

Міністерство освіти і науки України
Херсонський державний університет
Кафедра соціальних комунікацій

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри соціальних
комунікацій



доц. Рембецька О.В.

«28» серпня 2017 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.2.1. «МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ ТА ІНФОРМАЦІЯ»

Спеціальність 035.01 Філологія (українська мова та література)

Факультет української філології та журналістики

2017– 2018 навчальний рік

Робоча програма з дисципліни «Масова комунікація та інформація» для студентів спеціальності 035.01 Філологія (українська мова та література)

Розробники: Юріна Ю.М., кандидат філологічних наук, доцент кафедри

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри соціальних комунікацій

Протокол від «28» серпня 2017 року № 1

Завідувач кафедри соціальних комунікацій



(доц. Рембецька О.В.)

(підпис)

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів: денна форма: 1 семестр – 5,0 2 семестр - 5,0 Всього: 10	Галузь знань 03 Гуманітарні науки	Нормативна	
Модулів – 2	спеціальність 035 Філологія (українська мова та література)	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		2-й	2-й
Загальна кількість годин Денна форма – 300 годин		Семестри:	
		3-й	3-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи студента - 5	Рівень вищої освіти: бакалавр	Лекції	
		1 семестр – 30 год. 2 семестр – 34 год. Всього: 64 год.	
		Практичні, семінарські	
		1 семестр – 26 год. 2 семестр – 30 год. Всього: 56 год.	
		Самостійна робота	
		180 год.	
		Вид контролю: 1 семестр - диф. залік, 2 семестр - залік	

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної роботи становить:
для денної форми навчання – 40% 60%;

2. Мета та завдання навчальної дисципліни:

Програма вивчення навчальної дисципліни «Масова комунікація та інформація» складена відповідно до освітньо-професійної програми бакалаврів спеціальності 035 Філологія (українська мова та література).

Мета курсу «Масова комунікація та інформація» є формування знань про масову комунікацію, або масове спілкування, та інформацію як соціальний феномен, про законодавче регулювання масово-інформаційної діяльності, про національний інформаційний простір, про характеристики та сегментацію аудиторії, на яку спрямована робота журналіста. Масова комунікація та інформація розглядаються з суспільно-філософських позицій та в аспекті практичної діяльності.

Завдання курсу:

Пізнавальні – аналізувати масово-інформаційну діяльність, осмислити ефективність масової комунікації, її основні засоби і методи впливу на маси, ознайомити студентів із основними видами та функціями масової інформації.

Методичні – вільно володіти термінологією, правильно використовувати основні поняття курсу «комунікація», «маси», «масова інформація».

Практичні – визначати закономірності функціонування інформації в суспільстві, робити зіставний аналіз теорій масової комунікації, розрізняти учасників масового спілкування за функціями, завданнями, методами, засобами праці тощо.

Предмет навчальної дисципліни

Предметом вивчення курсу «Масова комунікація та інформація» є природа масової комунікації як явища у різних його аспектах, а також інформація як філософський, соціальний феномен та роль масової інформації у процесах формування громадської думки.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні набути таких компетентностей: Студенти повинні знати:

- o структуру та основні види масової комунікації;
- o засоби і методи впливу на маси;
- o сутність масової інформації;
- o закони і підзаконні акти, які регулюють журналістську діяльність в Україні;
- o загальні характеристики аудиторії ЗМІ;
- o особливості, типи і види інформаційних процесів;
- o етичні норми та професійні стандарти роботи журналіста.

Студенти повинні вміти:

- o відрізняти масову комунікацію від інших видів комунікації;
- o вміло використовувати засоби і методи впливу на маси;
- o кваліфікувати види інформації встановлювати відповідність інформації видовим характеристикам;
- o встановлювати відповідність інформаційної діяльності законам України;
- o визначати цільову аудиторію;
- o аналізувати журналістські матеріали на відповідність професійним стандартам.

Місце навчальної дисципліни в структурно-логічній схемі. Ця дисципліна створює систему ґрунтовних знань про специфіку діяльності ЗМІ, принципи та функції журналістики, типи, види і особливості масово-інформаційної діяльності. Ці знання дозволяють студентам опанувати різні аспекти діяльності журналіста. Курс готує студентів до вивчення фахових дисциплін в сфері медіалінгвістики..

Система контролю знань та умови складання іспиту. Навчальна дисципліна «Масова комунікація та інформація» оцінюється за модульною системою. Вона складається з 2 модулів.

Форми поточного контролю: усні відповіді на семінарських заняттях, оцінювання домашніх самостійних завдань; тестів та контрольних робіт виконаних студентами під час семінарських занять.

Програма навчальної дисципліни

Масова комунікація як явище. Поняття про масову комунікацію. Визначення масової комунікації. Комунікація як процес та його ознаки. Модель масової комунікації. Функції масової комунікації. Природа масової комунікації. Періоди розвитку масової комунікації (доіндустріальний, індустріальний, новітній) та їх етапи. Характер масової комунікації. Система масової комунікації. Структура масової комунікації.

Внутрішньоособистісна, міжособистісна, внутрішньо-групова, міжгрупова, масова комунікація. Типи комунікації за масштабністю процесу комунікації, за ступенем організованості. Форми комунікації. Моделі комунікації.

Види масової комунікації. Масмедійні комунікації. Рекламна комунікація. PR-комунікації. Пропагандистська комунікація. Агітаційна комунікація. Фактори масової комунікації. Людські (особистісні) фактори масової комунікації. Інструментально-технологічні фактори масової комунікації. Ситуаційні фактори масової комунікації.

Маси. Формування мас, їх види та ознаки. 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.

Комунікатори і комуніканти як суб'єкти комунікації. Поняття про професійного комуніканта. Професійний і соціальний аспекти діяльності професійних комунікантів. Типи комунікантів у масовій комунікації. Творче й виробниче в діяльності професійних комунікантів.

Історія інформаційного розвитку суспільства. Періодизація та об'єкти дослідження. Періоди засобів локальної, напівмасової, масової передачі інформації. Поняття інформації та загальні її властивості.

Природа інформації. Якість інформації: характеристика основних її форм. Новизна інформації. Цінність та своєчасність інформації. Достовірність інформації. Суспільна й масова інформація та основні її функції. Основні види інформації. Визначення інформації в різних науках. Суспільні ролі масової інформації. Функції масової інформації. Створення й види опрацювання повідомлень масової інформації.

Джерела інформації. Методи створення повідомлень. Види аналітико-синтетичного опрацювання повідомлень масової інформації. Автоматизація опрацювання повідомлень.

Основні принципи інформаційних відносин. Забезпечення власного інформаційного продукту в національному інформаційному просторі. Національний інформаційний простір України. Суб'єкти національного інформаційного простору. Основні межі національного інформаційного простору України.

Концепція розвитку телеінформаційного простору України. Цінність інформації. Масова комунікація в державі. Інформаційний простір держави. Закони України про інформацію. Органи керування інформаційним простором. Інформаційна політика держави. Характеристика принципів інформаційних відносин. Інформаційна галузь держави. Інформаційна безпека держави, інформаційні війни, методи захисту.

Масовий вплив як комунікаційний процес. Основи масовокомунікаційного впливу. Визначення масовокомунікаційного впливу. Концептуальні засади масовокомунікаційного впливу. Професійні засади масовокомунікаційного впливу. Види масовокомунікаційного впливу (масове зараження, масова сугестія, масова маніпуляція). Види масовокомунікаційних технологій. Настрої, думки, свідомість і поведінка мас.

Масовокомунікаційна індустрія як комунікант. Зміст поняття “комунікативні технології”. Комунікативна діяльність та її складові. Типи комунікації. Функції комунікативних одиниць. Типологія комунікативних досліджень у сучасному науковому дискурсі.

Структура і функції ЗМК в системі управління масовою комунікацією. Комунікаційна кампанія й виробництво інформації. Трансформація систем масової комунікації.

Масовий вплив як комунікаційний процес. Поняття впливу в журналістико-знавстві. Основи масовокомунікаційного впливу. Концептуальні засади масово-комунікаційного впливу. Види масовокомунікаційного впливу. Масове зараження. Масова сугестія. Масова маніпуляція.

Технологія масовокомунікаційного впливу. Поняття про технологію. Основні атрибути технології впливу. Концептуальні засади масовокомунікаційних технологій. Ознаки технологій масового впливу в рамках концепту “четверта влада”.

Засоби, методи, техніки масовокомунікаційного впливу. Засоби масово-комунікаційного впливу. Методи комунікаційного впливу. Техніки комунікаційного впливу.

Поняття ефективності комунікації. Поняття комунікативного акту й комунікативного ефекту в масовій комунікації. Ефективність комунікації і її складові. Неefективна комунікація. Причини зниження ефективності комунікації. Ситуативні типи комунікаторів. Культура комунікації.

Типологія комунікативних ефектів. Комунікативний ефект як результат сприймання журналістського матеріалу. Комунікативні ефекти пов’язані зі зміною інформаційної компетенції. Комунікативні ефекти пов’язані зі зміною психологічного стану комуніката. Логічні комунікаційні ефекти. Комунікативний ефект з погляду процесуальних характеристик.

Комунікативні ефекти як реакція на повідомлення. Передбачувані й непередбачувані комунікативні ефекти. Проблема комунікативного очікування і стандарти журналістської діяльності. Комунікативні моделі реагування. Статичні й динамічні комунікативні ефекти та принципи їх формування. Комунікативний ефект і цілісність журналістського твору.

Види масовокомунікаційних технологій. Масовокомунікаційні технології. Технології проектування та змін соціального простору. Інформаційні технології. Інформаційні інтерактивні технології, або інтерактивні технології спілкування. PR-технології. Рекламні технології.

Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма					Заочна форма						
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	л	інд	с.р.		л	п	лб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7						
Змістовий модуль 1. Масова комунікація як професійна масово-інформаційна діяльність												
Тема 1. Вступ. Масова комунікація як явище.	18	4	4			10						
Тема 2. Природа та історія розвитку масової комунікації.	23	4	4			15						
Тема 3. Типи, форми і моделі комунікації.	18	4	4			10						
Тема 4. Види масової комунікації.	23	4	4			15						
Тема 5. Фактори масової комунікації.	18	4	4			10						
Тема 6. Маси. Формування мас, їх види та ознаки.	25	6	4			15						
Тема 7. Комунікатори і комуніканти як суб'єкти комунікації.	21	4	2			15						
Разом за змістовим модулем 1.	146	30	26			90						
Змістовий модуль 2. Властивості інформації як базового поняття масової комунікації												
Тема 1. Поняття інформації. Типологічна характеристика масової інформації.	8	2	2			10						
Тема 2-3. Історія інформаційного розвитку суспільства.	8	4	4			10						
Тема 4-5. Основні властивості інформації, їх оцінювання та вимірювання.	8	4	4			10						
Тема 6. Законодавче регулювання масовоінформаційної діяльності	8	2	2			10						
Тема 7. Види інформації та основні її функції.	8	2	4			10						
Тема 8. Сегментація аудиторії та її соціально-психологічні характеристики.	8	4	2			6						
Тема 9. Інформаційний простір. Види та особливості.	8	4	4			10						
Тема 10. Створення, зберігання та тиражування інформації.	8	2	2			4						

Тема 11. Джерела інформації та робота з ними.	8	2	2			10						
Тема 12. Суспільна думка та масовоінформаційна діяльність.	8	4	2			5						
Тема 13-14. Інформаційна безпека держави. Інформаційна війна.	10	4	2			5						
Разом за змістовим модулем 2		34	30			90						
Всього	300	64	56			180						

Змістовий модуль 1.
Масова комунікація як професійна масово-інформаційна діяльність
Лекційні модулі:

№	Тема
1	Вступ. Масова комунікація як явище.
2	Природа та історія розвитку масової комунікації.
3	Типи, форми і моделі комунікації.
4	Види масової комунікації.
5	Фактори масової комунікації.
6	Маси. Формування мас, їх види та ознаки.
7	Комунікатори і комуніканти як суб'єкти комунікації.

Семінарські модулі:

№	Тема
1	Вступ. Масова комунікація як явище.
2	Природа та історія розвитку масової комунікації.
3	Типи, форми і моделі комунікації.
4	Види масової комунікації.
5	Фактори масової комунікації.
6	Маси. Формування мас, їх види та ознаки.
7	Комунікатори і комуніканти як суб'єкти комунікації.

Модулі самостійної роботи

№	Тема
1	Вступ. Масова комунікація як явище.
2	Природа та історія розвитку масової комунікації.
3	Типи, форми і моделі комунікації.
4	Види масової комунікації.
5	Фактори масової комунікації.

6	Маси. Формування мас, їх види та ознаки.
7	Комунікатори і комуніканти як суб'єкти комунікації.

Змістовий модуль 2.

Властивості інформації як базового поняття масової комунікації

Лекційні модулі:

1	Поняття інформації. Типологічна характеристика масової інформації.
2	Історія інформаційного розвитку суспільства.
3	Основні властивості інформації, їх оцінювання та вимірювання.
4	Законодавче регулювання масовоінформаційної діяльності
5	Види інформації та основні її функції.
6	Сегментація аудиторії та її соціально-психологічні характеристики.
7	Інформаційний простір. Види та особливості.
8	Створення, зберігання та тиражування інформації.
9	Джерела інформації та робота з ними.
10	Суспільна думка та масовоінформаційна діяльність.
11	Інформаційна безпека держави. Інформаційна війна.

Практичні модулі:

1	Поняття інформації. Типологічна характеристика масової інформації.
2	Історія інформаційного розвитку суспільства.
3	Основні властивості інформації, їх оцінювання та вимірювання.
4	Законодавче регулювання масовоінформаційної діяльності
5	Види інформації та основні її функції.
6	Сегментація аудиторії та її соціально-психологічні характеристики.
7	Інформаційний простір. Види та особливості.
8	Створення, зберігання та тиражування інформації.
9	Джерела інформації та робота з ними.
10	Суспільна думка та масовоінформаційна діяльність.
11	Інформаційна безпека держави. Інформаційна війна.

Модулі самостійної роботи:

1	Поняття інформації. Типологічна характеристика масової інформації.
2	Історія інформаційного розвитку суспільства.
3	Основні властивості інформації, їх оцінювання та вимірювання.
4	Законодавче регулювання масовоінформаційної діяльності
5	Види інформації та основні її функції.
6	Сегментація аудиторії та її соціально-психологічні характеристики.
7	Інформаційний простір. Види та особливості.
8	Створення, зберігання та тиражування інформації.
9	Джерела інформації та робота з ними.
10	Суспільна думка та масовоінформаційна діяльність.
11	Інформаційна безпека держави. Інформаційна війна.

Методи навчання

Під час викладання дисципліни «Масова комунікація та інформація» передбачає комплексне використання різноманітних методів організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності студентів та методів стимулювання і мотивації їх навчання, що сприяють розвитку творчих засад особистості майбутнього журналіста, журналістикознавця, працівника мас-медіа з урахуванням індивідуальних особливостей учасників навчального процесу й спілкування.

З метою формування професійних компетенцій широко впроваджуються інноваційні методи навчання, що забезпечують комплексне оновлення традиційного педагогічного процесу. Це, наприклад, комп'ютерна підтримка навчального процесу (відео-лекція з теми «Маси. Формування мас, їх види та ознаки», слайд-презентації з теми: «Історія інформаційного розвитку суспільства»), впровадження інтерактивних методів навчання:

- «акваріум» - одна мікрогрупа працює окремо, в центрі, після обговорення викладає результат, а решта груп слухає, не втручаючись; після цього групи зовнішнього кола обговорюють виступ групи і власні здобутки з теми: «Створення й види опрацювання повідомлень масової інформації».

- робота в малих групах - в процесі обговорення типів та форм масової комунікації, під час створення моделей масової комунікації.

- мозковий штурм під час опрацювання теми «Комунікатори і комуніканти як суб'єкти комунікації».

Методи контролю

Педагогічний контроль здійснюється з дотриманням вимог об'єктивності, індивідуального підходу, систематичності і системності, всебічності та професійної спрямованості контролю.

Використовуються такі методи контролю, які мають сприяти підвищенню мотивації студентів - майбутніх медійників до навчально-пізнавальної діяльності. Відповідно до специфіки фахової підготовки перевага надається **усному, програмованому, практичному і тестовому контролю.**

Тестові запитання

Завдання 1-20 на вибір однієї правильної відповіді

1. Комунікація – це...
 - А) результат певного спілкування
 - Б) процес пошуку результату (порозуміння і згоди)
 - В) об'єднання людей в спільноту

2. Учасниками комунікації є:
 - А) комунікатор і комунікат
 - Б) об'єкт і предмет
 - В) мовець і маси

3. Спілкування і мовлення це:
 - А) різні поняття
 - Б) тотожні поняття
 - В) синоніми

4. Ознаки масового спілкування:
 - А) комунікатор, комунікат, засоби комунікації, духовно-інтелектуальна єдність, соціально-психічна здатність до спілкування.
 - Б) комунікатори, спільна свідомість, мова, загальнозрозумілі знакові системи, засоби спілкування, соціально-психічна здатність до спілкування.
 - В) комунікатори, спільна свідомість, мова, засоби спілкування, канал передачі інформації.

5. Функціями комунікації є:
 - А) пізнавальна, естетична, морально-етична
 - Б) стратегічна, інформаційна, інтеграційна
 - В) ідентифікаційна, емоційно-експресивна, гносеологічна.

6. Порозуміння – це:

- А) важливий чинник комунікації
- Б) результат комунікації
- В) основа процесу спілкування

7. Масова комунікація має таку структуру:

- А) комунікат, повідомлення, засоби спілкування, тема спілкування, матеріал, інформаційний продукт.
- Б) комунікант, комунікат, мета, засоби, канал передачі.
- В) прогнозування аудиторії, визначення теми, збір матеріалу, розробка теми, створення інформаційного продукту, його поширення.

8. Масову комунікацію досліджували:

- А) В.Іванов, В.Різун, З. Партико.
- Б) С.Свириденко, Г.Почепцов, А. Михайлин.
- В) С.Квіт, О.Зернецька, А.Москаленко.

9. В історії розвитку масової комунікації виділяють:

- А) два періоди (індустріальний та доіндустріальний)
- Б) три періоди (доіндустріальний, індустріальний та новітній)
- В) чотири періоди (дописемний, писемний, друкований, аудіовізуальний)

10. Що стало причиною запровадження свідомого авторства:

- А) виникнення друкарства
- Б) запровадження письма
- В) виникнення дописемного спілкування

Складний рівень:

11. Дайте розгорнуте визначення процесу комунікації:

12. Назвіть основні види масової комунікації.

13. Які форми комунікації ви знаєте?

14. Перерахуйте всі формати масової комунікації.

15. Наведіть приклади моделей комунікації.

Відповіді:

- 1. Б
- 2. В
- 3. А
- 4. Б
- 5. Б
- 6. Б
- 7. В
- 8. В
- 9. Б
- 10. В

Теми рефератів до курсу «Масова комунікація та інформація»

1. Типологія комунікативних досліджень у сучасному науковому дискурсі.
2. Критерії ефективності комунікації та її основні складові.
3. Стратегічні й тактичні підходи до організації інформаційної діяльності.
4. Інформаційне (змістове) моделювання в рекламі. Функціонально-сміслова характеристика обов'язкових застережних концептів (на матеріалі реклами алкогольних і тютюнових виробів).
5. Журналістика очима менеджера PR.
6. Специфіка рекламного впливу: принципи й ефективність побудови рекламного блоку на телеканалі (за вибором студента).
7. Специфіка рекламного впливу: ефекти зовнішньої реклами. Плакат і його модернізовані форми.
8. Специфіка рекламного впливу: брендинг та тенденції його розвитку в Україні.
9. Експертна оцінка як технологія комунікативного впливу.
10. Прийоми структурування змісту твору, їх використання у ЗМІ.
11. Прийоми реклами та технологічний аспект комунікації, способи використання рекламних прийомів у журналістському матеріалі.
12. Потенційні можливості НЛП у комунікаційних технологіях.
13. Риторичні прийоми маніпуляції та особливості їх використання в масовоінформаційній діяльності.
14. Типи девіацій, їх вияв у масовоінформаційній діяльності.
15. Панорама політичних стратегій, їх комунікативна реалізація (на матеріалі політичної реклами).
16. Закономірності логіко-семантичного оперування сприймачем у масовоінформаційній діяльності.
17. Принципи позиціонування суб'єктів комунікативної дії в національному інформаційному просторі.
18. Аналіз рекламного твору: вади, причини неадекватності та способи усунення вад.
19. Аналіз PR-стратегії з позиції її комунікативного вираження: типологія прийомів та характеристика доцільності їх використання.
20. Ефективна реклама (практичний проект).
21. Ефективний PR (практичний проект, сценарій).
22. Ефективна стаття (практичний проект).
23. Граф як модель реальності.
24. Ефективність висловлювання як комунікативна модель (практичний проект).
25. Ефективність НЛП: ситуації, прийоми, прогноз результатів (практичний проект, сценарій).
26. Комунікативний ефект як результат сприймання медійного матеріалу.
27. Забезпечення комунікативної мети в багатовекторній та розмежованій у часі комунікаціях.
28. Основні засоби інформаційного комфорту.
29. Ефективні прийоми в інформаційних акціях.
30. Етичні складові масовокомунікаційної діяльності.
31. Типові ефекти актуального медійного простору та наслідки їх продукування.

32. Етичні складові масовокомунікаційної діяльності.
33. Типові ефекти актуального медійного простору та наслідки їх продукування.
34. Типологія помилок автора й редакторського колективу при формуванні комунікативного ефекту.
35. Проблема забезпечення комунікативної мети в багатовекторній та розмежованій у часі комунікаціях.

Питання до заліку

1. Масова комунікація як явище.
2. Поняття про масову комунікацію. Визначення масової комунікації.
3. Комунікація як процес та його ознаки.
4. Модель масової комунікації.
5. Функції масової комунікації.
6. Природа масової комунікації.
7. Періоди розвитку масової комунікації (доіндустріальний, індустріальний, новітній) та їх етапи.
8. Характер масової комунікації.
9. Система масової комунікації.
10. Структура масової комунікації.
11. Внутрішньоособистісна, міжособистісна, внутрішньо-групова, міжгрупова, масова комунікація.
12. Типи комунікації за масштабністю процесу комунікації, за ступенем організованості.
13. Форми комунікації.
14. Моделі комунікації.
15. Види масової комунікації.
16. Масмедійні комунікації.
17. Рекламна комунікація.
18. PR-комунікації.
19. Пропагандистська комунікація.
20. Агітаційна комунікація.
21. Фактори масової комунікації.
22. Людські (особистісні) фактори масової комунікації.
23. Інструментально-технологічні фактори масової комунікації.
24. Ситуаційні фактори масової комунікації.
25. Маси. Формування мас, їх види та ознаки.
26. Поняття про маси. Визначення мас.
27. Види мас. Стихійні і штучні маси. Ознаки маси.
28. Фази існування маси. Масифікація. Натовп і публіка.
29. Масова аудиторія. Настрої, думки, свідомість і поведінка мас.
30. Комунікатори і комуніканти як суб'єкти комунікації.
31. Поняття про професійного комуніканта.
32. Професійний і соціальний аспекти діяльності професійних комунікантів.
33. Типи комунікантів у масовій комунікації. Творче й виробниче в діяльності професійних комунікантів.
34. Історія інформаційного розвитку суспільства. Періодизація та об'єкти дослідження.
35. Періоди засобів локальної, напівмасової, масової передачі інформації.
36. Поняття інформації та загальні її властивості.
37. Природа інформації.
38. Якість інформації: характеристика основних її форм.

39. Новизна інформації.
40. Цінність та своєчасність інформації.
41. Достовірність інформації.
42. Суспільна й масова інформація та основні її функції.
43. Основні види інформації. Визначення інформації в різних науках.
44. Суспільні ролі масової інформації.
45. Функції масової інформації.
46. Створення й види опрацювання повідомлень масової інформації.
47. Джерела інформації.
48. Методи створення повідомлень.
49. Види аналітико-синтетичного опрацювання повідомлень масової інформації.
50. Автоматизація опрацювання повідомлень.
51. Основні принципи інформаційних відносин. Забезпечення власного інформаційного продукту в національному інформаційному просторі.
52. Національний інформаційний простір України. Суб'єкти національного інформаційного простору.
53. Основні межі національного інформаційного простору України.
54. Концепція розвитку теле- інформаційного простору України.
55. Цінність інформації.
56. Масова комунікація в державі.
57. Інформаційний простір держави.
58. Закони України про інформацію.
59. Органи керування інформаційним простором.
60. Інформаційна політика держави.
61. Характеристика принципів інформаційних відносин.
62. Інформаційна галузь держави. Інформаційна безпека держави, інформаційні війни, методи захисту.
63. Масовий вплив як комунікаційний процес
64. Основи масовокомунікаційного впливу
65. Визначення масовокомунікаційного впливу
66. Концептуальні засади масовокомунікаційного впливу
67. Професійні засади масовокомунікаційного впливу
68. Види масовокомунікаційного впливу (масове зараження, масова сугестія, масова маніпуляція).
69. Види масовокомунікаційних технологій
70. Настрої, думки, свідомість і поведінка мас.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА

1. Засоби масової інформації: професійні стандарти, етика та законодавчі норми: наукове видання / Укл.: Петрів Т., Сафаров А., Сюмар В., Чекмишев О., – К.: Ніч лава, 2006. – 100 с.
2. Засоби масової інформації: Українське законодавство. – К.: IREX, 2004. – 367 с.
3. Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. – К.: Освіта, 1999.
4. Квіт С. Масові комунікації: Підручник. – К.: Вид. Дім “Києво-Могилянська академія”, 2008.
5. Масова комунікація: Підручник / А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Іванов, В. А. Вергун.— К.: Либідь, 1997. – 216 с.
6. Москаленко А.З. Теорія журналістики: Підручник. – К.: Експрес-об’ява, 1998. – 334 с.
7. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. – К.: Видавничий центр “Київський університет”, 1999.
8. Різун В. В. Теорія масової комунікації. Підручник. – К.: Просвіта, 2008. – 260 с.
9. Українське законодавство: засоби масової інформації / Підготовлено Програмою правового захисту та освіти ЗМІ IREX У-Медіа. – К., 2004. – 368 с.

ДОДАТКОВА ЛІТЕРАТУРА

1. Джеймс, Лалл. Мас-медіа, комунікація, культура. Глобальний підхід. – К.: “Вид-во “К.ІС”, 2002.
2. Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с.
3. Корнев М. Н., Фомічова В. М. Психологія масової поведінки / Ін-т після-дипломної освіти Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка. – К., 2000.
4. Набруско В. І. Формування громадської думки в умовах легітимації політичної влади (масовокомунікативний вимір). Наукова робота на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук. Науковий керівник доктор філологічних наук В. В. Різун / Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка; Інститут журналістики. – Київ, 2007.
5. Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследования. – М.: Институт социологии РАН, 2002.
6. Ольшанский Д. В. Психология масс. – СПб: Питер, 2001.
Основы творческой деятельности журналиста. – СПб., 2000. – 185 с.
7. Партико З. В. Образна концепція теорії інформації. – Монографія. Л: Видавн. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2001. – 134 с.
8. Пронин Е.И. Текстовые факторы эффективности журналистского воздействия. – М.: Изд-во МГУ, 1981. – 158 с.
9. Путівник ретельного журналіста. – К., 2007. – 174 с.
10. Рендол Д. Універсальний журналіст. – К.ТАСІС- Бі-Бі-Сі, 2007. – 150 с.
11. Різун В.В. Природа й структура комунікативного процесу // <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1005>
12. Різун В. В., Мелещенко О. К. Інформаційні мережі в засобах масової інформації. Канал ИНФО-ТАСС / Київ. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 1992. – 96 с.
13. Різун В. В. Основи комп'ютерного набору і коректури: Підручник. – К.: Либідь, 1993. – 172 с.
14. Самарцев О. Р. Творческая деятельность журналиста. – СПб., 2008.
15. Свириденко С. С. Современные информационные технологии. – М.: Радио и связь, 1989. – 300 с.

16. Смирнов С. В. Становление основ общественного производства (Материально-технический аспект проблемы).- К.: Наук. думка, 1983.- 260 с.
17. Толкачова Н. Звичаєве право: Навчальний посібник.— 2-е вид. перероб. і доп. — К.: ВПЦ “Київський університет”, 2006. — 367 с.
18. Чічановський А. А. Новина в журналістиці. — К.: Грамота, 2003.
19. Чекмишев О.В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики: Підручник-практикум. — К.: Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2004. — 130 с.
20. Халер М. Пошук і збір інформації. — К.: Арт-Аз, 2006. — 180 с.
21. Юрченко А. О. Специфіка комунікативних ефектів аналітичних статей (на прикладі матеріалів інтернет-видання «Українська правда»). Спеціальність 8.030201 – журналістика. Наукова робота на здобуття кваліфікації магістра. Науковий керівник к. філол. н, доц. Чекмишев О. Д.; Науковий консультант к. філол. н., асистент Корнєєв В. М. / Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка; Інститут журналістики. – Київ, 2007.

ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ:

1. Квіт С. Масові комунікації: Підручник // http://pidruchniki.ws/13761025/zhurnalistika/klyuchovi_ponyattya_masovih_komunikatsiy
2. Редакційні настанови Бі-Бі-Сі для авторів випусків новин та інформаційних програм // www.bbc.co.uk
3. Різун В.В. Маси // <http://journalib.univ.kiev.ua/Mass.pdf>
4. Різун В.В. Природа й структура комунікативного процесу // <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1005>
5. http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_sk/2010_2/files/SC210_05.pdf

Дисципліна: **Масова комунікація та інформація**

Форма контролю: **диф.залік, залік**

Рівень, шкала ECTS, оцінка	Теоретична підготовка	Практичні уміння й навички
1	2	3
Зараховано 60-100 б.	можна оцінити відповідь студента, який досконало засвоїв основні поняття з курсу. Засвоєнні знання студент вміє застосувати при аналізі текстів.	При виконанні контрольних робіт студент дотримується всіх вимог, передбачених програмою курсу. Крім того, його дії відрізняються раціональністю, вмінням оцінювати помилки й аналізувати результати. Студент може застосувати свої теоретичні знання на практиці
Не зараховано 1-59 б.	можна оцінити відповідь студента, який не засвоїв основних понять навчальної дисципліни	Під час виконання практичних робіт студент не уміє користуватися окремими прикладами, не може самостійно виконати роботу, аналіз тексту та зробити висновки

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ

Відсоток правильних відповідей	Оцінка
86 - 100	відмінно – А
79 – 85	добре – В
71 - 78	добре – С
64 – 70	задовільно – D
56 – 63	задовільно – E
27 – 55	незадовільно F
0 - 26	незадовільно FX

Кількість правильних відповідей	Оцінка
30 - 26	відмінно – А
25 – 24	добре – В
23 - 21	добре – С
20 – 18	задовільно – D
17 – 15	задовільно – E
14 – 5	незадовільно F
5 – 0	незадовільно FX

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Оцінювання проводиться за *семибальною шкалою*.

Оцінка «відмінно» - (А) виставляється, якщо студент в повному обсязі виконав усі завдання. Студент орієнтується в матеріалі, який був предметом його вивчення, відповідає на поставлені викладачем питання. Виконані завдання відповідають усім вимогам щодо оформлення самостійної роботи (реферат, законспектовані статті, записані відповіді на теоретичні питання). Робота здана своєчасно.

Оцінка «добре» - (В) виставляється, якщо студент в повному обсязі виконав усі завдання. Студент орієнтується в матеріалі, який був предметом його вивчення, проте при відповіді на поставлені викладачем питання *допускає незначні неточності*. Виконані завдання відповідають усім вимогам щодо оформлення самостійної роботи (реферат, законспектовані статті, записані відповіді на теоретичні питання). Робота здана своєчасно.

Оцінка «добре» - (С) виставляється, якщо студент в повному обсязі виконав усі завдання. Студент орієнтується в матеріалі, який був предметом його вивчення, проте при відповіді на поставлені викладачем питання *допускає незначні неточності, на деякі запитання (10%) не може дати відповіді*. Виконані завдання відповідають усім вимогам щодо оформлення самостійної роботи (реферат, законспектовані статті, записані відповіді на теоретичні питання). Робота здана своєчасно.

Оцінка «задовільно» - виставляється, якщо студент *в не повному* обсязі виконав усі завдання. Студент орієнтується у більшості матеріалу, який був предметом його вивчення, проте при відповіді на поставлені викладачем питання *допускає незначні неточності, на деякі запитання(30%) не може дати відповіді*. Виконані завдання відповідають усім вимогам щодо оформлення самостійної роботи (реферат, законспектовані статті, записані відповіді на теоретичні питання). Робота здана своєчасно.

Оцінка «задовільно» - виставляється, якщо студент *в не повному* обсязі (*більше половини завдань*) виконав усі завдання. Студент орієнтується в матеріалі, який був предметом його вивчення, проте при відповіді на поставлені викладачем питання *допускає незначні неточності, на деякі запитання(40%) не може дати відповіді*. Виконані завдання *не повністю відповідають усім вимогам* щодо оформлення самостійної роботи (реферат, законспектовані статті, записані відповіді на теоретичні питання). Робота здана своєчасно.

Оцінка «незадовільно» - виставляється, якщо студент *в не повному* (*менше половини завдань*) обсязі виконав усі завдання. Студент орієнтується лише в деяких питаннях матеріалу, який був предметом його вивчення, при відповіді на поставлені викладачем питання *допускає значні неточності, на запитання (50%) не може дати*

відповіді. Виконані завдання не відповідають вимогам щодо оформлення самостійної роботи (реферат, законспектовані статті, записані відповіді на теоретичні питання). Робота здана не своєчасно.

Оцінка «незадовільно» - виставляється, якщо студент *не виконав* усі завдання. Студент *не орієнтується* питаннях матеріалу, який був предметом його вивчення, при відповіді на поставлені викладачем питання *допускає значні неточності, на запитання не може дати відповіді*. Виконані завдання *не відповідають* вимогам щодо оформлення самостійної роботи (реферат, законспектовані статті, записані відповіді на теоретичні питання). Робота здана *не своєчасно*.