Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра міжнародних відносин, міжнародної інформації та безпеки

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-педагогічної роботи

АНТОН ПАНТЕЛЕЙМОНОВ

_____ 2020 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

Теорія масової комунікації

рівень вищої освіти перший (бакалаврський).....

галузь знань 29 «Міжнародні відносини»

спеціальність 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» .....

освітня програма «Міжнародна інформація та міжнародні комунікації»

вид дисципліни за вибором

факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

2020 / 2021 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

«28» серпня 2020 року, протокол № 1

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: Лариса ХИЖНЯК,
Доктор соціологічних наук, професор, професор кафедри міжнародних відносин, міжнародної інформації та безпеки

Програму схвалено на засіданні кафедри міжнародних відносин, міжнародної інформації та безпеки

«26» серпня 2020 року, протокол № 1

Завідувачка кафедри міжнародних відносин, міжнародної інформації та безпеки

_____ Людмила НОВІКОВА

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Міжнародна інформація та міжнародні комунікації»

Гарант освітньо-професійної програми «Міжнародна інформація та міжнародні комунікації»

_____Ігор ХАРЧЕНКО

Програму погоджено науково-методичною комісією факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу,

«28» серпня 2020 року, протокол № 1

Голова науково-методичної комісії факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

_____Лариса ГРИГОРОВА-БЕРЕНДА

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Теорія масової комунікації» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки **бакалавра** з галузі знань 29 «Міжнародні відносини» спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії», освітньо-професійної програми «Міжнародна інформація та міжнародні комунікації».

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни – теоретична підготовка студентів у галузі мас-медіа, опанування ними основними теоріями й методами, історією дослідження масових комунікацій, ознайомлення з сучасними напрямами розвитку медіа. Сформувати у студентів компетентності щодо сутності процесів масової комунікації та методів її дослідження, сформувати поняття про світові тенденції розвитку засобів масової комунікації, поглибити розуміння та скласти уявлення про систему політичних, економічних та соціокультурних трансформацій, спричинених розвитком індустрії медіа, а також розкрити особливості взаємозв'язку медійної та зовнішньополітичної сфер.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни:

- дати уявлення про теорії, які описують функціонування масової комунікації на різних етапах розвитку суспільства; про процес, форми і формати масової комунікації;
- отримати комплекс знань про існування в сучасному суспільстві інформаційної індустрії як соціального інституту;
- сформувати уявлення про масові комунікації як соціальний інститут, розвиток якого тісно пов'язаний з розвитком людської цивілізації, зокрема, зі зміною основних соціальних, політичних та економічних укладів, з технологічними і технічними революціями;
- дати розуміння підходу до діяльності засобів масової комунікації як системи, функціонуючої в широкому соціальному контексті, що включає історичні моделі організації ЗМК в національних кордонах і на глобальному рівні;
- вивчити залежності між діяльністю засобів масової комунікації в сучасному світі і діяльністю у сфері міжнародної інформації;
- сформувати у студентів медіа грамотність, цілісний погляд на мас-медіа та масові комунікації;
- вивчити механізми впливу засобів масової комунікації на індивіда, соціум, громадську думку;
- сформувати у студентів медіакомпетентність/медіаграмотність;
- ввести студентів у проблематику розвитку масових комунікацій сучасної України.

1.3. Кількість кредитів - 4.

1.4. Загальна кількість годин – 120.

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
За вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
3-й	-й
Семестр	
5-й	-й
Лекції	

32 год.	год.
Практичні, семінарські заняття	
16 год.	год.
Лабораторні заняття	
- год.	год.
Самостійна робота	
72 год, (в тому числі інд. завд) - год	
Індивідуальні завдання	
15 год. – контрольна робота	

1.6. Заплановані результати навчання.

Студенти повинні ***знати:***

- роль масових комунікацій на різних етапах розвитку суспільства;
- основні теорії, форми і формати масових комунікацій;
- історію розвитку медіадосліджень та їх впливу на суспільство, групи, індивіда;
- особливості функціонування ЗМІ як найважливішого інституту в сучасних масових комунікаціях, специфіку окремих засобів масових комунікацій.

Студенти повинні **вміти:**

- аналізувати діяльність системи масових комунікацій, виокремлювати в ній основні змістовні та функціональні складові;
- застосовувати концептуальні положення теорій масової комунікації для аналізу сучасних мас-медіа;
- давати експертні оцінки процесам масової комунікації, зокрема масовим комунікаціям сучасної України;
- здійснювати порівняльну характеристику різних концепцій масової комунікації;
- застосовувати теорії масової комунікації до аналізу традиційних і нових медіа.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Розділ 1. Концептуальні основи масової комунікації

Тема 1. Масова комунікація у науковому дискурсі

Масовий вплив як комунікаційний процес. Поняття масової комунікації. Етапи розвитку масової комунікації. Теоретичні уявлення про інформацію, комунікації, медіа, ЗМІ і ЗМК. Передумови виникнення теорії масової комунікації.

Предметне поле теорії масової комунікації. Сучасна теорія масової комунікації як міждисциплінарний поліоб'єктний напрямок. Розгляд теорії масової комунікації у взаємозв'язку з соціально-філософськими, соціологічними, соціально-психологічними, політологічними, культурологічними, теоретико-правовими, економічними та іншими теоріями.

Проблема класифікації теоретичних підходів до теорії масової комунікації. Основні наукові течії, принципи й підходи до вивчення масової комунікації. Масова комунікація з позиції математичної, діалогічної парадигми, психології мас, футурологічної парадигми, парадигми символічної влади. Роботи по теорії масової комунікації представників Франкфуртської школи (Т. Адорно, В. Беньямін, Г. Маркузе, М. Хоркхаймер).

Тенденції зміни масової комунікації та її ролі в суспільстві. Фактори масової комунікації. Соціальні медіа як каталізатор розвитку громадянського суспільства. Масова комунікація як чинник міжнародних відносин. Типи комунікантів у масовій комунікації.

Тема 2. Процес масової комунікації. Концептуальні засади медіавпливу

Сутність, структура процессу масової комунікації. Елементи масової комунікації. Повідомлення в масовій комунікації. Споживачі продукції ЗМК.

Види масової комунікації (масмедійні комунікації, рекламна комунікація, PR-комунікації, пропагандистська комунікація, агітаційна комунікація).

Формати масової комунікації (формат прямого ефіру, формат новин, формат публіцистичної програми, формат рекламної акції і т. ін.).

Форми масової комунікації (інституційні форми масової комунікації, публіцистично-аналітична, розповідна, демонстративно-розважальна, сугестивна). Маніпулятивна форма масової комунікації, її особливості і небезпеки.

Види масовокомунікаційних технологій (технології проектування та змін соціального простору; інформаційні технології; інформаційні інтерактивні технології, або інтерактивні технології спілкування; PR-технології; рекламні технології та ін.). Засоби, методи, техніки масовокомунікаційного впливу.

Особливості культурних практик масової комунікації. Особливості та характеристики масової аудиторії. Суспільна думка та масовоінформаційна діяльність.

Засоби масової комунікації: поняття, типологія. ЗМК: преса, радіо, телебачення, Інтернет. Засоби масового впливу: театр, кіно, цирк, видовища, література. Власне технічні засоби комунікації: пошта, телефон, телефакс, модем. Особливості каналів масової комунікації.

Тема 3. Нормативні моделі взаємодії ЗМІ та держави

Нові дослідницькі підходи в дослідженні ЗМК. Теоретичний і методологічний синкретизм. Зміна функціоналістичної парадигми альтернативною (мультипарадигмальною) парадигмою. Основні риси альтернативної парадигми.

Авторитарна теорія, її сутність, пояснювальні можливості.

Теорія незалежної преси (лібертаріанська теорія, теорія вільної преси).

Теорія соціальної відповідальності.

Теорія для медіа періоду розвитку. Спільне, що об'єднує теорію медіа періоду розвитку з іншими нормативними теоріями.

Теорія демократичної участі, її сутність, переваги, можливості та вади в різних соціальних ситуаціях.

Тема 4. Теорія масової комунікації Маршалла Маклюена

Медіа-теорія М. Маклюена як новий поворот в оцінці ЗМК.

М. Маклюен про холодні і гарячі засоби комунікації.

М. Маклюен про зміни, викликані введенням писемності і друку як ЗМК.

Теорія медіа як ампутація.

Тема 5. Теорія масової комунікації Д. МакКуела

Карта теорій масс-медіа, запропонована Д. МакКуелом.

Процес медіації, види та елементи масс-медіа. Принципи, структури і функціонування масс-медіа.

Проблема відповідальності масс-медіа перед суспільством.

Д. МакКуел про інформацію, мережеву комунікацію та Інтернет.

Розділ 2. Масова комунікація в сучасному світі

Тема 6. Структура системи засобів масової комунікації. Характеристика каналів мас-медіа і напрямки їх діяльності

Глобалізація систем масової комунікації. Медіакратія та її особливості у країнах розвинених та нових демократій. Масмедійний відбір. Масмедійна трансформація. Реальні й опосередковані події. Поставлені події (псевдоподії) та їх висвітлення у медіа.

Друковані ЗМК, їх розвиток, особливості передачі інформації, їх вплив. Різновиди друкованих ЗМІ: періодичність видання, спосіб збуту, ареал розповсюдження, стиль інформації, ступінь журналістської незалежності.

Аудіовізуальні ЗМК (радіо і телебачення). Радіо: розвиток, особливості передачі інформації та вплив. Телебачення: розвиток, особливості передачі інформації, вплив. Різновиди аудіовізуальних ЗМК за програмним продуктом та організаційно-правовою формою.

Мультимедійні ЗМІ. Інтернет як засіб масової інформації: розвиток, особливості передачі інформації, вплив. Види Інтернет-комунікацій. Первинні ресурси у всесвітній інформаційній мережі Інтернету. Державні первинні ресурси, медійні первинні ресурси, первинні ресурси інституцій громадянського суспільства. Комунікації електронною поштою. Тематичні Інтернет-форуми. Чати. Інтрамережі.

Типологія періодичної преси. Розвиток друкованих ЗМІ. Суспільно-правове ТБ як західноєвропейська модель. Принципи суспільного мовлення. Комерційні телемережі як американська модель національного мовлення.

Перспективи розвитку цифрового телебачення. Державне, громадське, комерційне, приватне і міжнародне радіомовлення. Інформаційні агентства.

Тема 7. Аудиторія засобів масової комунікації

Теорії необмеженого і обмеженого впливу засобів масової комунікації на людей. Теорія магічною кулі. Концепції пропаганди. Теорія формування громадської думки У. Ліппмана.

Аудиторія засобів масової інформації. Особливості масової аудиторії. Реальна і потенційна аудиторія. Спеціалізована і масова аудиторія. Цільова аудиторія. Соціальні потреби як об'єктивна основа інформаційних потреб. Суб'єктивні та об'єктивні характеристики аудиторії: інформаційні потреби, інтереси, мотиви звернення до ЗМІ, запити, очікування, характеристики споживання масової інформації. Новини як жанр журналістики. Тенденції інформаційного поведінки аудиторії сучасних українських ЗМІ. Ставлення аудиторії до ЗМІ. Створення матеріалів для окремих типів та груп масової аудиторії.

Засоби маніпулювання свідомістю як елемент масових комунікацій. Вербальна агресія як засіб маніпулювання свідомістю у сфері масових комунікацій. Інформаційні війни як форма впливу на аудиторію.

Тема 8. Дослідження нових медіа на рубежі XX-XXI ст.

Три моделі сучасних медіасистем (Деніел С. Галлін, Паоло Манчіні).Нові підходи до дослідження ЗМК. Теорії і концепції комп'ютерної комунікації. Дослідження сучасних тенденцій в масовій комунікації: глобалізація, демасовізація, конгломерація, конвергенція, концепція інтерактивного суспільства.

Особливості аудиторії багатоканального медіасередовища. Журналістика в контексті нових медіа. Журналістика повсякденності. Онлайнова журналістика.

Публічна сфера і нові медіа. Нові медії, мережеве суспільство. Параметри, за якими досліджуються сучасні медіа системи.

Ефекти масової комунікації. Актуалізація вивчення ефектів масової комунікації в різних сферах суспільного життя. Поняття ефекту масової комунікації. Етапи і основні

теорії дослідження ефектів масової комунікації. Джерела інформації про ефекти масової комунікації. Напрямки діяльності мас-медіа: модель поінформованості (модель уваги або лематизації); модель важливості (модель підкреслювання або оцінювання тем); модель пріоритетів (переваг або структуризації тем).

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин					
	Денна форма					
	Усього	у тому числі				
		лекції	семі-нари	лаб.	Інд.	СР
Розділ 1. Концептуальні основи масової комунікації						
Тема 1. Масова комунікація у науковому дискурсі	14	4	2			8
Тема 2. Процес масової комунікації. Концептуальні засади медіавпливу	13	4	2			7
Тема 3. Нормативні моделі взаємодії ЗМІ та держави	13	4	2			7
Тема 4. Теорія масової комунікації Маршалла Маклюена	13	4	2			7
Тема 5. Теорія масової комунікації Д. МакКуела	13	4	2			7
Разом за розділом 1	66	20	10			36
Розділ 2. Масова комунікація в сучасному світі						
Тема 6. Структура системи засобів масової комунікації. Характеристика каналів мас-медіа і напрямки їх діяльності	13	4	2			7
Тема 7. Аудиторія засобів масової комунікації	13	4	2			7
Тема 8. Дослідження нових медіа на рубежі XX-XXI ст.	13	4	2			7
Разом за розділом 2	39	12	6			21
Контрольна робота	15				15	
Усього годин	120	32	16		15	57

4. Теми семінарських (практичних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Масова комунікація у науковому дискурсі	2
2	Процес масової комунікації. Концептуальні засади медіавпливу	2
3	Нормативні моделі взаємодії ЗМІ та держави	2
4	Теорія масової комунікації Маршалла Маклюена	2
5	Теорія масової комунікації Д. МакКуела	2
6	Структура системи засобів масової комунікації. Характеристика каналів мас-медіа і напрямки їх діяльності	2
7	Аудиторія засобів масової комунікації	2
8	Дослідження нових медіа на рубежі XX-XXI ст.	2
	Разом	16

5. Завдання для самостійної робота

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин
1	Масова комунікація у науковому дискурсі Опрацювання навчальної літератури, аналіз періодичних видань, складання розгорнутого плану відповідей на питання теми, підготовка рефератів, доповідей, есе, презентацій, розв'язання кейсів.	8
2	Процес масової комунікації. Концептуальні засади медіавпливу Опрацювання навчальної літератури, аналіз періодичних видань, складання розгорнутого плану відповідей на питання теми, підготовка рефератів, доповідей, есе, презентацій, розв'язання кейсів.	7
3	Нормативні моделі взаємодії ЗМІ та держави Опрацювання навчальної літератури, аналіз періодичних видань, складання розгорнутого плану відповідей на питання теми, підготовка рефератів, доповідей, есе, презентацій, розв'язання кейсів.	7
4	Теорія масової комунікації Маршалла Маклюена Опрацювання навчальної літератури, аналіз періодичних видань, складання розгорнутого плану відповідей на питання теми, підготовка рефератів, доповідей, есе, презентацій, розв'язання кейсів.	7
5	Теорія масової комунікації Д. МакКуела Опрацювання навчальної літератури, аналіз періодичних видань, складання розгорнутого плану відповідей на питання теми, підготовка рефератів, доповідей, есе, презентацій, розв'язання кейсів.	7
6	Структура системи засобів масової комунікації. Характеристика каналів мас-медіа і напрямки їх діяльності Опрацювання навчальної літератури, аналіз періодичних видань, складання розгорнутого плану відповідей на питання теми, підготовка рефератів, доповідей, есе, презентацій, розв'язання кейсів.	7
7	Аудиторія засобів масової комунікації Опрацювання навчальної літератури, аналіз періодичних видань, складання розгорнутого плану відповідей на питання теми, підготовка рефератів, доповідей, есе, презентацій, розв'язання кейсів.	7
8	Дослідження нових медіа на рубежі XX-XXI ст. Опрацювання навчальної літератури, аналіз періодичних видань, складання розгорнутого плану відповідей на питання теми, підготовка рефератів, доповідей, есе, презентацій, розв'язання кейсів.	7
	Контрольна робота	15
	Разом	72

6. Індивідуальні завдання

Навчальним планом передбачено виконання контрольної роботи.

Контрольна робота складається з двох завдань:

1. Студентам пропонується проаналізувати телевізійний випуск новин і заповнити підсумковий бланк аналізу новин по одному з каналів телебачення.

Завдання – проаналізувати телевізійний випуск новин:

1. Подивитися випуск новин одного з телеканалів.

2. Заповнити підсумковий бланк аналізу новин.

3.Підготувати виступ/презентацію на 7 хвилин, в якій розкрити отримані результати.

Дата випуску новин для аналізу – _____ 2020 р.

Таблиця 1. Список випусків новин, які слід проаналізувати:

№	Назва випуску новин	Телеканал	Час
1	Подробности	Интер	
2	ТСН	1+1	
3	ФАКТИ	ICTV	
4	Час – підсумки дня	5 канал	
5	Події дня	«Україна»	

Підсумковий бланк аналізу випуску новин.

Дата випуску ____ Телеканал _____ Назва випуску новин ___ Час _____

Блок 1. Аналіз форми випуску новин.

1. Тривалість випуску –

2. Кількість сюжетів у випуску –

3. Середня тривалість кожного сюжету –

4. Співвідношення загального часу тривалості коментарів ведучого(ї) до тривалості усіх сюжетів (у %) – _____ (*наприклад, 20 % випуску – це коментарі ведучого, а 80 % випуску – це сюжети)*

Блок 2. Кількісний аналіз сюжетів та коментарів

Номер новини	Кількість сюжетів про подію	Назва (за назвою сюжету або коментар ведучого, якщо немає сюжету)	Тезовий опис події (1-2 речення)	Характер висвітлення події (позитивний, негативний, нейтральний) *	Тривалість
Подія 1	Коментар ведучого до сюжету				
	Сюжет 1 про подію				
	Коментар ведучого після/до сюжету				
	Сюжет 2 про подію				
	…				
Подія 2					
Подія 3					
…					

**Умовні позначення, які слід робити при заповненні таблиці:* «+» - позитивна оцінка події; «–» - негативна оцінка події; «+/-» - нейтральна оцінка події.

Зверніть увагу, що у центрі уваги повинна бути якась ПОДІЯ, досить часто у новинах подається більше 1 сюжету про одну подію, наприклад, сюжет про подію в Україні, коментар ведучого, сюжет про реакцію у світі і т.д.

Блок 3. Якісний аналіз сюжетів та коментарів

Підведіть підсумки щодо характеру та змістового наповнення випуску новин, в якому висвітліть такі питання:

1) Порядок денний – які новини вважають ключовими (про що перші 1-3 новин), а які - ні?

2) Послідовність новин – як чергуються «позитивні» та «негативні» сюжети/коментарі про одну і ту ж подію, які оцінки формують у глядачів?

3) Чи є події які пов'язані між собою, але мають різні оцінки? Опишіть їх характер та поясніть, яку думки хотіли донести до аудиторії.

4) За підсумком перегляду, які події можна віднести до «гарних» новин, а які – до «поганих».

5) Охарактеризуйте загальний «тон» усього випуску новин: «життєствердний», «все погано»… Обґрунтуйте відповідь.

6) Спробуйте охарактеризувати ключовий месидж для аудиторії. Визначте, як такий випуск новин може впливати на оцінки телеглядачів політичного, соціального, економічного та культурного життя в Україні та світі.

2. Студентам пропонується написати коротку довідку (до 2 сторінок тексту, А4, шрифт 12, інтервал 1,0), у якій надати характеристику однієї з теорій масової комунікації. на одну із наведених нижче тем:

Критерії оцінювання контрольної роботи

Контрольна робота включає два завдання. За виконання двох завдань контрольної роботи студент може отримати до 28 балів (до 24 балів - за перше завдання і до 4 балів - за друге).

За виконання першого завдання студент може отримати до 24 балів:

Критерії оцінювання першого завдання контрольної роботи

18 – 24 балів – студент здав роботу, яка повністю відповідає поставленим завданням, не містить граматичних та орфографічних помилок та до якої відсутні зауваження викладача по суті та змісту роботи.

13 – 17 балів - студент здав роботу, яка повністю відповідає поставленим завданням, однак містить окремі граматичні або орфографічні помилки, презентація не повністю відображає проблему. Студент отримав деякі зауваження викладача по суті та змісту роботи.

7 – 12 балів - студент здав роботу, яка відповідає більшості поставлених завдань, але отримала серйозні зауваження викладача стосовно її змісту та суті, або містить багато граматичних або орфографічних помилок,.

1 – 6 балів – студент здав роботу у визначений термін без поважної причини, або в роботі виявлено значні орфографічні та граматичні помилки, відповіді не аргументовано, відсутня презентація.

0 балів – студент не здав контрольну роботу у письмовій формі і не підготував презентацію.

За виконання другого завдання студент може отримати до 4 балів.

Критерії оцінювання другого завдання контрольної роботи

Високий рівень 4 бали	Відповідь студента характеризується повним, глибоким та змістовним знанням теоретичного та практичного матеріалу з теми, вільним володінням термінами та поняттями дисципліни. Він систематично активно бере участь в обговоренні кожної теми, що вивчається, його відповіді характеризуються креативним підходом.
Середній рівень 3 бали	Відповідь студента характеризується повним і змістовним знанням теоретичного матеріалу з теми, вільним володінням

	термінами та поняттями. Але він недостатньо активно бере участь в ході обговорення теоретичних питань і допускає при виконанні практичних завдань деякі неточності, його відповіді не характеризуються креативним підходом.
Низький рівень 2 бали	Відповідь студента характеризується слабким і невпевненим знанням як теоретичного, так практичного матеріалу. Він допускає багато помилок у відповідях на тестові завдання та не проявляє активність в дискусіях з тем навчальної дисципліни.
Незадовільний рівень 0 - 1бал	У студента дуже слабкий рівень знання теоретичного матеріалу; відсутні навички виконання завдань з навчальної дисципліни, він не приймає участі в обговоренні теоретичного матеріалу, що вивчається; студент допускає змістовні помилки у відповідях на конкретні питання і завдання.

7. Методи контролю

Студенти одержують бали за підготовленість і роботу на кожному семінарському занятті (кейси, аналітичні роботи, групові проекти та презентація їх результатів в групі, колективне обговорення; підготовка есе, поточний контроль знань у вигляді творчих робіт). Пропуск лекційного (семінарського) заняття відпрацьовується в індивідуальному порядку (письмова робота за темою заняття). Обов'язковим також є виконання всіх завдань, які виносяться на семінарські заняття. Це дає допуск до екзамену (min 30 балів).

Підсумковий контроль навчальних досягнень студентів відбувається на екзамені у комбінованій формі: виконання тестів доповнюється написанням відповідей на творчі проблемні завдання. За підсумками роботи виставляється підсумкова семестрова оцінка у відповідності зі шкалою оцінювання.

Методи контролю в умовах змішаної форми навчання

Підсумковий семестровий контроль здійснюється під час проведення екзамену. Загальна кількість балів за успішне виконання екзаменаційних завдань – 40. Час виконання – до 80 хвилин. Вміст екзаменаційного білета й оцінювання відповідей на екзамені: Теоретичне питання – 10 балів. Тести – 30 балів (15 тестових завдань х 2 бали).

За бажанням студент має можливість обрати тестову форму екзаменаційного білета (білет містить 20 тестових завдань, студент одержує 2 бали за кожну вірну відповідь)

УВАГА! У разі використання заборонених джерел на екзамені студент на вимогу викладача залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку (0).

У разі настання / подовження дії **обставин непоборної сили** (в тому числі запровадження жорстких карантинних обмежень в умовах пандемії з забороною відвідування ЗВО) здобувачам надається можливість скласти **екзамен у тестовій формі** (білет містить 20 тестових завдань, здобувач одержує 2 бали за кожну вірну відповідь) **дистанційно на платформі Google Classroom** в дистанційному курсі «Теорія масової комунікації». УМІ – 31 teydokf, УМІ-32- 4h636v6

8. Схема нарахування балів

Поточний контроль, самостійна робота										Екза-мен	Сума
Розділ 1					Розділ 2			Контроль на робота	Разом		
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8				
4	4	4	4	4	4	4	4	28	60	40	100

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	оцінка для чотирирівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно
70-89	добре
50-69	задовільно
1-49	незадовільно

10. Рекомендована література

Основна література

Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. 5-е изд., испр. и доп. Москва: URSS, 2018. 378 с.

Кирия И. В., Новикова А. А. История и теория медиа: учебник для вузов / Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. 423 с.

Іванов Валерій. Основні теорії масової комунікації і журналістики. Київ: Центр вільної преси, 2010. 258 с.

Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ; пер. с англ. Москва; СПб.; Киев: Вильямс, 2004. 425 с.

Ким М. Н. Теория и практика массовой информации: Учебник для бакалавров. СПб.: Питер, 2017. 303 с.

Штромайєр Г. Політика і мас-медіа; пер. з нім. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 303 с.

Почепцов Г. Г. Медиа: теория массовых коммуникаций. Киев: Альтерпрес, 2008. 403 с.

Хрестоматії. Словники

Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. Хрестоматия. Москва: Едиториал УРСС, 2003.

Новые медиа**:** социальная теория и методология исследований: словарь-справочник / отв. ред. О. В. Сергеева, О. В. Терещенко. СПб.: Алетейя, 2015. 264 с.

Солганин Г. Я. Толковый словарь. Язык газеты, радио, телевидения: ок. 10 000 слов и выражений. Москва: АСТ: Астрель, 2008. 750 с.

Средства массовой коммуникации и социальные проблемы: хрестоматия / пер. с англ. и сост. И. Г. Ясавеев. Казань: Изд-во Казанского ун-та, 2000. 224 с.

Допоміжна література

Актуальные проблемы медиаисследований-2017.Тезисы конференции. Москва: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2017. 210 с.

Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: зарубежные теории и концепции: учеб. пособие для студ. вузов. Москва: Аспект Пресс, 2005. 176 с.

Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. Москва: Изд-во РИП-холдинг, 2003. 173 с.

Больц Н. Азбука медиа. Москва: Издат. «Европа», 2011. 136 с.

Бутиріна М. В. Стереотипи масової свідомості: особливості формування та функціонування у медіа середовищі: Монографія. Дніпропетровськ: Вид-во «Слово», 2009. 368 с.

Вартанова Е. Л. Новые медиа как культурное пространство современного общества. *Меди@льманах.* 2015. № 4. С. 8-10.

Вартанов С. А. Телевизионные измерения в эпоху Big Data: концепции и примеры. *Вестник Московского университета.* Серия 10. Журналистика. 2017. № 3. С. 38-57.

Верховская А. И. СМИ в процессах массовизации и формирования гражданского общества // Теория и социология СМИ. Ежегодник 2010 / Сост. М. Е. Аникина. Часть 1.М. : Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2010. С. 60-89.

Гонтарев Б. А. СМИ и мировые цивилизации : освещение проблем цивилизации в СМИ на Западе и в России: учеб. пособие. Москва: МГИМО-Университет, 2011. 304 с.

Городенко Л. М. Новітні медіа: мережеві інформаційно-комунікаційні ресурси: Монографія. К.: Центр Вільної Преси, 2010. 172 с.

Гриценко О. М. Мас-медіа у відкритому інформаційному суспільстві й гуманістичні цінності / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2002. 204 с.

Гуреева А. Н. Теоретическое понимание медиатизации в условиях цифровой среды. *Вестник Московского университета*. Серия 10. Журналистика. 2016. № 6. С. 192-208.

«Джинсова» свобода. Роль медіа у парламентській виборчій компанії – 2006 / О. Довженко, Н. Лигачова (упоряд.); «Телекритика» [громадська організація]. Київ: Вістка, 2006. 224 с.

Дунас Д.В. Парадигмальный подход к изучению СМИ: опыт зарубежных исследователей. *Вестник Московского университета*. Серия 10. Журналистика. 2017. № 4. С. 3-16.

Иванов В. Ф. Массовая коммуникация: монография. Киев: Академия Украинской Прессы, Центр Свободной Прессы, 2013. 902 с.

Інформаційна політика України: Європейський контекст: [Монографія] / Л. В. Губерський, Є. Є. Камінський, Є. А. Макаренко та ін. Київ: Либідь, 2007. 360 с.

Казаков А. А. Медиаграмотность в контексте политической культуры: к вопросу об определении понятия. *Вестник Московского университета*. Серия 10. Журналистика. 2017. № 4. С. 78 97.

Квіт С. Масові комунікації: підручник. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 206 с.

Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. 2-е изд.; перераб. и доп. Москва: Академический Проект, 2006. 448 с.

Коломиец В. П. Медиаисследования: индустриальные запросы и академические возможности. *Вестник Московского университета*. Серия 10. Журналистика. 2015. № 6.

Крейг Ричард. Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / пер. з англ. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 324 с.

Кульчицкая Д. Ю., Галустян А. А. Лонгриды в онлайн-СМИ: особенности и технология создания: Учебное пособие. Москва: Аспект Пресс, 2016. 80 с.

Ледюкова Н. Функциональное измерение СМИ. *Мировая экономика и международные отношения*. 2011. № 1. С. 69–76.

Луман Н. Медиа коммуникации. Москва: Логос, 2005. 280 с.

Луман Н. Реальность массмедиа. Киев: ЦВП, 2010. 158 с.

Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів : Літопис, 2010. 537 с.

МакКуэйл Д. Массовая коммуникация и общественный интерес: к вопросу о социальной теории структуры и функционирования медиа // Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. Хрестоматия. Москва: Едиториал УРСС, 2003. С. 179-188.

Маккей Денни. Все о журналах: [пер. с англ.]. Москва: Университетская книга, 2008. 342 с.

Маклюэн М. Галактика Гуттенберга: становление человека печатающего. Москва: Академический проект, 2005. 256 с.

Маклюен М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. Москва: Гиперборея, Кучково поле, 2007. 464 с.

Мамонов М. В. Информационная политика и изменение общественного мнения. *Полис.* 2011. № 5. С. 26–32.

Масс-медиа и гражданское общество: Монография / А.С. Лобанова, А.М. Холод, А. Бартошек, С. Михальчик; А.М. Холод и др. (ред.). Кривой Рог: Междунар. исслед. центр «Человек: язык, культура, познание», 2008. – 227 с.

Медіа. Демократія. Культура / За ред. Н. Костенко, А. Ручки. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2008. 356 с.

Медиаобразование и медиакомпетентность: слово экспертам / Под ред. А. В. Федорова. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. педаг. ин-та, 2009. 232 с.

Мрочко Л. В. Теория и практика массовой информации. Москва: Флинта: МПСИ, 2012.

Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире : методология анализа и практика исследований. 2-е изд., испр. Москва: Едиториал УРСС, 2002. 240 с.

Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. Москва, 1996.

Ним Е. Г. Исследуя медиатизацию общества: концепт медиатизированных миров. *Социологический журнал.* 2017. № 3. С. 8-25.

Різун В. В. Маси: тексти лекцій. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2003. 188 с.

Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація». Київ: Просвіта, 2008. 260 с.

Романов А. А., Васильев Г. А. Массовые коммуникации: учебное пособие. Москва: Вузовский учебник: Инфра-М, 2010. 236 с.

Сарна А. Я. Образ и медиум: визуальный текст в массовой коммуникации: сборник статей. Минск: Изд-во «Четыре четверти», 2012. 208 с.

Сиберт С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. Морсква: НИП, Изд-во «Вагриус», 1998. 170 с.

Суходолов А. П., Рачков М. П., Бычкова А. М. Запретительная политика государства в сфере средств массовой информации: анализ законодательства и правоприменительной практики. М.: Издательский дом «Аргументы недели», 2018. 224 с.

Технология новостей от Интерфакса: style guide: учеб. пособие для вузов / науч. ред. Ю. А. Погорелый. Москва: Аспект Пресс, 2011. 159 с.

Ткачева Н. В., Вартанов С. А., Дунас Д. В., Гуреева А. Н. К вопросу о теоретическом понимании новостей в цифровую эпоху: трансформация структуры, сил влияния, «жизненного цикла». *Вестник Московского университета.* Серия 10. Журналистика. 2016. № 3. С. 3-16.

Українське телебачення: роки, події, звершення / М. М.Карабанов, В. Я. Бойко, І. Ф. Курус та ін.; М. М. Карабанов та ін. (ред.). Київ: ДП «Дирекція ФВД», 2008. 400 с.

Федотова Л. Н. Методология и методика медиаисследований. Москва: Рос. ун-т дружбы народов, 2015. 260 с.

Фінклер Ю. Е. Мас-медіа та влада: технологія взаємин. Львів: Аз-Арт, 2003. 212 с.

Черных А. Мир современных медиа. Москва Территория будущего, 2007. 310 с.

Черных А. И. Социология массовых коммуникаций: учеб. пособие / Гос. ун-т – Высш. шк. экономики. Москва: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. 451 с.

Шарков Ф. И. Коммуникология: социология массовой коммуникации: Учебное пособие. Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2010. 320 с.

Шарончикова Л. В. Радиовещание и телевидение Франции. Москва: Изд-во Московского ун-та, 2011. 222 с. (21 век: информация и общество).

Шкляр В. І. Мас-медіа і виклики нового століття. Київ: Грамота, 2003.48 с.

Щепилова Г. Г. Потребность аудитории в интернете и традиционных СМИ. *Вестник Московского университета*. Серия 10. Журналистика. 2014. № 5. С.46-54.

Экман П. Психология лжи. Обмани меня, если сможешь. СПб.: Питер, 2010. 304 с.

Bertrand I., Hughes. Media Research Methods. Audiences, Institutions, Texts.- Basinstoke, New York. 2005.

Bryant J., Thompson S. Fundamentals of Media Effects. Boston, 2002.

DeFleur M.L. Mass communication theories: explaining origins, processes, and effects. - Boston: Allyn & Bacon, 2010.

McQuail D. Mcquail's mass communication theory (6th edition). London; Thousand Oaks, Calif. : Sage Publications, 2010.

Simonson P. Refiguring mass communication: a history. Urbana: University of Illinois Press, 2010.

10. Посиланная на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

Беглайтер Р. Поток данных: новая роль СМИ [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www. infousa. Ru

Декалов В. В. Дигитальная критическая теория медиа: основания и объяснительные возможности. *Медиаскоп.* 2018. Вып. 2. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/2443

Интернет против телевидения: битва продолжается // ВЦИОМ, 2017. URL: https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116190

Кастельс М. Культура реальной виртуальности: интеграция электронных средств коммуникации, конец массовой аудитории и возникновение интерактивных сетей // Мануэль Кастельс. Информационная эпоха: экономика, общество и культура [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/05.php

Крос К. Політичні комунікації та новинні засоби масової інформації у демократичних країнах: конкуруючі підходи: [моногр.] [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www. coe. kiev. ua

Ньюман Дж. Развитие средств массовой информации и государственная политика / [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www. infousa. ru

Полищук Ю. И. О негативном влиянии средств массовой информации на психическое здоровье. *Независимый психиатрический журнал*. 2003. № 1: http://www.npar.ru/journal/2003/1/influence.htm.

Хохлова Е. А. Медиатекст в современной рекламной коммуникации. http://www.inyaz-mil.ru/docs/tezis/hohlova.doc.

***

GfKUkraine. Звіти за дослідженнями [Электронный ресурс] [сайт]. Режим доступу :http://www.gfk.ua/public_relations/useful_info/index.ua.html

Академія української преси [Електронний ресурс] [сайт]. Режим доступу : http://www.aup.com.ua/

Телекритика. Вся правда про медіа [Електронний ресурс] [сайт]. Режим доступу : http://www.telekritika.ua/

Высшая школа журналистикии. Факультет медиакоммуникаций Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» [Электронный ресурс] [сайт]. Режим доступа : http://mediacom.hse.ru/

Міждународний електронний науково-освітній журнал «Медіа. Інформація. Комуникація» (МІС). Режим доступу: http://mic.org.ru/

Електронний науковий журнал «Медиаскоп». Режим доступу: http://www.mediascope.ru

11. Особливості навчання за денною формою в умовах подовження дії обставин непоборної сили (в тому числі під час запровадження карантинних обмежень через пандемію)

В умовах дії карантинних обмежень освітній процес в університеті здійснюється за змішаною формою навчання, а саме:

– дистанційно (за затвердженим розкладом занять) на платформі **ZOOM** проводяться всі лекційні заняття;

– дистанційно на платформі **ZOOM** проводяться практичні (семінарські), індивідуальні заняття та консультації, контроль самостійної роботи у **Google Classroom**;

– аудиторно (за затвердженим розкладом занять) проводяться практичні та семінарські заняття у навчальних групах кількістю до 20 осіб з урахуванням відповідних санітарних і протиепідемічних заходів.

Складання підсумкового семестрового контролю: в разі запровадження жорстких карантинних обмежень з забороною відвідування Університету здобувачам денної форми навчання надається можливість (за заявою, погодженою деканом факультету) скласти екзамен **в тестовій формі дистанційно на платформі Google Classroom** в дистанційному курсі «Теорія масової комунікації». УМІ – 31 teydokf, УМІ-32- 4h636v6

12. Перелік екзаменаційних питань

1. Поняття про масову комунікацію і сучасний медіа простір.
2. Етапи розвитку масової комунікації. Етапи дослідження медіа-впливів. Погляди Карла Ховленда, Поля Лазарсфельда, Гарольда Лассуелла, Курта Левіна, Самуеля Стауффера, Дугласа Веплса.
3. Процес масової комунікації, його сутність, структура, компоненти. Особливості каналів масової комунікації.
4. Глобалізація систем масової комунікації.
5. Основні наукові течії, принципи й підходи до вивчення масової комунікації. Три моделі сучасних медіасистем (Деніел С. Галлін, Паоло Манчіні).
6. Теорії необмеженого і обмеженого впливу засобів масової комунікації на людей. Теорія магічною кулі. Концепції пропаганди. Теорія формування громадської думки У. Ліппмана.
7. Нормативні теорії взаємодії засобів масової інформації і держави. Чотири теорії преси Ф. Сіберта, У. Шрамма, Т. Пітерсона.
8. Теорія масової комунікації Маршалла Маклюена.
9. Теорія масової комунікації Д. МакКуела.
10. Роботи по теорії масової комунікації представників Франкфуртської школи (Т. Адорно, В.Беньямін, Г. Маркузе, М. Хоркхаймер).
11. Формати масової комунікації (формат прямого ефіру, формат новин, формат публіцистичної програми, формат рекламної акції і т. ін.).
12. Форми масової комунікації (інституційні форми масової комунікації, публіцистично-аналітична, розповідна, демонстративно-розважальна, сугестивна).
13. Маніпулятивна форма масової комунікації, її особливості і небезпеки.
14. Види масової комунікації та їх характеристика (масмедійні комунікації, рекламна комунікація, PR-комунікації, пропагандистська, агітаційна комунікація).
15. Суспільна думка та масовоінформаційна діяльність.
16. Поняття нових медіа. Їх місце в сучасному медіа ринку, причини та перспективи розвитку в умовах інформатизації суспільства. Класифікація нових медіа.
17. Параметри, за якими досліджуються сучасні медіа системи.
18. Фактори масової комунікації. Теорія фреймінгу і розвиток масових комунікацій. Теорія праймінгу і розвиток масових комунікацій.
19. Види масовокомунікаційних технологій.

20. Засоби масової комунікації: поняття, типологія. ЗМІ: преса, радіо, телебачення, Інтернет; засоби масового впливу: театр, кіно, цирк, видовища, література; власне технічні засоби: пошта, телефон, телефакс, модем.

21. Аудиторія засобів масової комунікації. Реальна і потенційна аудиторія засобів масової комунікації.

22. Сутність, види та методи масовокомунікаційного впливу.

23. Напрямки діяльності мас-медіа: модель поінформованості (модель уваги або лематизації); модель важливості (модель підкреслювання або оцінювання тем); модель пріоритетів (переваг або структуризації тем).

24. Інформаційна грамотність. Медіаграмотність: поняття, принципи, роль медіаосвіти у підвищенні медіаграмотності в Україні.

25. Ефект масової комунікації. Етапи і основні теорії дослідження ефектів масової комунікації.