



СИЛАБУС
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОК 14

**«ФУНДАМЕНТАЛЬНА ПІДГОТОВКА
(МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ ТА
ІНФОРМАЦІЯ, КОМУНІКАЦІЙНІ
ТЕХНОЛОГІЇ)»**

Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Освітньо-професійна програма	«Журналістика»
Факультет	Журналістики
Кафедра	Соціальних комунікацій
Семестр	3-4
Кількість кредитів	6
Мова викладання	українська

Викладач	д.ф. н., проф. Різун Володимир Володимирович
	к.н. із соц.ком, доц. каф. Золяк Вікторія Василівна
Контактна інформація	zolyak@ukr.net

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДИСЦИПЛІНУ

Анотація	Навчальна дисципліна «Фахова підготовка (масова комунікація та інформація, комунікаційні технології)» націлена на формування у майбутніх журналістів системи знань про масову комунікацію та інформацію, про ефективне застосування засобів масового спілкування та доречності їх використання у різних ситуаціях. Розуміння особливостей організації комунікаційного простору, а також ролі комунікаційних засобів та технологій, їх місце у системі соціальних комунікацій.
Мета та цілі	Отримати системні знання про масову комунікацію та масову інформацію як соціальний феномен, про регулювання масовоінформаційної діяльності за допомогою комунікаційних технологій, про характеристики та сегментацію аудиторії, на яку спрямована робота журналіста.
Результати навчання	У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати: основні поняття про масову комунікацію та інформацію; теоретичні засади її розділів: розвиток масової комунікації основні періоди; фактори масової комунікації; форми масовокомунікаційного впливу та комунікаційні технології для організації комунікаційного простору. Вміти дотримуватися професійних вимог: використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та для вирішення професійних завдань; передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції; вміти застосовувати здобуті знання для створення якісного контенту.
Softskills: компетентності, що відповідають заявленим цілям програми	Під час вивчення дисципліни студент отримує можливість формувати та розвивати softskills: Тайм-менеджмент, здатність пристосовуватися, здатність до колаборацій, креативність, переконливість, соціально-психологічні аспекти професійної компетентності: навички комунікації, лідерство, здатність брати на себе відповідальність і працювати в критичних умовах, вміння вирішувати конфліктні ситуації, працювати в команді, управляти своїм часом, розуміти важливості дедлайнів, здатність логічно і системно мислити, креативність та інше. Вміння виявляти та вирішувати проблеми. Здатність формувати інформаційний контент, здатність формувати інформаційний продукт, здатність ефективно просувати

	створений медійний продукт і керуватися принципами інформаційної безпеки. Здатність організувати та контролювати командну професійну діяльність
Пререквізити	Базові знання з дисциплін: «Основи медіавиробництва (Вступ до спеціальності, Технічні засоби виробництва)», «Медіаграмотність»,

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Тема	План, короткі тези	Завдання
	ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1 Поняття про масову комунікацію (3 семестр)	
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.	Тести, питання
2. Фактори масової комунікації	Людські (особистісні) фактори масової комунікації. Інструментально-технологічні фактори масової комунікації. Ситуаційні фактори масової комунікації	Практичні завдання
3. Визначення і модель масової комунікації	Визначення масової комунікації. Модель масової комунікації.	Практичні завдання
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.	Портфоліо
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.	Практичні завдання
	ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2. Поняття про масовокомунікаційний вплив	
6. Масовий вплив як комунікаційний процес	Основи масовокомунікаційного впливу. Визначення масовокомунікаційного впливу. Концептуальні засади масовокомунікаційного впливу. Професійні засади масовокомунікаційного впливу. Види масовокомунікаційного впливу.	Кейси, тести
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.	Портфоліо
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.	Практичні завдання
	ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 3 Організація комунікаційного простору (4 семестр)	
9. Особливості організації комунікаційного	Поняття технології. Соціальні технології. Візуальна організація комунікативного простору. Подієва організація. Міфологічна організація.	Практичні завдання

простору		
10. Моделі комунікації	Соціологічні й психологічні моделі комунікацій. Семіотичні моделі комунікації. Модель міфологічної комунікації. Модель аргументуючої комунікації. Модель іміджевої комунікації. Модель пропагандистської комунікації.	Кейси, тести
	ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 4. Особливості використання комунікаційних технологій	
11. Технології пропаганди	Пропагандистські комунікації: поняття, структура, функції. Моделі сучасної пропаганди. Технології і методи пропаганди.	Практичні завдання
12. Іміджеві комунікації	Поняття іміджу. Типи іміджу. Технології побудови іміджу. Функції й інструментарій іміджу.	Практичні завдання
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.	Портфоліо
14. Технології конструювання реальності. (МЕДІАЦІЯ)	Повсякденність як об'єкт комунікативних технологій. Проблема конструювання повсякденності. Технології повсякдення. Конструювання новин.	Кейси, тести

ЛІТЕРАТУРА ТА НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ

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. — 30с.
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. Лернатович В. Конвергенція друкованих ЗМІ України і Росії у площині національної ідеї (наукова гіпотеза) ? / В. Лернатович // 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. Мелешенко О. К. Інформація, інформаційний: Словник / Мелешенко 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. Соціальний 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. Мелешенко О. К. Інформація, інформаційний: Словник / Мелешенко О. К., Чічановський А. А., Шкляр В. І. / КНУ ім. Т. Шевченка. Інститут журналістики. – Київ : Грамота, 2007.

Додаткова

22. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. — М: Алгоритм, 2000.
23. Кольев А. Политическая мифология / А. Кольев. — М., 2003.
24. Крысько В. Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт) / В. Г. Крысько. — Мн., 1999.
25. Почепцов Г. Г. Информационно-политические технологии / Г. Г. Почепцов. — М.: Центр, 2009.
26. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М., 1998.
27. Почепцов Г. Г. Психологические войны / Г. Г. Почепцов. — М., 2000.
28. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. —М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2011.
29. Почепцов Г. Г. Информационные войны / Г. Г. Почепцов. — М., 2016.
30. Сушков И. Р. Психология взаимоотношений / И. Р. Сушков. — М.: Академический проект, ИП РАН, Екатеринбург: Деловая книга, 1999.
31. Жуков К. С. Азбука избирательной кампании / К. С. Жуков, А. Д. Карнышев. — М.: ИМА-пресс, 2001.
32. Зимбардо Ф. Социальное влияние / Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. — СПб.: Питер, 2008.
33. Цуладзе А. Большая манипулятивная игра / А. Цуладзе. — М.: Алгоритм, 2000.

Інформаційні ресурси

34. Комунікативні технології в PR [Електронний ресурс]. – URL: http://pidruchniki.com/1494051146654/marketing/komunikativni_tehnologiyi (26.07.2014).
35. 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>
36. 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 (03.04.2012).
37. Холод О. М. Соціальні комунікації як поняття в науковій галузі «соціальні комунікації» [Електронний ресурс] / Олесь Холод // Познавательный : открытый журнал. – 2012. – 23 серп. – Вып. 4. – URL: <http://познавательный.рф/all/soc-aln-komun-kac-jakpronjatja-v-naukov-i-galuz-soc-aln-komun-kac.html>

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Загальна політика

Здобувач освіти зобов'язаний відвідувати всі заняття згідно розкладу, не спізнюватися. Дотримуватися етики поведінки. Працювати з навчальною літературою, з літературою на електронних носіях і в Інтернеті. При пропуску лекційних занять проводиться усна співбесіда за темою. Відпрацьовувати практичні заняття. Виконати індивідуальне завдання.

Політика щодо дедлайнів та перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.

Політика щодо академічної доброчесності

Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.

ОЦІНЮВАННЯ

Нарахування балів 3 семестр

Види оцінювання	Бали
Змістовий модуль 1 (теми 1-5)	40
Змістовий модуль 2 (теми 6-8)	20
Підсумковий контроль (теми 1-8) – залік	40

Розподіл балів для оцінювання успішності студентів

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	зараховано
82-89	B	
74-81	C	
64-73	D	
60-63	E	
35-59	FX	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Нарахування балів 4 семестр

Види оцінювання	Бали
Змістовий модуль 3 (теми 9-10)	20
Змістовий модуль 2 (теми 11-14)	40
Підсумковий контроль (теми 9-14) – екзамен	40

Розподіл балів для оцінювання успішності студентів

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	задовільно
60-63	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни