

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет  
імені академіка Степана Дем'янчука»  
Факультет журналістики  
Кафедра соціальних комунікацій

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**ОК 14. ФУНДАМЕНТАЛЬНА ПІДГОТОВКА (МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ**  
**ТА ІНФОРМАЦІЯ, КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ)**

**Освітньої програми:**  
**Рівня вищої освіти:**  
**за спеціальністю:**  
**галузі знань:**

Журналістика  
першого (бакалаврського)  
061 Журналістика  
06 Журналістика

Робоча програма **Фундаментальна підготовка (Масова комунікація та інформація, комунікаційні технології)** для студентів першого (бакалаврського) рівня освіти  
галузі знань 06 Журналістика,  
спеціальності: 061 Журналістика

Розробники: Різун В.В. доктор філологічних наук, професор, професор кафедри соціальних комунікацій, Золяк В.В. кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри соціальних комунікацій.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри соціальних комунікацій

Протокол № 1 від 27 серпня 2021 року

Завідувач кафедри  доц. Золяк В. В.  
(підпис)

Схвалено навчально-методичною комісією факультету журналістики

Протокол № 1 від 30 серпня 2021 року

Голова  доц. Мирошок В.М.  
(підпис)

Гарант освітньої програми «Журналістика» зі спеціальності 061 «Журналістика» у галузі знань 06 «Журналістика» рівня вищої освіти першого (бакалаврського)

доц. Золяк В. В.   
(підпис)

© Різун В.В. 2021

© Золяк В.В. 2021

© ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені акад. С. Дем'ячука» 2021

## 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Рівень вищої освіти, галузь знань, спеціальність	Характеристика навчальної дисципліни		
		денна форма навчання	заочна форма навчання	
Кількість кредитів – <b>6/6</b>	Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський) Галузі знань: 06 Журналістика Спеціальність: 061 Журналістика ОП Журналістика	Обов'язковий освітній компонент		
Змістових модулів – <b>4</b>		<b>Рік підготовки:</b>		
Загальна кількість годин <b>180/180</b>		2-й		2-й
		<b>Семестр</b>		
		3/4-й		3/4-й
		<b>Лекції</b>		
		22/24 год.		6/4 год.
		<b>Практичні, семінарські</b>		
		22/22 год.		4/6 год.
		<b>Лабораторні</b>		
		–		–
		<b>Самостійна робота</b>		
45/45 год.		80/80 год.		
		Вид контролю: залік, іспит		

## 2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Робоча програма навчальної дисципліни «Фундаментальна підготовка (Масова комунікація та інформація, комунікаційні технології)» складена відповідно до освітньо-професійної програми «Журналістика» підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 061 Журналістика галузі знань 06 «Журналістика».

**Мета дисципліни – формування системи знань про масову комунікацію та інформацію, комунікаційні засоби та технології, їх місце у системі соціальних комунікацій і комплекс умінь для медіапродукту та комунікативного простору.**

**Завдання курсу** полягає в тому, щоб дати системні знання про масову комунікацію та масову інформацію як соціальний феномен, про регулювання масовоінформаційної діяльності за допомогою комунікаційних технологій, про національний інформаційний простір, про характеристики та сегментацію аудиторії, на яку спрямована робота журналіста.

Під час лекційних та практичних занять, індивідуальної навчально-дослідницької та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Фундаментальна підготовка (Масова комунікація та інформація, комунікаційні технології)» студенти **набувають таких програмних компетентностей: ЗК (загальні компетентності), Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)**

**ЗК05.** Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

**ЗК07.** Здатність працювати в команді.

**СК07.** Здатність застосовувати знання про суспільні проблеми, конфлікти, гібридні війни у своїй професійній діяльності.

Опанування дисципліною Фундаментальна підготовка (Масова комунікація та інформація, комунікаційні технології)» забезпечить наступні програмні результати:

**ПР05.** Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.

**ПР13.** Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.

**ПР19.** Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи наук про суспільні проблеми, конфлікти, гібридні війни.

## 3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1 Поняття про масову комунікацію (3 семестр)

**Тема 1.** Масова комунікація як явище. Розвиток масової комунікації основні періоди Дописемний етап доіндустріального періоду. Природа масової комунікації. Характер масової комунікації. Система масової комунікації. Структура масової комунікації. Форми і формати масової комунікації. Форми масової комунікації. Формати масової комунікації. Використання масової комунікації в інших форматах. Види масової комунікації.

*Література: основна ( 3,7,8, 14, 16, ), додаткова (15, 16 )*

**Тема 2.** Фактори масової комунікації. Людські (особистісні) фактори масової комунікації. Інструментально-технологічні фактори масової комунікації. Ситуаційні фактори масової комунікації

*Література: основна ( 3,7,8, 14, 15, ), додаткова (15, 16 )*

**Тема 3.** Визначення і модель масової комунікації. Визначення масової комунікації. Модель масової комунікації.

*Література: основна ( 3,7,8, 14, 15, ), додаткова (15, 16 )*

**Тема 4.** Маси. Поняття про маси. Визначення мас. Види мас. Стихійні і штучні маси.

Ознаки маси. Фази існування маси. Масифікація . Натовп і публіка. Масова аудиторія. Настрої, думки, свідомість і поведінка мас. Масові настрої. Суспільна думка. Масова свідомість. Масова поведінка.

*Література: основна ( 3,7,8, 13, 14, 15, 16), додаткова (15, 16 )*

**Тема 5.** Професіонали масового спілкування. Професійні комуніканти в системі масового спілкування. Поняття про професійного комуніканта. Професійний і соціальний аспекти діяльності професійних комунікантів. Типи комунікантів у масовій комунікації.

*Література: основна ( 3,7,8, 14, 15, ), додаткова (15, 16 )*

## **ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2. Поняття про масовокомунікаційний вплив**

**Тема 6.** Масовий вплив як комунікаційний процес. Основи масовокомунікаційного впливу. Визначення масовокомунікаційного впливу. Концептуальні засади масовокомунікаційного впливу. Професійні засади масовокомунікаційного впливу. Види масовокомунікаційного впливу.

*Література: основна ( 3,7,8, 14, 15, ), додаткова (15, 16 )*

**Тема 7.** Ефекти в масовій комунікації. Ефективність. Поняття про ефективність. Ефективність та дієвість. Ефекти. Поняття про ефект. Види ефектів у масовій комунікації. Міф як результат масової комунікації.

*Література: основна ( 3,7,8, 14, 15, ), додаткова (15, 16 )*

**Тема 8.** Зіставний аналіз теорій масової комунікації. Основні теорії масової комунікації. Макквейлова теорія масової комунікації. Моделі масової комунікації. Модель комунікації як трансмісії. Модель експресивна, або ритуальна. Модель рзголосу: комунікація як демонстрація й привернення уваги. Модель рецепції (сприймання): кодування й декодування висловлювання.

*Література: основна ( 3,7,8, 14, 16, ), додаткова (15, 16 )*

## **ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 3 Організація комунікаційного простору (4 семестр)**

**Тема 9. Особливості організації комунікаційного простору.**

Поняття технології. Соціальні технології. Візуальна організація комунікативного простору. Подієва організація. Міфологічна організація.

*Література: основна (4, 14, 16), додаткова (1,5,13,14)*

**Тема 10. Моделі комунікації.** Соціологічні й психологічні моделі комунікацій. Семіотичні моделі комунікації. Модель міфологічної комунікації. Модель аргументуючої комунікації. Модель іміджевої комунікації. Модель пропагандистської комунікації.

*Література: основна (4, 14, 16), додаткова (1,5,13,14)*

## **ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 4. Особливості використання комунікаційних технологій.**

**Тема 11. Технології пропаганди.** Пропагандистські комунікації: поняття, структура, функції. Моделі сучасної пропаганди. Технології і методи пропаганди.

*Література: основна (4, 14, 16), додаткова (1,5,13,14)*

**Тема 12. Іміджеві комунікації.** Поняття іміджу. Типи іміджу. Технології побудови іміджу. Функції й інструментарій іміджу.

*Література: основна (4, 14, 16), додаткова (1,5,13,14)*

**Тема 13. Комунікаційні технології у політиці.** Популізм і лобювання як політичні технології. Обмеження та протидія політичним маніпуляціям. Довіра до джерела як проблема політичної комунікації. Психологічна війна в політиці та основні прийоми її ведення. Регуляція масової політичної поведінки.

*Література: основна (4, 14, 16), додаткова (1,5,13,14)*

**Тема 14. Технології конструювання реальності. (МЕДІАЦІЯ) Повсякденність як об'єкт комунікативних технологій. Проблема конструювання повсякденності. Технології повсякдення. Конструювання новин.**

*Література: основна (4, 14, 16), додаткова (1,5,13,14)*

#### 4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	всього	у тому числі					всього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
	3	4	5	6	7		3	4	5	6	7	
<b>ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1 Поняття про масову комунікацію (3 семестр)</b>												
<b>Тема 1.</b> Масова комунікація як явище. Розвиток масової комунікації основні періоди	12	4	2			6	12	2			10	
<b>Тема 2.</b> Фактори масової комунікації.	12	4	2			6	12			2	10	
<b>Тема 3..</b> Визначення і модель масової комунікації.	10	2	2			6	12	2			10	
<b>Тема 4.</b> Маси. Поняття про маси.	10	2	2			6	12			2	10	
<b>Розділ 5.</b> Професіонали масового спілкування.	12	2	4			6	12	2			10	
<b>Разом за змістовим модулем 1.</b>	56	14	12			30	60	6		4	50	
<b>ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2. Поняття про масовокомунікаційний вплив</b>												
<b>Тема 6.</b> Масовий вплив як комунікаційний процес.	12	4	2			6	10				10	
<b>Тема 7.</b> Ефекти в масовій комунікації.	12	2	4			6	10				10	
<b>Тема 8.</b> Зіставний аналіз теорій масової комунікації.	10	2	4			4	10				10	
<b>Разом за змістовим модулем 2.</b>	44	8	6			16	30					
<b>Всього</b>	<b>90</b>	<b>22</b>	<b>22</b>			<b>46</b>	<b>90</b>	<b>6</b>	<b>4</b>		<b>80</b>	
<b>ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 3 Організація комунікаційного простору (4 семестр)</b>												
<b>Тема 9.</b> Особливості організації комунікаційного простору.	12	4	2			6	14	2			12	
<b>Тема 10.</b> Моделі комунікації.	14	4	4			6	14	2			12	
<b>Разом за змістовим модулем 3.</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>6</b>			<b>12</b>	<b>28</b>	<b>4</b>			<b>14</b>	
<b>ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 4. Особливості використання комунікаційних технологій.</b>												

Тема 11. Технології пропаганди.	14	4	4			6	14		2			12
Тема 12. Іміджеві комунікації.	14	4	4			6	16		2			14
Тема 13. Комунікаційні технології у політиці.	18	4	4			10	16		2			14
Тема 14. Технології конструювання реальності. (МЕДІАЦІЯ)	18	4	4			10	16					16
Разом за змістовим модулем 4.		16	16			32						
Разом за змістовим модулем	90	24	22			44	90	4	6			80
<b>Всього</b>	<b>180</b>	<b>46</b>	<b>44</b>			<b>90</b>	<b>180</b>	<b>10</b>	<b>10</b>			<b>160</b>

### 5. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		д.ф.н	з.ф.н.
<b>ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1 Поняття про масову комунікацію (3 семестр)</b>			
1.	Масова комунікація як явище. Розвиток масової комунікації основні періоди	2	
2.	Фактори масової комунікації.	2	2
3.	Визначення і модель масової комунікації.	2	
4.	Маси. Поняття про маси.	2	2
5.	Професіонали масового спілкування.	4	
<b>ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2. Поняття про масовокомунікаційний вплив</b>			
6.	Масовий вплив як комунікаційний процес.	2	
7.	Ефекти в масовій комунікації.	4	
8.	Зіставний аналіз теорій масової комунікації	4	
<b>ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 3 Організація комунікаційного простору (4 семестр)</b>			
9.	Особливості організації комунікаційного простору.	2	
10.	Моделі комунікації.	4	
<b>ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 4. Особливості використання комунікаційних технологій.</b>			
11.	Технології пропаганди.	4	2
12.	Іміджеві комунікації	4	2
13.	Комунікаційні технології у політиці.	4	2
14.	Технології конструювання реальності. (МЕДІАЦІЯ)	4	
<b>Всього</b>		<b>44</b>	<b>10</b>

### 6. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Назва теми	Кількість Годин
-------	------------	-----------------

<b>ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1</b> Поняття про масову комунікацію (3 семестр)		<b>д.ф.н</b>	<b>з.ф.н.</b>
1.	Базові поняття теорії масової комунікації	6	10
2.	Класифікація процесів комунікації	6	10
3.	Історія розвитку комунікації	6	10
4.	Ефективність масовокомунікаційної діяльності	6	10
5.	Опишіть види мас-медійних комунікацій	6	10
<b>ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2. Поняття про масовокомунікаційний вплив</b>			
6.	Масовий вплив як комунікаційний процес.	6	10
7.	Проаналізувати ефекти в масовій комунікації.	6	10
8.	Конспект аналізу теорій масової комунікації	4	10
<b>ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 3</b> Організація комунікаційного простору (4 семестр)			
9.	Комунікаційні інтернет-технології: переваги та недоліки (творча робота).	6	12
10.	Характеристика моделей комунікації	6	12
<b>ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 4. Особливості використання комунікаційних технологій.</b>			
6.	Технології пропаганди (презентація)	6	12
7.	Іміджеві комунікації (презентація)	6	14
8.	Комунікаційні технології у політиці. (презентація)	10	14
9.	Технології конструювання реальності. (МЕДІАЦІЯ) (презентація)	10	16
Всього		<b>90</b>	<b>160</b>

### 7. ЗАВДАННЯ ДЛЯ ОПРАЦЮВАННЯ ТЕМ ДИСЦИПЛІНИ

Назва теми	Зміст завдання для відпрацювання пропущених занять і невиконаних завдань	Форми контролю	Література	Кількість балів
<b>ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1</b> Поняття про масову комунікацію (3 семестр)				
<b>Тема 1.</b> Масова комунікація як явище. Розвиток масової комунікації основні періоди. Дописемний етап доіндустріального періоду. Природа масової комунікації. Характер масової комунікації. Система масової комунікації. Структура масової комунікації. Форми і формати масової комунікації. Формати масової комунікації. Використання масової комунікації в інших форматах. Види масової комунікації.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Опрацювати першоджерела	Опитування, аналіз засвоєного матеріалу.	<i>Література:</i> основна (3,7,8, 14, 16,), додаткова (15, 16 )	8



<p><b>Тема 2. Моделі комунікації.</b> Соціологічні й психологічні моделі комунікацій. Семіотичні моделі комунікації. Модель міфологічної комунікації. Модель аргументуючої комунікації. Модель іміджевої комунікації. Модель пропагандистської комунікації</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Опрацювати першоджерела</p>	<p>Опитування, аналіз засвоєного матеріалу.</p>	<p><i>Література:</i> <i>основна (3,7,8, 14, 15, ),</i> <i>додаткова (15, 16 )</i></p>	<p>8</p>
<p><b>Тема 3..</b> Визначення і модель масової комунікації. Визначення масової комунікації. Модель масової комунікації.</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Опрацювати першоджерела</p>	<p>Опитування, аналіз засвоєного матеріалу.</p>	<p><i>Література:</i> <i>основна (3,7,8, 14, 15, ),</i> <i>додаткова (15, 16 )</i></p>	<p>8</p>
<p><b>Тема 4.</b> Маси. Поняття про маси. Визначення мас. Види мас. Стихійні і штучні маси. Ознаки маси. Фази існування маси. Масифікація. Натовп і публіка. Масова аудиторія. Настрої, думки, свідомість і поведінка мас. Масові настрої. Суспільна думка. Масова свідомість. Масова поведінка</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Опрацювати першоджерела</p>	<p>Опитування, аналіз засвоєного матеріалу.</p>	<p><i>Література:</i> <i>основна (3,7,8, 13, 14, 15, 16),</i> <i>додаткова (15, 16 )</i></p>	<p>8</p>
<p><b>Розділ 5.</b> Професіонали масового спілкування. Професійні комуніканти в системі масового спілкування. Поняття про професійного комуніканта. Професійний і соціальний аспекти діяльності професійних комунікантів. Типи комунікантів у масовій комунікації</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Опрацювати першоджерела</p>	<p>Опитування, аналіз засвоєного матеріалу.</p>	<p><i>Література:</i> <i>основна (3,7,8, 14, 15, ),</i> <i>додаткова (15, 16 )</i></p>	<p>8</p>
<b>ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2. Поняття про масовокомунікаційний вплив</b>				
<p><b>Тема 6.</b> Масовий вплив як комунікаційний процес. Основи масовокомунікаційного впливу. Визначення масовокомунікаційного впливу. Концептуальні засади масовокомунікаційного впливу. Професійні засади масовокомунікаційного впливу. Види масовокомунікаційного впливу</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Опрацювати першоджерела</p>	<p>Опитування, аналіз засвоєного матеріалу.</p>	<p><i>Література:</i> <i>основна (3,7,8, 14, 15, ),</i> <i>додаткова (15, 16 )</i></p>	<p>8</p>

<p><b>Тема 7.</b> Ефекти в масовій комунікації. Ефективність. Поняття про ефективність. Ефективність та дієвість. Ефекти. Поняття про ефект. Види ефектів у масовій комунікації. Міф як результат масової комунікації</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Опрацювати першоджерела</p>	<p>Опитування, аналіз засвоєного матеріалу.</p>	<p><i>Література:</i> <i>основна (3,7,8, 14, 15, ),</i> <i>додаткова (15, 16 )</i></p>	<p>6</p>
<p><b>Тема 8.</b> Зіставний аналіз теорій масової комунікації. Основні теорії масової комунікації. Макквейлова теорія масової комунікації. Моделі масової комунікації. Модель комунікації як трансмісії. Модель експресивна, або ритуальна. Модель різголосу: комунікація як демонстрація й привернення уваги. Модель рецепції (сприймання): кодування й декодування висловлювання</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Опрацювати першоджерела</p>	<p>Опитування, аналіз засвоєного матеріалу.</p>	<p><i>Література:</i> <i>основна (3,7,8, 14, 16, ),</i> <i>додаткова (15, 16 )</i></p>	<p>6</p>
<p><b>ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 3 Організація комунікаційного простору (4 семестр)</b></p>				
<p><b>Тема 9. Особливості організації комунікаційного простору.</b> Поняття технології. Соціальні технології. Візуальна організація комунікативного простору. Подієва організація. Міфологічна організація.</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Опрацювати першоджерела</p>	<p>Опитування, аналіз засвоєного матеріалу.</p>	<p><i>Література:</i> <i>основна (4, 14, 16),</i> <i>додаткова (1,5,13,14)</i></p>	<p>10</p>
<p><b>Тема 10. Моделі комунікації.</b> Соціологічні й психологічні моделі комунікацій. Семіотичні моделі комунікації. Модель міфологічної комунікації. Модель аргументуючої комунікації. Модель іміджевої комунікації. Модель пропагандистської комунікації</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Опрацювати першоджерела</p>	<p>Опитування, аналіз засвоєного матеріалу.</p>	<p><i>Література:</i> <i>основна (4, 14, 16),</i> <i>додаткова (1,5,13,14)</i></p>	<p>10</p>

## ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 4. Особливості використання комунікаційних технологій.

<p><b>Тема 11. Технології пропаганди.</b> Пропагандистські комунікації: поняття, структура, функції. Моделі сучасної пропаганди. Технології і методи пропаганди</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття Огляд кількох наймасштабніших проектів українських телеканалів.</p>	<p>Опитування. Кейс-метод (аналіз журналістських ситуацій)</p>	<p><i>Література:</i> <i>основна (4, 14, 16),</i> <i>додаткова (1,5,13,14)</i></p>	<p>10</p>
<p><b>Тема 12. Іміджеві комунікації.</b> Поняття іміджу. Типи іміджу. Технології побудови іміджу. Функції й інструментарій іміджу</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття Огляд кількох наймасштабніших проектів українських телеканалів</p>	<p>Опитування. Кейс-метод (аналіз журналістських ситуацій)</p>	<p><i>Література:</i> <i>основна (4, 14, 16),</i> <i>додаткова (1,5,13,14)</i></p>	<p>10</p>
<p><b>Тема 13. Комунікаційні технології у політиці.</b> Популізм і лобювання як політичні технології. Обмеження та протидія політичним маніпуляціям. Довіра до джерела як проблема політичної комунікації. Психологічна війна в політиці та основні прийоми її ведення. Регуляція масової політичної поведінки</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття Огляд кількох наймасштабніших проектів українських телеканалів</p>	<p>Опитування. Кейс-метод (аналіз журналістських ситуацій)</p>	<p><i>Література:</i> <i>основна (4, 14, 16),</i> <i>додаткова (1,5,13,14)</i></p>	<p>10</p>
<p><b>Тема 14. Технології конструювання реальності. (МЕДІАЦІЯ)</b> Повсякденність як об'єкт комунікативних технологій. Проблема конструювання повсякденності. Технології повсякдення. Конструювання новин</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття Огляд кількох наймасштабніших проектів українських телеканалів</p>	<p>Опитування. Кейс-метод (аналіз журналістських ситуацій)</p>	<p><i>Література:</i> <i>основна (4, 14, 16),</i> <i>додаткова (1,5,13,14)</i></p>	<p>10</p>

### 8. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

1. Опишіть комунікаційні моделі створення інформаційного простору.
2. Прийоми маніпуляцій масовою свідомістю та їх застосування масмедіа (підготувати презентацію)
3. Підготувати презентацію про способи маніпуляції у ЗМІ (підготувати презентацію)

## **9. МЕТОДИ НАВЧАННЯ**

Лекції із застосуванням аудіо-візуальних засобів, самостійна робота з періодикою, он-лайн платформами, перегляд телебачення, прослуховування радіо, ділові ігри, навчальні диспути та дискусії, моделювання життєвих ситуацій, соціологічне дослідження, аналіз тематики сучасних ЗМІ, інтерв'ю, самооцінка.

## **10. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ**

Індивідуальне опитування, фронтальне опитування, тестова перевірка знань, поточні контрольні роботи, підсумковий контроль (залік).

## **11. ПИТАННЯ ГАРАНТОВАНОГО РІВНЯ ЗНАТЬ**

1. Етимологія і значення поняття «комунікація».
2. Ознаки успішного спілкування.
3. Елементи процесу комунікації.
6. Загальна характеристика критеріїв класифікації комунікативного процесу.
7. Діалогічна та монологічна структура комунікативного процесу.
8. Види адресантів.
9. Визначте зміст понять «потенційний та реальний адресанти».
10. Визначте зміст понять «індивідуальний, груповий та інституціональний адресанти».
11. Визначте аспекти комунікативного процесу.
12. Роль шумів у процесі комунікації.
13. Дайте визначення комунікації у вузькому і широкому сенсі.
14. Визначте зміст «мас-медіа».
15. Аргументуйте тотожність понять «комунікація» та «спілкування».
16. Визначте головне завдання процесу комунікації.
17. Типологія комунікації:
  - 1) за критерієм коду;
  - 2) за критерієм дистанції;
  - 3) за культурологічним критерієм;
18. Види монологу.
19. Вербальна і невербальна комунікація.
20. Особливості вербальної комунікації.
21. Особливості невербальної комунікації.
22. Перформенська, міфологічна і художня комунікація.
24. Дайте визначення поняттю «Масова Комунікація».
25. Групова комунікація.
26. Міжособистісна комунікація.
27. Імперсональна комунікація.
28. Інституціональна комунікація.
30. Визначте зміст поняття «міфологізований колегіальний комунікатор».
31. Назвіть функції МК за Лассвелом..
33. Функції МК у тоталітарному та демократичному суспільствах.
34. Загальна характеристика класифікацій функцій МК.
35. Назвіть три основні етапи розвитку комунікації.
38. Віртуальна комунікація.
39. Визначте зміст понять «ефективність» та «дієвість».
40. Назвіть закон ефективного функціонування ЗМК.
42. Типологія масовокомунікаційних ефектів.

33. Види ефектів у масовій комунікації.
44. Об'єктивні та суб'єктивні комунікативні бар'єри в МК.
45. Визначте причини виникнення та шляхи розв'язання конфлікту в процесі МК.
46. Назвіть фази розв'язання конфлікту.
47. Назвіть та охарактеризуйте людські фактори та їх роль у процесі МК.
48. Роль інструментально-технологічного фактору у процесі МК.
49. Визначте вплив ситуативних факторів на процес МК.
50. Назвіть і коротко охарактеризуйте природні канали СЗМК.
51. Назвіть і коротко охарактеризуйте технічні канали СЗМК.
52. Загальна характеристика типології медій.
58. Дайте визначення поняттю «професійна комунікація».
59. Журналістська комунікація.
60. Рекламна комунікація.
61. PR-комунікація.
62. Агітаційна комунікація.
63. Пропагандистська комунікація.
64. Поняття «маси» та «еліти».
65. Риси масового суспільства.
66. Назвіть фази комунікативного процесу.
68. Моделі комунікації як трансмісії.
69. Сутність соціальних технологій
70. Соціальний простір як об'єкт технологізації
71. Соціальний процес - предмет технологізації .
- 72.Ефективність соціальної технології
73. Визначення понять інформаційний простір
- 74.Значення терміну інформаційні технології
75. Форми та види інформаційних технологій
76. Визначення поняття «маніпуляція».
77. Небезпеки, що викликають маніпулятивні (негативні) технології.
- 78.Цілі використання маніпулятивних технологій.
79. Види маніпулятивних технологій.
- 80.Маніпулювання через засоби масової інформації
81. Види прийомів маніпуляції рекламі.
82. Глобалізація інформаційних інфраструктур.
83. Глобалізація інформ процесу, як основа інформаційних відносин
84. Умови доступу до інформації
85. Види інформації.
86. Функції інформації.
87. Завдання інформації
88. Інформація як зміст комунікації
89. Ознаки інформації у соціальнокомунікативному аспекті.

## 12. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ

Поточне тестування та самостійна робота (3 семестр)								Підсумковий тест (залік)	Сума
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2					
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	40	100
8	8	8	8	8	8	6	6		

Поточне тестування та самостійна робота (4 семестр)						Підсумковий тест (екзамен)	Сума
Змістовий модуль 3			Змістовий модуль 4				
T9	T10	T11	T12	T13	T14	40	100
10	10	10	10	10	10		

### Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Критерії оцінювання	Оцінка за національною шкалою
90-100	<b>A</b>	Студент виявляє особливі творчі здібності, глибокі знання навчального матеріалу, що міститься в основних і додаткових рекомендованих літературних джерелах; вміє аналізувати явища, які вивчаються, у їх взаємозв'язку і розвитку; застосовувати теоретичні положення при розв'язанні практичних задач; володіє вмінням надавати чітку аргументовану відповідь на поставленні питання	відмінно
82-89	<b>B</b>	Студент вільно володіє вивченим обсягом матеріалу, застосовує його на практиці, вільно розв'язує вправи, надає лаконічну відповідь майже на всі поставленні питання; самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна	добре
74-81	<b>C</b>	Студент вміє оперувати необхідним колом понять та категорій; узагальнювати та систематизувати інформацію під керівництвом викладача; в цілому самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, серед яких є суттєві	
64-73	<b>D</b>	Студент відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, слабке їх застосування при розв'язанні практичних завдань; аналізує навчальний матеріал за допомогою викладача, надає мало аргументовані відповіді, виправляє не всі помилки, значна кількість яких є суттєвими	

60-63	<b>E</b>	Студент володіє навчальним матеріалом на рівні вищому за початковий, проте має фрагментарне уявлення про деякі поняття та категорії курсу; надає неповне висвітлення змісту питань; має недостатнє вміння зробити аргументовані висновки; відповіді містять значну кількість недоліків і помилок	задовільно
35-59	<b>FX</b>	Студент не опанував значну частину матеріалу курсу; не володіє понятійним апаратом; не опрацював базову та допоміжну літературу. Мова не виразна, обмежена, бідна, словниковий запас не дає змогу оформити ідею. Практичні навички на рівні розпізнавання	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	<b>F</b>	Студент повністю не знає програмного матеріалу, не працював в аудиторії з викладачем або самостійно; допускає суттєві помилки у відповідях на питання, не вміє застосовувати теоретичні положення при розв'язанні практичних завдань	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

## 12. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. Опорні конспекти лекцій.
2. Інтерактивний комплекс навчально-методичного забезпечення.
3. ТЗН.
4. Навчальні демонстрації.
5. Комп'ютерне забезпечення.

## 13. Рекомендована література

### Базова література:

1. Владіміров В. М. Проблема розуміння інформації в журналістиці : автореф. дис. на здобування наук. ступеня д-ра філол. наук : спец. 10.01.08 / В. М. Владіміров. — К. : Київський національний університет ім. Т. Шевченка; Інститут журналістики, 2013. — 30 с.
2. Демченко В. Проблема свободи вибору в сучасній глобальній медіа культурі / В. Демченко // Українська журналістика: умови формування та перспективи розвитку: Зб. наукових праць. — Черкаси : Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького, 2007. — С. 316 – 319.
3. Зражевська Н. І. Масова комунікація і культура / Н. І. Зражевська. — Черкаси : Брама – Україна, 2006. — С. 38 – 39.
4. Зражевська Н. І. Комунікаційні технології: лекції / Н. І. Зражевська. — Черкаси: Брама-Україна, 2010. — 224 с.
5. Іванов В. Ф. Поняття “інформація” у різних науках / В. Ф. Іванов // Наукові записки Інституту журналістики / КНУ ім. Т.Шевченка. — К., 2000. — Т. 1. — С. 71 – 75. Квіт С. Масові комунікації : [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / Сергій Квіт ; [наук. ред. Королько В. Г.]; Нац. ун-т «Києво-Могилянська акад.» — К. : Києво-Могилянська академія, 2008. — 206 с.: іл., табл..
6. Іванов В. Ф. Поняття “інформація” у різних науках / В. Ф. Іванов // Наукові записки Інституту журналістики / КНУ ім. Т.Шевченка. — К., 2000. — Т. 1. — С. 71 – 75.
7. Квіт С. Масові комунікації : [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / Сергій Квіт ; [наук. ред. Королько В. Г.]; Нац. ун-т «Києво-Могилянська акад.» — К. : Києво-Могилянська академія, 2008. — 206 с.: іл., табл..
8. Кузнецова О. Д. Основи масової комунікації / О. Д. Кузнецова. — Л. : ЛДУ ім. І.Франка, 1996. — С. 72.
9. Лернатівич В. Конвергенція друкованих ЗМІ України і Росії у площині національної ідеї (наукова гіпотеза) ? / В. Лернатівич // Українська періодика: історія і сучасність: Доп. та повідомл. III Всеукр. наук.-теорет. конф. / ЛНБ ім. В. Стефаника. НДЦ періодики. — Львів : 2002. — С. 437 – 440.
10. Лизанчук В. Якими цінностями ЗМІ насичують інформацію? / В. Лизанчук // Українська періодика: історія і сучасність: Доп. та повідомл. III Всеукр. наук.-теорет. конф. / ЛНБ ім. В. Стефаника. НДЦ періодики, — Львів : 2008. — С. 48 – 52.
11. Мелещенко О. К. Інформація, інформаційний: Словник / Мелещенко О. К., Чічановський А. А., Шкляр В. І. / КНУ ім. Т. Шевченка. Інститут журналістики. — Київ : Грамота, 2007.
12. Партико З. В. Нормативний аспект і автоматизація редагування / З. В. Партико. — Київ: Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики, 2004. — 265 с.: іл..
13. Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння / Борис Потятиник. — Львів : ПАІС, 2004. — 310 с. — (МедіаКритика).
14. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підручник для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація» / В. В. Різун. — К. : Вид. центр «Просвіта», 2008. — 260 с.
15. Різун В. Маси : тексти лекцій. / В. В.Різун. — К. : Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2003. — 116 с.
16. Різун В. Системи масової комунікації / В. Різун // Наукові записки Інституту



журналістики / КНУ ім. Т.Шевченка. – К., 2001. – Том 3. – С. 22 – 30.

17. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник / В. А. Ильганаева. – Х. : КП «Городская типография», 2009. – 392 с. 5. Холод О. М. Комунікаційні технології: підручник / О. М. Холод. – К. : КиМУ, 2012. – 263 с.

18. Соціальне проектування // Тезаурус соціології : темат. слов.-довід. / за ред. Ж. Т. Тощенко. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 487 с.

19. Почепцов Г. Г. Сціальний інжиніринг: соціо- і психотехніки управління великими масами людей / Г. Г. Почепцов. – К. : Альтпрес, 2010. – 254 с.

20. Фінклер Ю. Кримінальне читиво, або Друковані медіа України як ВДНГ / Ю. Фінклер // Друкарство. – 2006. – № 2. – С. 21 – 23.

21 . Мелещенко О. К. Інформація, інформаційний: Словник / Мелещенко О. К., Чічановський А. А., Шкляр В. І. / КНУ ім. Т. Шевченка. Інститут журналістики. – Київ : Грамота, 2007.

#### Додаткова

1. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. — М: Алгоритм, 2000.  
2. Кольев А. Политическая міфологія / А. Кольев. — М., 2003.  
3. Крысько В. Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт) / В. Г. Крысько. — Мн., 1999.

4. Почепцов Г. Г. Информационно-политические технологи / Г. Г. Почепцов. — М.: Центр, 2009.

5. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М., 1998.

6. Почепцов Г. Г. Психологические войны / Г. Г. Почепцов. — М., 2000.

7. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. —М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2011.

8. Почепцов Г. Г. Информационные войны / Г. Г. Почепцов. — М., 2016.

9. Сушков И. Р. Психология взаимоотношений / И. Р. Сушков. — М.: Академический проект, ИП РАН, Екатеринбург: Деловая книга, 1999.

10. Жуков К. С. Азбука избирательной кампании / К. С. Жуков, А. Д. Карнышев. — М.: ИМА-пресс, 2001.

11. Зимбардо Ф. Социальное влияние / Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. — СПб.: Питер, 2008.

12. Цуладзе А. Большая манипулятивная игра / А. Цуладзе. — М.: Алгоритм, 2000.

#### 14. Інформаційні ресурси

2. Комунікативні технології в PR [Електронний ресурс]. – URL: [http://pidruchniki.com/1494051146654/marketing/komunikativni\\_tehnologiyi](http://pidruchniki.com/1494051146654/marketing/komunikativni_tehnologiyi) (26.07.2014).

3. Холод О. Зв'язок психолінгвістичного інструментарію ЗМІ з технологіями маркетингової комунікації при іміджуванні політиків [Електронний ресурс] / О. Холод // <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1414>

4. Різун В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій [Електронний ресурс] // [Наукова сторінка професора Володимира Різун] / Інститут журналістики. – К., 2011. – URL: [http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky\\_do\\_metodologiyi.pdf](http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf) (03.04.2012).

5. Холод О. М. Соціальні комунікації як поняття в науковій галузі «соціальні комунікації» [Електронний ресурс] / Олесь Холод // Познавательный : открытый журнал. – 2012. – 23 серп. – Вип. 4. – URL: <http://познавательный.рф/all/soc-aln-komun-kac-jakpronjatja-v-naukov-i-galuz-soc-aln-komun-kac.html>

