2				10
Тема 6. Дослідження каналів комунікації. Зміна комунікації і контексті нових медіа	8						8
Тема 7. Масова комунікація в контексті медіакультури	8						8
Разом	30	2	2				26
Змістовий модуль 3.							
Критичний підхід до аналізу масової комунікації							
Тема 8. Медіаконтент як відображення інтересів та позицій різних учасників масовокомунікаційного процесу	8						8
Тема 9. Конвергенція і трансмедіа як технології трансформації комунікаційного середовища	8						8
Тема 10. Пропаганда, маніпуляція, інформаційні війни та м'яка сила в медіасфері	14	2	2				10
Разом	30	2	2				26
Змістовий модуль 4.							
Функціональний підхід до масової комунікації							
Тема 11. Проблематика дослідження функцій масової комунікації	12	2					10
Тема 12. Теорія ефектів масової комунікації	18		2				16
Разом	30	2	2				26
УСЬОГО	120	8	8				104

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1.

Масова інформація та її типологічні характеристики

Лекція 1. Інформація, її властивості (2 год.)

Поняття і значення слова «інформація». Знання та інформація. Класифікація інформації. Атрибутивна і функціональна теорії інформації. Аспекти і параметри інформації. Ентропія інформації. Релевантна інформація. Поняття новизни і якості інформації. Цінність, достовірність і новизна інформації. Шуми і цифрова нерівність. Види і потоки масової інформації у суспільстві. Інформаційний простір держави. Інформаційна безпека держави. Міжнародна інформація.

Семінарське заняття 1. Загальні властивості, вимірювання та оцінювання інформації (2 год.)

Рекомендовані джерела: 1–7, 16, 17.

Лекція 2. Теоретичний фундамент масової комунікації. Структурно-функціональні і критичні концепції (2 год.)

Початок теорії масової комунікації. Чиказька соціологічна школа: Роберт Парк та Чарльз Кулі. Волтер Ліппман про стереотипи. Гарольд Лассвелл (Лассуел) про структуру та функцію комунікації в суспільстві. Теорія дифузії інновацій, Нормативні моделі МК. Теорії середнього рівня, теорія фреймінгу, теорія спіралі мовчання. Теорія соціального навчання. Теорія культивуації. Теорії соціалізації. Теорія використання і задоволення. Теорія «нав'язування порядку денного». Когнітивна (конструктивістська) теорія. Мотиваційні теорії рівноваги і мотиваційні теорії задоволення потреб. Психоаналітичні теорії (теорія когнітивного дисонансу, теорія конгруентності та ін.).

Семінарське заняття 2. Класифікації теорій масової комунікації (4 год.)

Рекомендовані джерела: 2–7, 16, 17.

Лекція 3. Масова комунікація як система. Моделі масової комунікації (2 год.)

Класифікація методів дослідження масової комунікації. Моделі комунікації: модель переконання (Г. Лассуел); модель контактування (Р. Якобсон); модель трансмісії (передачі) сигналу (К. Шеннон і В. Вівер), 1948; топологічна модель (модель комунікації як припливу інформації (К. Левін), 1947; модель двоступеневого притоку інформації та думки (Є. Катц і П. Лазарсфельд), 1955; Чотири усталені моделі масовокомунікаційних процесів: передачі, привернення уваги, ритуальна та рецептивна (Д. Мак-Квейл). Моделі Т. Гобана-Класа, Ю. Лотмана, Р. Якобсона. Когнітивні теорії. «Теорія поля» К. Левіна. Феноменологічний метод Закон Кьолера. Теорії когнітивної відповідності (Л. Фестінгер, Ч. Осгуд).

Семінарське заняття 3. Класифікація методів дослідження масової комунікації Д. Мак-Квейла (2 год.)

Рекомендовані джерела: 1–7, 16, 17.

Лекція 4. Масова аудиторія. Соціально-психологічні особливості аудиторії. Концепція публічної сфери (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. Юрген Хабермас про публічну сферу. Волтер Ліппман і концепція громадської думки.

Семінарське заняття 4. Масовий вплив і масова аудиторія (2 год.)

Рекомендовані джерела: 1–7, 15.

**Змістовий модуль 2.
Масовокомунікаційна діяльність**

Лекція 5. Дослідження комунікатора. Соціальне конструювання реальності (2 год.)

Соціально-професійні та ціннісні орієнтації. Динаміка та модифікація професійних ролей: соціальна та технологічна обумовленість. Медіаорганізації і вироблення контенту. Структура впливу на контент. Зв'язки з аудиторією. Фільтрування контенту. Типологізація подій. Медійна логіка. Поява нових видів журналістської діяльності та професій. Проблема блогерства. Постжурналістика.

Семінарське заняття 5. Медіасистеми в глобальному світі (2 год.)

Рекомендовані джерела: 1–7, 15.

Лекція 6. Дослідження каналів комунікації. Зміна комунікації і контексті нових медіа. 2 год.

Комунікаційні канали в соціальній системі. Концентрація каналів, Демасифікація комунікаційних каналів. Канали комунікації і культурні індустрії. Медіамагнати. Використання сучасних каналів медіа. Зовнішні партнери медій. Структура та інститути медіа. Вивчення особливостей різних каналів, видів, типів медіа. Поняття «медіасередовище». Сутнісні характеристики медіасередовища: віртуальність, інтерактивність, гіпертекстуальність, глобальність, креативність, анонімність, мозаїчність. Склад та структура медіасередовища.

Семінарське заняття 6. Масовокомунікаційні канали як основний спосіб комунікації (2 год.)

Рекомендовані джерела: 2–10.

Лекція 7. Масова комунікація в контексті медіакультури (2 год.)

Масова комунікація як виробництво культурних смислів. Масова комунікація та цінності. Трансформація уявлень про культуру: від елітарної та масової до споживчої та партикулярної. Дж.Фіске, У.Еко про функціонування масової культури та роль масової комунікації в цьому процесі. Британська школа культурних досліджень масової комунікації (Р. Хоггарт, С. Холл). Теорія культивування Дж. Гербнера. Канадська школа (Г. Інніс, М. Маклюен) про роль комунікації у зміні культурних епох. Соціокультурна динаміка А. Моля. Р. Вільямс про технологічний детермінізм: нові технології як умови для соціальних змін та прогресу.

Рекомендовані джерела: 2–10.

Семінарське заняття 7. Культурний імперіалізм і вплив комунікаційних технологій на культуру (4 год.)

Рекомендовані джерела: 1–8, 12, 15.

Змістовий модуль 3.

Критичний підхід до аналізу масової комунікації

Лекція 8. Медіаконтент як відображення інтересів та позицій різних учасників масовокомунікаційного процесу (2 год.)

Медіаконтент та медіатекст як об'єкти вивчення. Культурологічний, соціологічний, політологічний, лінгвістичний, мистецтвознавчий професійно-творчий аналіз та його методи. Літературознавчі методи. Психолінгвістичні методи: «аналіз» міфів, міфологем, стереотипів, фреймів, образів, емоційних характеристик медіатексту. Контент-аналіз як формалізований, стандартизований соціологічний метод. Методи дослідження дискурсу. Наративний аналіз медіа. Структурна лінгвістика Ф. де Соссюра про мову як систему. Сюжетний структурний аналіз: В. Пропп. Денотація та конотація у семіотиці Р. Барта. Кодування, декодування, переважне прочитання (С. Холл). Інтертекстуальність; відкритість та закритість тексту. Проблема тексту, контексту, дискурсу у постструктуралізмі. Гіпертекст. У. Еко про “відсутню структуру” як характеристику сучасного дискурсу.

Сучасна “міфологія” та правила організації міфу у структуралізмі Р. Барта та К. Леві-Стросса: поняття глибинних схем та бінарних опозицій мислення.

Сучасне суспільство як суспільство "символічного обміну" у філософії Ж. Бодрійара: поняття симулякра.

Семінарське заняття 8. Специфіка медіатексту як медіапродукту (4 год.)

Рекомендовані джерела: 1–8.

Лекція 9. Конвергенція і трансмедіа як технології трансформації комунікаційного середовища (2 год.)

Зміна типу комунікації в новому інформаційному середовищі. Трансмедіа. Інформаційне і Постінформаційне суспільство. Загальні особливості культури інтернету. Кочівники і номади. Поняття конвергенції і трансмедіа.

Культурологія кіберпростору та соціальна взаємодія в інтернеті. Роль Інтернет-співтовариств у сучасному культурному середовищі. Переваги та недоліки комунікації в інтернеті. Бульбашки фільтрів. Доксинг і постправда. Участь аудиторії у виробництві медіаконтенту. Сучасні медіа та подальший розвиток мови комунікацій: діпфейк, Штучний інтелект, постфольклор («смайлики»), смс, твіттер та ін.

Семінарське заняття 9. Технології трансформації комунікаційного середовища (4 год.)

Рекомендовані джерела: 1–7, 8, 12, 15.

Лекція 10. Пропаганда, маніпуляція, інформаційні війни та м'яка сила в медіасфері (2 год.)

Модель пропагандистської комунікації. Закони і методи пропаганди. Збільшення соціально-громадянських практик в мережі Інтернет. Проблеми керування комунікативними процесами. Дезінформаційні технології. М'яка соціалізація. Когнітивний контроль. Фабрики тролей. Інформаційні, смислові і культурні війни. Формування засобів протистояння в інформаційній війні в Україні.

Семінарське заняття 10. Смислові та онтологічні війни (2 год.)

Рекомендовані джерела: 1–7, 8, 12, 15.

Змістовий модуль 4.

Функціональний підхід до масової комунікації

Лекція 11. Проблематика дослідження функцій масової комунікації. 2 год.)

Три основні функції масової комунікації за Г. Лассуеллом: інформаційна функція, кореляція з соціальними структурами суспільства, передача культурної спадщини. Функції масової інформації. Формування систем цінностей членів суспільства, зокрема в ділянках культури, політики й науки; вплив на членів суспільства в усіх сферах їх суспільного життя; формування суспільної свідомості членів суспільства. Розваги, трансмісія, мобілізація. Вплив на ідентичність.

Семінар 11. Ідеологічна роль медіа і масової комунікації (2 год.)

Рекомендовані джерела: 1–7, 16, 17.

Лекція 12. Теорія ефектів масової комунікації (2 год.)

Ефекти та ефективність. Типи ефектів: соціальні, психологічні, організаційні. Прогнозовані та несподівані ефекти. Критерії класифікації ефектів — час та спрямованість. Історія досліджень ефектів. Комплекс методів: аудиторні опитування: соціологічні, психологічні та психолінгвістичні. Фокус-групова методика. Експериментальні способи. Текстологічні методи.

Семінар 12. Періодизація та типологія досліджень ефектів впливу масмедіа (2 год.)

Рекомендовані джерела: 1–7, 16, 17.

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Денна форма навчання

№ теми	Завдання	К-ть годин	Бали
Модуль 1			
1	Підготовка до семінарського заняття	1	–
	Дайте пояснення таким термінам: <i>Інформація. Псевдоінформація. Фейк. Постправа. Факт. Комуникант. Комуникат. Комуникативне повідомлення. Засоби масової інформації. Засоби масової комунікації. Масмедіа. Герменевтика. Гомілетика. Риторика. Філософія. Логіка. Теорія аргументації. Теорія комунікації. Теорія масової комунікації. Релевантна інформація. Ентропія.</i>	1	5
2	Підготовка до семінарського заняття	2	–
3	Підготовка до семінарського заняття	1	–
	Дайте пояснення таким термінам: <i>Маса. Масова свідомість. Публіка. Натовп. Навіювання. Гетерогенний. Гомогенний. Семіотика. Психоаналіз. Ділова комунікація. Теорія інформації. Лінгвістика. Семантика. Знак. Символ. Соціолінгвістика. Психолінгвістика. Паралінгвістика. Психологія. Соціологія. Міф. Феноменологія.</i>	1	5
4	Підготовка до семінарського заняття	1	–
	Опишіть семіотичні моделі комунікації: <i>Романа Якобсона, Юрія Лотмана, Умберто Еко.</i> Наведіть приклади, як їх можна використовувати в аналізі явищ масової комунікації.	1	5
Модуль 2			
5	Підготовка до семінарського заняття	1	–
6	Підготовка до семінарського заняття	1	–
	Дайте пояснення таким термінам: <i>Пропаганда. Маніпуляція. Піар. Спічрайтер. Порядок денний. Лідери думок. Публічна сфера. Громадська думка. Спатіалізація (за М. Фуко).</i>	1	5
7	Підготовка до семінарських занять	2	–
	1. Дайте пояснення таким термінам: <i>Глобалізація. Макдональдизація. Масифікація. Комунікаційний хардвер. Медіа-дипломатія. Віртуальна дипломатія. Комп'ютерні мультимедіа, Медіа-магнати. Мультимедіа-імперії. Інформаційна Супермагістраль. Конгломерація. Концентрація медіа.</i> 2. Опрацюйте питання: – Глобалізація: процес та його осмислення. – Вплив науково-технологічних трансформацій на розвиток систем масової комунікації. – Структурні трансформації медіа-індустрії. – Поняття «глобальна медіа-імперія» та «медіа-магнат» (на прикладі Руперта Мердока). – Утворення мультимедіа-імперій (США, Західна Європа, Північно-Східна Азія).	2	5
Модуль 3			
8	Підготовка до семінарських занять	1	–
	1. Дайте пояснення таким термінам:	2	5

	<i>Масмедіа. Нові медіа. Старі медіа. Медіаекономіка. Медіакультура. Медіа регулювання. Медіазнавство. Медіаосвіта. Нелінійні медіа. Гіпермедіа. Транскультура.</i> 2. Опрацювати Закони України «Про інформацію», «Про медіа», «Про суспільні медіа України».		
	Підготовка до семінарських занять	1	—
9	Дайте пояснення таким термінам: <i>Наратив. Конвергенція. Трансмедіа. Фокалізація. Дискурс. Постмодернізм. Пастіш. Інтертекстуальність. Метамоdern. Дистопія. Медіавірус. Інформаційний шок. Постжурналістика. Синергетика.</i>	1	5
	Підготовка до семінарських занять	1	—
10	Дайте пояснення таким термінам: <i>Медіадискурс. Теорія медіа. Когнітивний дисонанс. Онтологічні війни. Когнітивні війни. Культурна війна. Постінформаційне суспільство. Посткапіталізм.</i>	1	5
Модуль 4			
	Підготовка до семінарського заняття	1	—
11	Дослідіть теорії, які обговорюють концепцію масового суспільства, наприклад теорії Гюстава Ле Бона, Ортеги-і-Гассета чи Герберта Маркузе. Як ці теорії концептуалізують стосунки між індивідами та суспільством у масових умовах? Назвіть і проілюструйте закони і методи пропаганди. В чому полягають проблеми керування комунікативними процесами? Знайдіть приклади реклами машин (ТБ, YouTube чи друковану), проаналізуйте, чи репрезентують вони певні цінності домінування?	2	
12	Підготовка до семінарського заняття	1	—

Заочна форма навчання

№ теми	Завдання	К-ть годин	Бали
Модуль 1			
	Підготовка до семінарського заняття	2	—
1	Дайте пояснення таким термінам: <i>Інформація. Псевдоінформація. Фейк. Постправда. Факт. Комунікант. Комунікат. Комунікативне повідомлення. Засоби масової інформації. Засоби масової комунікації. Масмедіа. Герменевтика. Гомілетика. Риторика. Філософія. Логіка. Теорія аргументації. Теорія комунікації. Теорія масової комунікації. Релевантна інформація. Ентропія.</i>	6	5
2	Опрацювати Частина 2 «Теорії» праці Д.Мак-Квейла «Теорія масової комунікації». Пройти тестування за темою.	6	5
3	Дайте пояснення таким термінам: <i>Маса. Масова свідомість. Публіка. Натовп. Навіювання. Гетерогенний. Гомогенний. Семіотика. Психоаналіз. Ділова комунікація. Теорія інформації. Лінгвістика. Семантика. Знак. Символ. Соціолінгвістика. Психолінгвістика. Паралінгвістика. Психологія. Соціологія. Міф. Феноменологія.</i>	6	5
4	Опишіть семіотичні моделі комунікації: <i>Романа Якобсона, Юрія Лотмана, Умберто Еко.</i>	6	5

	Наведіть приклади, як їх можна використовувати в аналізі явищ масової комунікації.		
Модуль 2			
5	Підготовка до семінарського заняття	2	–
	Опрацювати Частину 3 «Структури» праці Д.Мак-Квейла «Теорія масової комунікації».	8	5
	Пройти тестування за темою.		
6	Дайте пояснення таким термінам: <i>Пропаганда. Маніпуляція. Піар. Спічрайтер. Порядок денний. Лідери думок. Публічна сфера. Громадська думка. Співізація (за М. Фуко).</i>	8	5
7	1. Дайте пояснення таким термінам: <i>Глобалізація. Макдональдизація. Масифікація. Комунікаційний хардвер. Медіа-дипломатія. Віртуальна дипломатія. Комп'ютерні мультимедіа, Медіа-магнати. Мультимедіа-імперії. Інформаційна Супермагістраль. Конгломерація. Концентрація медіа.</i> 2. Опрацюйте питання: – Глобалізація: процес та його осмислення. – Вплив науково-технологічних трансформацій на розвиток систем масової комунікації. – Структурні трансформації медіа-індустрії. – Поняття «глобальна медіа-імперія» та «медіа-магнат» (на прикладі Руперта Мердока). – Утворення мультимедіа-імперій (США, Західна Європа, Північно-Східна Азія).	8	5
Модуль 3			
8	1. Дайте пояснення таким термінам: <i>Засоби масової інформації. Нові медіа. Старі медіа. Медіа-економіка. Медіакультура. Медіа регулювання. Медіазнавство. Медіаосвіта. Нелінійні медіа. Гіпермедіа. Транскультура.</i> 2. Опрацювати Закони України «Про інформацію», «Про медіа», «Про суспільні медіа України».	8	5
9	Дайте пояснення таким термінам: <i>Наратив. Конвергенція. Трансмедіа. Фокалізація. Дискурс. Постмодернізм. Пастіш. Інтертекстуальність. Метамоделі. Дистопія. Медіавірус. Інформаційний шок. Постжурналістика. Синергетика.</i> Опишіть критичні точки зору, які кидають виклик або піддають сумніву поняття масового суспільства? Як критичні теоретики бачать вплив масового суспільства на індивідуальну автономію та свободу дій?	8	5
10	Підготовка до семінарського заняття	2	–
	Дайте пояснення таким термінам: <i>Медіадискурс. Теорія медіа. Когнітивний дисонанс. Онтологічні війни. Когнітивні війни. Культурна війна. Постінформаційне суспільство. Посткапіталізм.</i>	8	5
Модуль 4			
11	Дослідіть теорії, які обговорюють концепцію масового суспільства, наприклад теорії Гюстава Ле Бона, Ортеги-і-Гассета чи Герберта Маркузе. Як ці теорії концептуалізують стосунки між індивідами та суспільством у масових умовах? Назвіть і проілюструйте закони і методи пропаганди. В чому полягають проблеми керування комунікативними процесами?	10	5

	Знайдіть приклади реклами машин (ТБ, YouTube чи друковану), проаналізуйте, чи репрезентують вони певні цінності домінування? <i>Завдання.</i> <i>Наведіть приклади: Дезінформаційні технології. М'яка соціалізація. Когнітивний контроль. Робота тролів. Інформаційні, смислові і культурні війни.</i>		
12	Підготовка до семінарського заняття Опрацювати Частина 7 «Ефекти» праці Д.Мак-Квейла «Теорія масової комунікації». Пройти тестування за темою.	2 14	 5

Критерії оцінювання самостійної роботи

Максимальне розкриття питання та виконання практичних завдань гарантує студенту отримання високої оцінки, що пізніше буде врахована у загальний рейтинг під час складання навчальної дисципліни на сесії.

Критерії оцінювання самостійних робіт:

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

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється за допомогою засобів комп'ютерного тестування. Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу змістового модуля.

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

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Форма проведення семестрового контролю — *екзамен*.

Екзамен проводиться у письмовій формі (виконання тестових завдань).

Критерії оцінювання: 1 правильно виконане завдання — 1 бал. Максимальна кількість балів — 40.

6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю

1. Поняття і значення слова «інформація». Знання та інформація. Класифікація інформації.
2. Поняття новизни і якості інформації. Цінність, достовірність і новизна інформації.
3. Види і потоки масової інформації у суспільстві.
4. Інформаційний простір держави. Інформаційна безпека держави.

5. Що відносять до основних понять міжнародної інформації?
6. Що стало передумовою створення теорії масового суспільства?
7. Коли і чому відбувся розквіт теорії пропаганди? Біла, сіра і чорна пропаганда. Закони і методи пропаганди.
8. З чого почала складатися парадигма обмежених ефектів?
9. Який головний висновок теорії зміни установок?
10. Початок теорії масової комунікації. Чиказька соціологічна школа: Роберт Парк та Чарльз Кулі.
11. Нормативні теорії масової комунікації.
12. Теорії середнього рівня, теорія фреймінгу, теорія спіралі мовчання.
13. Класифікація методів дослідження масової комунікації. Моделі комунікації: модель переконання (Г.Лассуел).
14. Модель двоступеневого потоку інформації та думки (Є.Катц і П.Лазарсфельд).
15. Концепція трьох хвиль і процес демасифікації в працях Елвіна Тоффлера.
16. Волтер Ліппман — соціолог масової комунікації.
17. Торонтська школа медіакомунікацій. Ідеї Г. Інніса та М. Маклюєна.
18. Специфіка нормативних теорій медіа: сучасні тенденції.
19. Культурологічний аналіз масової комунікації. Сутність теорії фреймів Ірвінга Гофмана, вплив на медійні дослідження.
20. Культурологічний аналіз масової комунікації. Феноменологічні дослідження. Соціальне конструювання реальності.
21. Характеристика нових медій та їх комунікативний потенціал.
22. Ідеологія — політичні цінності. Концепція ідеології у працях основоположників марксизму.
23. Теорія мережевого суспільства Мануеля Кастельса.
24. Дати визначення поняттю «інформація». Прокоментувати поняття «інформація» в різних науках.
25. Проаналізувати атрибутивну і функціональну теорії інформації.
26. Пояснити, у чому полягає цінність інформації як її корисність, актуальність, вигідність тощо.
27. Інформаційна ентропія, шуми і релевантність інформації.
28. Дати визначення поняттю «комунікація» і «масова комунікація».
29. Дати пояснення поняттям: адресант, адресат комунікації, повідомлення, код, контекст, контакт (Р. Якобсон).
30. Охарактеризувати маси як натовп, публіку, масу як гетерогенну систему, аудиторію масмедіа.
31. Який зв'язок між масовою комунікацією і масовим суспільством?
32. Що таке конвергенція масмедійної сфери й політики?
33. Як розумів публічну сферу Юрген Хабермас?

34. Як розумів громадську думку Волтер Ліппман? Ліппман про стереотипи у масовій комунікації.
35. В чому полягає сутність, функції та діяльність комунікатора.
36. Як ви розумієте функцію соціального контролю?
37. Назвіть головні функції масової комунікації.
38. Коли і як сформувалася теорія масової комунікації?
39. П. Лазарсфельд про функції та дисфункції масової комунікації.
40. Луї Альтюссер про ідеологічний державний апарат.
41. Медіа та домінування в концепції гегемонії Антоніо Грамші.
42. Франкфуртська школа соціальної критики: основні положення та персоналії.
43. Культурна промисловість і вироблення культурних продуктів – чинник фундаментальних змін у суспільстві.
44. Діалектика Просвітництва (Макс Горкгаймер і Теодор Адорно про духовне виробництво XX століття).
45. Типи соціальної дії за М. Вебером.
46. Феноменологічні дослідження в галузі масової комунікації і методи конструювання дійсності.
47. Система знаків за Чарльзом Пірсом.
48. Особливості інтертекстуального тексту у масовій комунікації.
49. В чому полягає наративний аналіз тексту масової комунікації.
50. В чому полягає дискурс-аналіз тексту масової комунікації?
51. Що вивчав Бірмінгемський центр культурних досліджень?
52. Які ви знаєте теорії інформаційного суспільства?
53. Проаналізуйте різні ефекти масової комунікації.
54. Інформаційні і культурні війни в масовій комунікації.
55. Семіотична модель телевізійного повідомлення Умберто Еко.
56. Критерії класифікації ефектів медіа. Основні медіаефекти.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	90–100
Дуже добре	82–89
Добре	75–81
Задовільно	69–74
Достатньо	60–68
Незадовільно	0–59

7. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТКА ДИСЦИПЛІНИ

Денна форма навчання

Разом 120 год., лекції — 24 год., семінарські заняття — 32 год., модульний контроль — 8 год., самостійна робота — 26 год., семестровий контроль — 30 год.

Модулі (назви, бали)	Змістовий модуль 1. Масова інформація та її типологічні характеристики (99 балів)			
Теми	1	2	3	4
Лекції (теми, бали)	Інформація, її властивості (1 бал)	Теоретичний фундамент масової комунікації. Структурно-функціональні і критичні концепції (1 бал)	Масова комунікація як система. Моделі масової комунікації (1 бал)	Масова аудиторія. Соціально-психологічні особливості аудиторії. Концепція публічної сфери (1 бал)
Семінарські заняття (теми, бали)	Загальні властивості, вимірювання та оцінювання інформації (11 балів)	Класифікації теорій масової комунікації (22 бали)	Класифікація методів дослідження масової комунікації Д. Мак-Квейла (11 балів)	Масовий вплив і масова аудиторія (11 балів)
Самостійна робота	(5 балів)		(5 балів)	(5 балів)
Поточний контроль (вид, бали)	МКР 1 (25 балів)			

Модулі (назви, бали)	Змістовий модуль 2. Масовокомунікаційна діяльність (82 бали)		
Теми	5	6	7
Лекції (теми, бали)	Дослідження комунікатора. Соціальне конструювання реальності (1 бал)	Дослідження каналів комунікації. Зміна комунікації і контексті нових медіа (1 бал)	Масова комунікація в контексті медіакультури (1 бал)
Семінарські заняття (теми, бали)	Медіасистеми в глобальному світі (11 балів)	Масовокомунікаційні канали як основний спосіб комунікації (11 балів)	Культурний імперіалізм і вплив комунікаційних технологій на культуру (22 бали)
Самостійна робота		(5 балів)	(5 балів)
Поточний контроль (вид, бали)	МКР 2 (25 балів)		

Модулі (назви, бали)	Змістовий модуль 3. Критичний підхід до аналізу масової комунікації (98 балів)		
Теми	8	9	10
Лекції (теми, бали)	Медіаконтент як відображення інтересів та позицій різних учасників масовокомунікаційного процесу (1 бал)	Конвергенція і трансмедіа як технології трансформації комунікаційного середовища (1 бал)	Пропаганда, маніпуляція, інформаційні війни та м'яка сила в медіасфері (1 бал)
Семінарські заняття (теми, бали)	Специфіка медіатексту як медіапродукту (22 бали)	Технології трансформації комунікаційного середовища (22 бали)	Смислові та онтологічні війни (11 балів)
Самостійна робота	(5 балів)	(5 балів)	(5 балів)
Поточний контроль (вид, бали)	МКР 3 (25 балів)		

Модулі (назви, бали)	Змістовий модуль 4. Функціональний підхід до масової комунікації (54 бали)	
Теми	11	12
Лекції (теми, бали)	Проблематика дослідження функцій масової комунікації (1 бал)	Теорія ефектів масової комунікації (1 бал)
Семінарські заняття (теми, бали)	Ідеологічна роль медіа і масової комунікації (11 балів)	Періодизація та типологія досліджень ефектів впливу масмедіа (11 балів)
Самостійна робота	(5 балів)	
Поточний контроль (вид, бали)	МКР 4 (25 балів)	

Заочна форма навчання

Разом 120 год., лекції — 8 год., семінарські заняття — 8 год., самостійна робота — 104 год.

Модулі (назви, бали)	Змістовий модуль 1. Масова інформація та її типологічні характеристики (32 бали)			
Теми	1	2	3	4
Лекції (теми, бали)	Інформація, її властивості (1 бал)			

Семінарські заняття (теми, бали)	Масова комунікація як система. Моделі масової комунікації (11 балів)			
Самостійна робота	(5 балів)	(5 балів)	(5 балів)	(5 балів)

Модулі (назви, бали)	Змістовий модуль 2. Масовокомунікаційна діяльність (27 балів)		
Теми	5	6	7
Лекції (теми, бали)	Дослідження комунікатора. Соціальне конструювання реальності (1 бал)		
Семінарські заняття (теми, бали)	Дослідження комунікатора (11 балів)		
Самостійна робота	(5 балів)	(5 балів)	(5 балів)

Модулі (назви, бали)	Змістовий модуль 3. Критичний підхід до аналізу масової комунікації (27 балів)		
Теми	8	9	10
Лекції (теми, бали)			Пропаганда, маніпуляція, інформаційні війни та м'яка сила в медіасфері (1 бал)
Семінарські заняття (теми, бали)			Смислові та онтологічні війни (11 балів)
Самостійна робота	(5 балів)	(5 балів)	(5 балів)

Модулі (назви, бали)	Змістовий модуль 4. Функціональний підхід до масової комунікації (22 бали)	
Теми	11	12
Лекції (теми, бали)	Проблематика дослідження функцій масової комунікації (1 бал)	
Семінарські заняття (теми, бали)		Періодизація та типологія досліджень ефектів впливу масмедіа (11 балів)
Самостійна робота	(5 балів)	(5 балів)

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основні:

1. Зражевська Н. І. Теорія медіа та суспільства. Київ: ун-т ім. Б. Грінченка, 2022. 198 с.
2. Квіт С. Масові комунікації. Друге видання, виправлене і доповнене. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с. URL: <https://kvit.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2019/02/Mass-Communications-2018.pdf>
3. Лебон Г. Психологія мас. Київ: Видавничий союз "Андронум", 2021. 138 с.
4. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. 4-те видання. Львів: Літопис, 2010. 538 с.
5. Основи масово-інформаційної діяльності: підручник / А.З. Москаленко, Л.В. Губерський, В.Ф. Іванов. Київ, 1999. 634 с.
6. DeFleur M. L., DeFleur M. H. Mass Communication Theories: Explaining Origins, Processes, and Effects. Second Edition. New York: Routledge, 2022. 356 p.

Додаткові:

7. Аналітика, експертиза, прогнозування: монографія / Макаренко Є.А., Рижков М.М., Ожеван М.А. та ін. К.: Наша культура і наука, 2003. 614 с.
8. Зражевська Н. І. Масова комунікація і культура: Лекції. Черкаси, 2006. 195 с.
9. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики. Київ: АУП; ЦВП, 2010. 258 с.
10. Карпчук Н. П. Міжнародна інформація та суспільні комунікації : навч. посіб. для студ. закл. вищ. освіти. Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки. Луцьк, 2018. 514 с.
11. Комунікативні тренди міжнародних відносин: монографія / Є. А. Макаренко та ін.; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ: Центр вільної преси, 2016. 613 с.
12. Лалл Дж. Мас-медіа, комунікація, культура: глобальний підхід. Київ: "К.І.С.", 2000. 264 с.
13. Партико З. В. Образна концепція теорії інформації : монографія. Львів: Львівськ. нац. ун-т ім. І. Франка, 2001. 132 с.
14. Партико З. Теорія масової інформації: Конспект курсу лекцій. Київ, 2004. 200 с.
15. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології ХХІ століття. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с.
16. Різун В. В. Маси: тексти лекцій. Київ: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2003. 188 с.
17. Різун В. Теорія масової комунікації : підручник. Київ: ВЦ «Просвіта», 2008. 260 с.

18. Терещук В. І. Масові комунікації: навч. посіб. для студентів ВНЗ. Київ: Ун-т економіки та права "КРОК", 2017. 200 с.
19. Шульц В. Процес комунікації. *Публіцистика. Масова комунікація*. К.: АУП, ЦВП, 2007. С. 619–646.

9. ДОДАТКОВІ РЕСУРСИ

1. Communication in the Real World. URL: <https://open.lib.umn.edu/communication/>
2. Mass Communication, Media, and Culture - An Introduction to Mass Communication. URL: <https://open.umn.edu/opentextbooks/textbooks/143>
3. The Essential Guide to Mass Communication: History, Methods, Ethics, and the Future. URL: <https://www.mastersincommunications.org/guide-mass-communication/>