



Університет  
сучасних  
знань

**КИЇВСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ  
ПРИВАТНОГО ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ  
«УНІВЕРСИТЕТ СУЧАСНИХ ЗНАНЬ»**

Циклова комісія з журналістики



**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
В.о. ректора

«30» серпня 2022 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ОК 22 Теорія масової комунікації**

**підготовка фахового молодшого бакалавра**

освітньо-професійної програми **Журналістика**

спеціальність **061 Журналістика**

**Київ – 2022**

Робочу програму з дисципліни Теорія масової комунікації для підготовки фахових молодших бакалаврів за освітньо-професійною програмою Журналістика спеціальності 061 Журналістика

Розробник: старший викладач - Інна БИТЮК

Робочу програму схвалено на засіданні циклової комісії з журналістики

Протокол № 1 від «30» серпня 2022 р.

Голова циклової комісії  Інна БИТЮК  
(ім'я та прізвище)

Розглянуто і рекомендовано до затвердження педагогічною радою коледжу

Протокол № 1 від «30» серпня 2022 р.

Директор коледжу  Світлана ШВИДЧЕНКО

## ЗМІСТ

1	Пояснювальна записка	4
2	Навчально-тематичний план дисципліни	6
3	Календарно-тематичний план дисципліни	6
4	Теми і плани лекційних занять	7
5	Теми і план семінарських занять	11
6	Теми і питання для самостійної роботи студентів	13
7	Методи активізації навчального процесу	15
8	Системи поточного та підсумкового контролю знань	15
9	Критерії оцінювання результатів навчання студентів	18
10	Література	19

## 1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Освітня компонента «Теорія масової комунікації» відноситься до базової частини загальнонаукового циклу дисциплін. Ця дисципліна включає в себе основні складники професії журналіста, а також вводить в основну проблематику розвитку масових комунікацій сучасної України.

«Теорія масової комунікації» - це необхідна теоретична основа, яка дає можливість здобути теоретичні знання та практичні навички, які необхідні майбутнім журналістам для роботи у своїй галузі.

**Мета :** формування у студентів системи знань та практичних навичок щодо аналізу теоретичних та практичних аспектів функціонування масової комунікації та інформації в сучасному інформаційному суспільстві.

### **Завдання вивчення навчальної дисципліни:**

Формування системи знань про ключові поняття та основні етапи історичного розвитку засобів масової інформації.

Набуття студентами розуміння феномену масового спілкування як виду соціальної комунікації.

Усвідомлення студентами суспільної ролі професіоналів масової комунікації та способів модернізації їхньої праці.

Вивчення специфіки взаємодії ЗМІ з масовою свідомістю.

Процес вивчення дисципліни ОК 22 Теорія масової комунікації спрямований на застосування наступних компетентностей:

### **а) загальні компетентності (ЗК)**

ЗК 1 Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК 3 Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 5 Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК 6 Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

### **б) спеціальні (фахові) компетентності (СК)**

СК 3 Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

СК 7 Здатність здійснювати професійну діяльність відповідно до актів законодавства та міжнародних стандартів (за наявності).

СК 13. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

СК 16. Здатність до аналізу та прогнозування інформаційних потреб медіаринку.

СК 17. Здатність оперативно збирати інформацію, дотримуватися балансу думок, працювати з джерелами, взаємодіяти з аудиторією.

### **Очікувані результати навчання**

РН 1 Знати свої права, як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина України.

PH 3 Діяти на основі етичних принципів, правових і безпекових норм у відмінностей та національних особливостей.

PH 5 Володіти державною мовою вільно, а іноземною мовою на рівні, необхідному для виконання професійних завдань.

PH 10 Знати базові поняття, концепції в журналістиці, принципи журналістики, процеси створення інформаційних продуктів, традиційні та інноваційні техніки і технології, пов'язаність етапів створення і методів поширення продукту (твору).

PH 11 Знаходити оригінальні рішення поставлених професійних завдань самостійно або у співпраці в колективі (групі), аргументуючи свій вибір.

PH 12 Застосовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології для пошуку та аналізу необхідно інформації у вирішенні практичних проблем.

PH 16 Знаходити оптимальні рішення проблеми відповідно до професійних вимог, ділових ситуацій та інтересів учасників комунікації.

PH 17 Використовувати сучасні мовленнєві норми комунікативної ефективності в різних видах комунікації.

PH 24 Уникати неконструктивних комунікативних ситуацій, що можуть нашкодити професійній репутації та інтересам справи, раціонально діяти в конфліктних ситуаціях, шукаючи компромісів на основі професійних принципів та взаємної ділової вигоди.

PH 28 Здійснювати професійну діяльність, враховуючи особисту безпеку в межах чинного законодавства та інформаційної політики.

## 2. Навчально-тематичний план дисципліни

№	Назва розділу	Кількість годин			
		Всього	Лекції	Семинарські	Самостійні
1	Розділ 1. Засоби масової комунікації у структурі знань про соціум	30	8	8	14
2	Розділ 2. Технологічні можливості засобів масової комунікації	90	30	22	38
<b>Всього:</b>		<b>120</b>	<b>38</b>	<b>30</b>	<b>52</b>

## 3. Календарно-тематичний план дисципліни

№	Назва розділів і тем	Кількість годин			
		Усього	Лекції	Семинарські	Самостійні
1	2	3	4	5	6
<b>Розділ 1. Засоби масової комунікації у структурі знань про соціум</b>					
1	Тема. Розвиток масової комунікації та концепція інформаційного суспільства	12	4	4	4
2	Тема. Засоби масової комунікації у структурі соціологічного знання	10	2	2	6
3	Тема. Реалізація завдань суб'єктів соціальних інтересів у системі засобів масової комунікації	8	2	2	4
<b>Розділ 2. Технологічні можливості засобів масової комунікації</b>					
4	Тема. Технологія масовокомунікативної діяльності	8	2	2	4
5	Тема. Комунікаційні моделі та їх технологічні можливості	12	4	4	4
6	Тема. Вплив засобів масової комунікації на формування установок і соціальних стереотипів	12	4	4	4
7	Тема. Паблік рилейшинз і засоби масової комунікації	10	2	2	6
8	Тема. Віртуальна дипломатія	10	4	2	4
9	Тема. Соціально-рольова характеристика журналістики у системі засобів масової комунікації	8	2	2	4

№	Назва розділів і тем	Кількість годин			
		Усього	Лекції	Семінарські	Самостійні
1	2	3	4	5	6
10	Тема. Технології NLP у системі засобів масової комунікації	10	4	2	4
11	Тема. Особливості впливу та сприйняття друкованих засобів у системі масової комунікації	10	4	2	4
12	Тема. Електронні засоби масової комунікації	10	4	2	4
<b>Всього по дисципліні</b>		<b>120</b>	<b>38</b>	<b>30</b>	<b>52</b>

#### 4. Теми і плани лекційних занять

##### Розділ 1. Засоби масової комунікації у структурі знань про соціум

###### Лекція 1,2

Тема. Розвиток масової комунікації та концепція інформаційного суспільства

План:

1. Трансформація засобів масової комунікації у ХХ ст.
2. Вплив глобальної культури на національну культуру.
3. Макдональдизація і масифікація як явища глобальної культури.
4. Функціонування національних ЗМІ у системі міжнародного співіснування та кооперації
5. Відображення національних інтересів у інформаційній сфері.
6. Вплив масових комунікацій на розвиток технологій і суспільства.
7. Концентрація та конгломерація засобів масової комунікації.

###### Лекція 3

Тема. Засоби масової комунікації у структурі соціологічного знання

План:

1. Масова комунікація як вид соціальної діяльності.
2. Розвиток теорії масової комунікації як виду діяльності у працях М. Вебера, Т. Парсонса.
3. Зв'язок між творенням продукту матеріальної та духовної соціальної діяльності і засобами масової комунікації.
4. Духовно-практична діяльність людини як предметна сфера функціонування масової комунікації.
5. Введення у масову свідомість оцінок соціально актуальних подій.

#### *Лекція 4*

*Тема. Реалізація завдань суб'єктів соціальних інтересів у системі засобів масової комунікації*

План:

1. Творення масової інформації соціальними групами як спосіб реалізації власних світоглядних парадигм.
2. Вплив носіїв соціальних інтересів на масову свідомість засобами масової комунікації.
3. Функціонування інформації про внутрішню і зовнішню політику в структурі соціальної системи.
4. Використання засобів масової комунікації у політичному житті держави.
5. Формування іміджу за допомогою засобів масової комунікації.

### **Розділ 2. Технологічні можливості засобів масової комунікації**

#### *Лекція 5*

*Тема. Технологія масовокомунікативної діяльності*

План:

1. 1. Організація масовокомунікативного процесу.
2. 2. Комунікативна стратегія і комунікативний процес.
3. 3. Одиниці масовокомунікативної діяльності.
4. 4. Фактори масовокомунікативної діяльності.
5. Поняття про комунікативні канали.
6. Комунікативні технології.

#### *Лекція 6,7*

*Тема. Комунікаційні моделі та їх технологічні можливості*

План:

1. “Теорія чарівної кулі” ( концепція Ласвелла), яка, потрапляючи в споживача інформації спонукає до певних дій.
2. Споживач масової комунікації як пасивний і беззахисний суб'єкт.
3. Перетворення аудиторії на пасивну однорідну масу, яка не здатна до критичного сприйняття під дією “індустрії культури” ( Т. Адорно, М. Хоркмаєр).
4. Масова комунікація як “соціальний наркотик” ( П. Лазерсфельд, Р. Мертон).
5. Моделі аргументуючої, іміджевої та пропагандистської комунікації.
6. “Спіраль мовчання” (Е. Ноель-Нойман).
7. Активність комунікатора змушує мовчати споживача інформації, що призводить до розкручування спіралі мовчання.



### *Лекція 8,9*

*Тема. Вплив засобів масової комунікації на формування установок і соціальних стереотипів*

План:

1. Безоціночний стан масової свідомості і система соціальних норм.
2. Розвиток соціальних норм засобами масової комунікації.
3. Характеристика цільової аудиторії: за віком, соціальним статусом, конфесійними ознаками, національністю.
4. Формування і руйнування соціальних стереотипів за допомогою засобів масової комунікації.
5. Роль українських ЗМІ в процесах глобалізації культури.

### *Лекція 10*

*Тема. Паблік рилейшнз і засоби масової комунікації*

План:

1. Історичні умови виникнення паблік рилейшнз.
2. Категорії паблік рилейшнз: акція, кампанія, обстановка, їх характеристика.
3. Особливості використання паблік рилейшнз і пропаганди у системі засобів масової комунікації.
4. Паблік рилейшнз як один із засобів функціонування громадянського суспільства.

### *Лекція 11,12*

*Тема. Віртуальна дипломатія*

План:

1. Використання революційних здобутків у галузі електронних інформаційних систем у практиці міжнародних відносин.
2. Телебачення як один з найефективніших засобів функціонування медіа-дипломатії.
3. Поняття про інформаційні війни.
4. Захист українського інформаційного простору від стороннього інформаційного впливу.
5. Роль мас-медіа у виробленні політичних рішень.
6. Використання медіа-дипломатії для створення позитивного іміджу України у світі.

### *Лекція 13*

*Тема. Соціально-рольова характеристика журналістики у системі засобів масової комунікації*

План:

1. Творення духовного змісту соціальної діяльності.
2. Продукт журналістики як однієї зі сторін масової комунікації.
3. Продукти журналістики масової аудиторії.

4. Поняття про відкриту і приховану оцінку в журналістському тексті.
5. Жанри сучасної журналістики.

*Лекція 14,15*

*Тема. Технологія NLP у системі засобів масової комунікації*

План:

1. Поняття про нейролінгвістичне програмування, його мету і завдання.
2. Проблема концептуального прогнозування сприйнятливих реакцій споживача інформації.
3. Методи розгортання формальних і смислових утворень у текстах засобів масової інформації.
4. Особливості впливу екстралінгвістичної та лінгвістичної інформації на споживача.
5. Психолінгвістичні інструменти творення та руйнування іміджу.

*Лекція 16,17*

*Тема. Особливості впливу та сприйняття друкованих засобів у системі масової комунікації*

План:

1. Чотири теорії преси: авторитарна, лібертаріанська, соціальної відповідальності, радянська комуністична теорія( С. Сіберт, У. Шрам, Т. Пітерсон).
2. Характеристики соціальної та тематичної різноспрямованості преси.
3. Взаємодія преси та її аудиторії.
4. Переваги і недоліки інформації, записаної на матеріальному носіїві.
5. Використання композиції розімкнутого тексту для виокремлення допоміжних повідомлень.

*Лекція 18,19*

*Тема. Електронні засоби масової інформації*

План:

1. Гіпертекстові зв'язки у системі електронних засобів масової інформації.
2. “Теорія культиватії” (Д. Гербнер)- постійний перегляд телеповідомлень призводить до викривлених уявлень про соціальну дійсність.
3. Переваги та недоліки використання прямого телевізійного мовлення, що постачає програми “прямо додому”.
4. Функціонування мультимедіа-концернів у сфері масової комунікації.
5. Механізми врегулювання кабельних і супутникових систем телебачення.

## **5. Теми і плани семінарських занять**

### **Розділ 1. Засоби масової комунікації у структурі знань про соціум**

#### **Семінарське заняття № 1,2**

*Тема. Масова комунікація як об'єкт дослідження. Природа масової комунікації*

План:

1. Визначення масової комунікації. Предмет, об'єкт, завдання і методи дослідження масових комунікацій.
2. Соціальні комунікації як галузь наукових знань.
3. Кореляція понять «комунікація», «соціальні комунікації», «масові комунікації», «медіакомунікації».
4. Особливості масової комунікації. Природа та розвиток масової комунікації.
5. Види і фактори масової комунікації.

#### **Семінарське заняття № 3**

*Тема. Поняття мас у системі комунікації. Масова свідомість та поведінка*

План:

1. Розуміння поняття «маси». Основні характеристики маси.
2. Види мас. Форми і ознаки маси.
3. Поняття масифікації. Масова аудиторія. Натовп і публіка.
4. Феномен масової свідомості та громадської думки.
5. Масова поведінка.

#### **Семінарське заняття № 4**

*Тема. Комунікація та масова інформація. Інформаційне суспільство*

План:

1. Визначення та роль інформації.
2. Канали передачі та носії інформації.
3. Масова інформація як різновид соціальної інформації, її природа та ознаки.
4. Види та функції масової інформації.
5. Інформаційне суспільство, його визначення та ознаки.

#### **Семінарське заняття № 5**

*Тема. Дослідження масової комунікації. Етапи розвитку науки про масову комунікацію*

План:

1. Історія науки про масову комунікацію.
2. Становлення науки про масову комунікацію.
3. Етапи розвитку науки про масову комунікацію. Вплив наукових шкіл на науку про масову комунікацію.
4. Новітній етап у розвитку науки про масову комунікацію.
5. Становлення вітчизняної наукової школи масової комунікації.

## Семінарське заняття № 6,7

*Тема. Теорії та моделі масової комунікації*

План:

1. Основні теорії масової комунікації.
2. Макквейлова теорія масової комунікації.
3. Авторські теорії масової комунікації.
4. Теоретичні узагальнення Д. МакКуела.
5. Моделі масової комунікації.

## Розділ 2. Технологічні можливості засобів масової комунікації

### Семінарське заняття № 8,9

*Тема. Масовокомунікативний вплив, його сутність основи та види*

План:

1. Поняття про масовокомунікаційний вплив.
2. Масовий вплив як комунікаційний процес.
3. Засади масовокомунікаційного впливу.
4. Види масовокомунікаційного впливу.
5. Засоби, методи, техніки масовокомунікаційного впливу.
6. Медіаосвіта та медіаграмотність як інформаційно-психологічний захист аудиторії від негативного впливу мас-медіа.

### Семінарське заняття № 10

*Тема. Технологія масовокомунікаційного впливу. Рекламні та PR-технології в масових комунікаціях. Пропаганда як комунікація*

План:

1. Поняття про технологію масовокомунікаційного впливу, її концептуальні засади.
2. Види масовокомунікаційних технологій.
3. PR-технології. Рекламні технології.
4. Пропагандистські технології.
5. Технології нових медіа як протипага масовокомунікаційним технологіям.

### Семінарське заняття № 11

*Тема. Ефекти в масовій комунікації. Міф*

План:

1. Ефективність в масовій комунікації.
2. Формули ефективності.
3. Поняття про ефекти у масовій комунікації.
4. Види ефектів у масовій комунікації.
5. Міф як складова та результат масової комунікації.

## Семінарське заняття № 12

*Тема. Технології інформаційної війни*

План:

1. Інформаційна війна: зміст поняття, тенденції та особливості.
2. Базові принципи ведення інформаційної війни.
3. Види інформаційних воєн.
4. Комунікативні технології в системі інформаційних воєн.
5. Етапи і засоби проведення психологічних операцій.

## Семінарське заняття № 13

*Тема. Електронні засоби масової комунікації*

План:

1. Теоретичні засади електронної комунікації. Функції електронної комунікації.
2. Комунікаційні бар'єри електронної комунікації. Глобальна комунікаційна система Інтернет
3. Розбудова електронного урядування в Україні. Створення системи електронної взаємодії органів влади та системи електронної взаємодії інформаційних ресурсів.
4. Міжнародна та національна оцінка розвитку електронного урядування.

### **6. Теми і питання для самостійної роботи студентів.**

*Тема. Теорії і структура масових комунікацій*

План:

1. 1.Масові комунікації: визначення і умовності.
2. 2.Масові комунікації або мас-медіа в житті суспільства.
3. 3.Групи теоретичних платформ, що аналізують мас-медіа

*Тема. Види масових комунікацій (мас-медіа)*

План:

1. Критерії класифікації мас-медіа.
2. Друковані медіа.
- 3.Кіно(кінофільм) як мас-медіа.
- 4.Телебачення як вид мас-медіа.
- 5.Вид мас-медіа: радіомовлення.
- 6.Музика як мас-медіа.
- 7.Електронні мас-медіа.

*Тема. Сучасні моделі мас-медіа*

План:

1. Особливості медіатизації інформаційного простору.
2. Моделі мас-медіа.
3. Типові риси сучасних італійських і американських мас-медіа.
4. Французька модель мас-медіа.
5. Двоступнева модель комунікації.
6. Модель “ко-орієнтації”.
7. Моделі мас-медіа в сучасній Україні.

*Тема. Масифікація суспільства через мас-медіа*

План:

1. Медіа і суспільство: масифікація.
2. Медіа і постмодерне суспільство.
3. Масовий характер кіберпростору.
4. Мережеві технології масифікації.

*Тема. Класичні і нові теорії мас-медіа*

План:

1. Ерік Альфред Хевлок – предтеча інфокомунікаційних теорій.
2. «Критика електричної революції» як теорія мас-медіа в поглядах Герберта Маршалла Маклуена.
3. Класичні медіатеорії: Гарольд Інніс.
4. Нові медіатеорії: Маршалл По Режі Дебре як представник французької школи медіадосліджень.

*Тема. Оцінки діяльності мас-медіа*

План

1. Критерії оцінки діяльності мас-медіа.
2. Мас-медіа і політичний стан суспільства.
3. Мас-медіа й ідеологія суспільства.
4. Рівень масової культури суспільства і мас-медіа.
5. Рівень освіти населення і мас-медіа.

*Тема. Організація масмедійної діяльності та її інмутація*

План:

1. Критерії аналізу організації масмедійної діяльності.
2. Вплив фахового сектору на організацію медійної діяльності.
3. Зв'язок керівництва масмедійної діяльності з її організацією.
4. Технічний сектор як важливий фактор організації масмедійної діяльності.
5. Види інмутації масової комунікації.
6. Інмутація масової комунікації, або власне інмутація.

7. Інмутація технологічних і технічних факторів організації масмедійної діяльності.

*Тема . Форми масмедійного виробництва*

План:

1. Критерії диференціації основних форм масмедійного виробництва.
2. Телевізійне кіновиробництво.
3. Радіовиробництво. Інтернет-радіо.
4. Виробництво книжки.
5. Створення масового шоу (свята).

*Тема. Аудиторія мас-медіа*

План:

1. Поняття «аудиторія»: особливості тлумачення.
2. Ознаки і види аудиторії масмедіа.

### **7. Методи активізації навчального процесу**

Класичні лекції, лекції проблемного характеру, лекції-бесіди, семінарські заняття, семінари-дискусії, реферування; повідомлення за темою (усна доповідь); розв'язування творчих завдань; виконання студентами завдань для самостійного опрацювання; індивідуальні консультації для студентів.

### **8. Система поточного та підсумкового контролю знань.**

Поточний контроль: письмове або усне опитування, тести, індивідуальна або колективна презентація (представлення виконаного завдання); підготовка доповіді; перевірка конспекту; захист виконаних завдань та ін.

Підсумковий контроль: екзамен.

### **Питання самоконтролю для підготовки до екзамену**

1. Охарактеризуйте масову комунікацію як явище.
2. Визначте основні етапи розвитку масової комунікації.
3. Охарактеризуйте сутність масової комунікації.
4. Дайте характеристику формам і форматам масової комунікації.
5. Порівняйте особливості існуючих видів масової комунікації.
6. Класифікуйте фактори масової комунікації.
7. Дайте визначення масової комунікації.
8. Визначте обов'язкові компоненти моделі масової комунікації.
9. Дайте визначення поняття «маси».
10. Класифікуйте маси за видами.
11. Виділіть найважливіші ознаки маси.
12. Визначте фази існування маси.
13. Охарактеризуйте механізм масифікації.

14. Проаналізуйте роль ЗМК у масифікації людини.
15. Визначте спільне й відмінне між натовпом, публікою та масовою аудиторією.
16. Охарактеризуйте такі поняття як настрої, думки, свідомість і поведінка мас.
17. Визначте основні етапи історії розвитку теорії інформації.
18. Проаналізуйте існуючі концепції теорії інформації.
19. Розкрийте сутність основних аксіом і законів сучасної теорії інформації.
20. Охарактеризуйте загальні властивості інформації, їх вимірювання та оцінювання.
21. Визначте специфічні властивості масової інформації.
22. Виділіть види суспільств в аспекті циркулювання в них масової інформації.
23. Розкрийте поняття «інформаційне суспільство».
24. Класифікуйте основні види інформації в суспільстві.
25. Охарактеризуйте інформацію як продукт споживання, товар і засіб виробництва.
26. Запропонуйте визначення поняття «професійний комунікант».
27. Розкрийте професійний і соціальний аспекти діяльності професійних комунікантів.
28. Охарактеризуйте типи комунікантів у масовій комунікації.
29. Порівняйте творче й виробниче в діяльності професійних комунікантів.
30. Охарактеризуйте масовокомунікаційну індустрію як комуніканта.
31. Визначте особливості трансформації систем масової комунікації в сучасному суспільстві.
32. Розкрийте суть поняття масовокомунікаційного впливу.
33. Визначте види, форми, методи масовокомунікаційного впливу.
34. Проаналізуйте роль масифікаторів, лідерів, просвітителів у системі масового спілкування.
35. Визначте професійні засади масовокомунікаційного впливу.
36. Порівняйте види масовокомунікаційного впливу.
37. Дайте характеристику поняття технології масовокомунікаційного впливу.
38. Розкрийте механізм керування масою.
39. Охарактеризуйте «четверту владу» як основний концепт технології масовокомунікаційного впливу.
40. Проаналізуйте види масовокомунікаційних технологій: технології проектування та змін соціального простору, інформаційні технології, інформаційні інтерактивні технології.
41. Порівняйте види масовокомунікаційних технологій: PR-технології, рекламні технології, пропагандистські технології.
42. Визначте засоби, методи, техніки масовокомунікаційного впливу.



43. Розкрийте поняття «фейкова інформація». Запропонуйте технології та інструменти перевірки.
44. Розкрийте поняття «ефективність масової комунікації». Визначте різницю між ефективністю та дієвістю у масовій комунікації.
45. Запропонуйте визначення поняття «масовокомунікаційний ефект». Охарактеризуйте види ефектів у масовій комунікації.
46. Охарактеризуйте міф як результат масової комунікації. Запропонуйте способи боротьби з масовокомунікаційними впливами.
47. Визначте основні етапи становлення науки про масову комунікацію.
48. Проаналізуйте вплив наукових шкіл та вчень на розвиток науки про масову комунікацію: Чиказька школа, Віденський гурток, Франкфуртська школа, Бірмінгемська школа.
49. Проаналізуйте вплив наукових шкіл та вчень на розвиток науки про масову комунікацію: марксизм, психоаналіз, біхевіоризм, функціоналізм.
50. Визначте особливості становлення вітчизняної наукової школи масової комунікації.
51. Охарактеризуйте основні теорії масової комунікації: теорія масового суспільства і сильних медіа, теорія двоступеневого впливу, теорія дифузії інновацій, теорія Г. Лассвелла.
52. Охарактеризуйте основні теорії масової комунікації: теорія чотирьох функцій, шість теорій преси (нормативні теорії преси), теорії на основі психодинамічної моделі К. Говленда, теорія когнітивного дисонансу.
53. Охарактеризуйте основні теорії масової комунікації: теорія селективного впливу, теорія використання і задоволення, теорія розширення відчуття Маклюена, теорія культивациї.
54. Охарактеризуйте основні теорії масової комунікації: теорія медійної гегемонії, теорія “порядок денний”, теорія “спіраль мовчання”, соціально-когнітивна теорія і теорія соціального навчання А. Бандури.
55. Охарактеризуйте основні теорії масової комунікації: теорія фреймінгу, теорія медійної залежності, теорія праймінгу, теорія ефекту третьої особи.
56. Охарактеризуйте основні теорії масової комунікації: теорія змови, або теорія “пропагандистська модель”, теорія медійної грамотності, теорія самореференції Н. Лумана. Комплексна теорія Д. Мак-Квейла.
57. Охарактеризуйте моделі масової комунікації: модель комунікації як трансмісії, модель експресивна(ритуальна), модель розголосу, модель рецепції.
58. Визначте особливості напрямів досліджень масової комунікації: дослідження медіавпливу та інші напрями досліджень.
59. Розкрийте поняття структури і логіки наукового дослідження.
60. Класифікуйте методи досліджень масової комунікації.

**9. Критерії оцінювання знань, вмінь, компетентностей здобувачів освіти з навчальної дисципліни»:**

Бали / Рівні навчальних досягнень	Критерії оцінювання
«Відмінно» / Високий	Оцінюється завдання, що містить відповіді, в яких навчальний матеріал відтворюється в повному обсязі, відповідь правильна, обґрунтована, логічна, містить аналіз і систематизацію, зроблені аргументовані висновки. Здобувач освіти активно працює протягом усього курсу і показує при цьому глибоке оволодіння лекційним матеріалом, здатний висловити власне ставлення до альтернативних міркувань з конкретної проблеми, здатний застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності, здатний здійснювати професійну діяльність відповідно до актів законодавства та міжнародних стандартів (за наявності), здатний аналізувати та прогнозувати інформаційні потреби медіаринку, оперативно збирати інформацію, дотримуватися балансу думок, працювати з джерелами, взаємодіяти з аудиторією; проявляє знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності, вміння самостійно та аргументовано викладати матеріал. Практичне завдання виконане правильно, як з використанням типового алгоритму, так і за самостійно розробленим алгоритмом.
«Добре» / Достатній	Оцінюється завдання, що містить відповіді, в яких відтворюється значна частина навчального матеріалу. Здобувач освіти виявляє знання і розуміння основних положень з навчальної дисципліни, певною мірою може аналізувати матеріал, порівнювати та робити висновки. Здобувач освіти активно працює протягом усього курсу, питання висвітлює повно, висвітлення їх завершене висновками, виявлене уміння аналізувати факти й події, а також виконувати навчальні завдання. У відповідях допущені несуттєві помилки при застосуванні знань зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності, при аналізуванні та прогнозуванні інформаційних потреб медіаринку, при зборі інформації, при роботі з першоджерелами, при взаємодії аудиторією; в усних відповідях – неточності, має місце недостатня аргументованість при викладенні матеріалу, нечітко виражене ставлення слухача до фактів.
«Задовільно» / Середній	Оцінюється завдання, що містить відповіді, в яких відтворюються основні положення навчального матеріалу на рівні запам'ятовування без достатнього розуміння; здобувач освіти у цілому оволодів суттю питань з даної теми, виявляє знання лекційного матеріалу, навчальної літератури,

	<p>намагається аналізувати факти й події, робити висновки. Але на заняттях поводить себе пасивно, відповідає лише за викликом викладача, дає неповні відповіді на запитання, припускається грубих помилок при застосуванні знань зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності, при аналізуванні та прогнозуванні інформаційних потреб медіаринку, при зборі інформації, при роботі з першоджерелами, при взаємодії аудиторією, при висвітленні теоретичного матеріалу. У практичних завданнях припущені несуттєві помилки.</p>
«Незадовільно»/ Початковий	<p>Оцінюється завдання, що не виконане, або містить відповіді на рівні елементарного відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів, фрагментів навчального матеріалу. Здобувач освіти виявив неспроможність висвітлити питання чи питання висвітлені неправильно, безсистемно, з грубими помилками, відсутні розуміння основної суті питань, висновки, узагальнення. У відповідях та практичному завданні припущені суттєві помилки.</p>

## 10. Література

### Основні рекомендовані джерела

1. Лалл Д. Комунікації і здатність до взаємодії // Мас-медіа, комунікація, культура. Глобальний підхід : пер. з англ. / Д. Лалл. – К., 2002. – С. 17–18.
2. Берегова О. М. Сучасні комунікації технології в культурі України : навч. посіб. / О. М. Берегова. – К. : НМАУ ім. П. І. Чайковського, 2006. – 180 с.
3. Гоне Ж. Освіта і засоби масової інформації / Жак Гоне ; пер. з фр. М. Марченко. – К. : К.І.С., 2002. – 100 с.
4. Державність, мораль і засоби масової інформації : матеріали наук.-практ. конф., 7–9 серп. 2000 р. / упоряд. В. М. Денисюк, А. М. Якубюк. – Луцьк : Надстир'я, 2000. – 132 с.
5. Павлюк Л. Риторика, ідеологія, персуазивна комунікація / Л. Павлюк. Л. : ПАІС, 2007. – 168 с.
6. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов. – К. : Знання, 2006. – 327 с.
7. Беляков О. Досвід мас-медіа в Україні // Масова комунікація та екологічна політика / О. Беляков. – К., 2001. – С. 61–85.
8. Гоне Ж. ЗМІ і ставлення до знань // Освіта і засоби масової інформації / Ж. Гоне. – К., 2002. – С. 23–35.
9. Лалл Дж. Комунікаційні канали: некеровані технології / Д. Лалл // Мас-медіа, комунікація, культура. Глобальний підхід : пер. з англ. / Д. Лалл. – К., 2002. – С. 180–189.

### Додаткова література

1. Бежнар Г.П. Теорія масової культури: курс лекцій: навчальний посібник [електронне видання]. Київ, 2020. 49 с.
2. Вальорска А.М. Діпфейк та дезінформація: практ. посіб.; пер. з нім. В. Олійника. Київ: Академія української преси; Центр Вільної Преси, 2020. 36 с.
3. Титаренко М. Комунікація від нуля. Есеї для Мані. Львів : Видавництво Старого Лева, 2019. 232 с.
4. Шевченко В. Е Мультимедійний контент: навчальний посібник К.: ВПЦ «Київський університет», 2017. 239 с.
5. Житарюк М. Г. Теорії та моделі масової інформації (Масова комунікація): навч.-метод. посібник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 244 с.
6. Холод О.М. Теорія масової комунікації: курс лекцій. Київ: Інтерсервіс, 2022. 146 с.

## Додатки

(зразки завдань для перевірки знань)

Приклад різнорівневого завдання

**Початковий рівень – по 0,5 балів**

- 1) аніматор не може:
  - а) працювати у прямому ефірі
  - б) висловлювати власні думки
  - в) бути смішним
- 2) принципал у медіа-текстах
  - а) обов'язковий
  - б) необов'язковий
- 3) комунікативна стратегія – це
  - а) шляхи досягнення
  - б) спосіб мислення
  - в) вид реакції
- 4) комунікативний процес – це
  - а) стратегія+код
  - б) стратегія+дискурс
  - в) стратегія+ЗМІ

**Середній рівень – по 0,5 бала**

- 1) засобами масової комунікації є
  - а) це канали та засоби передачі інформаційних повідомлень на великі території та маси
  - б) різні способи розповсюдження інформації
- 2) що є головним завданням ЗМІ?
  - а) розповсюдження інформації різними способами
  - б) поширення інформації в маси за допомогою каналів зв'язку
- 3) до якого типу ЗМК можна віднести подану характеристику: для поширення інформації у суспільство використовується преса, інтернет, радіо, телебачення.
  - а) мас-медійна комунікація
  - б) рекламна комунікація

**Достатній рівень – 1 бал**

- 1) Спільне та особливе в поняттях «комунікація» та «спілкування».

**Високий рівень – по 0,5 бала**

- 1) Поставити п'ять оригінальних запитань до теми «Моделі комунікації»: – перший варіант: соціально відповідальної, авторитарної; – другий варіант: комуністично-фашистської, ліберальної.