

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра журналістики та мовної комунікації



ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан гуманітарно-педагогічного факультету
Інна САВИЦЬКА
2023 р.

СХВАЛЕНО
на засіданні кафедри журналістики та мовної комунікації,
протокол № 11 від 09 травня 2023 р.
в.о. завідувача кафедри
Марина НАВАЛЬНА

РОЗГЛЯНУТО
Гарант ОП «Журналістика»
Марина НАВАЛЬНА

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Теорія соціальних комунікацій»**

Спеціальність 061 – Журналістика
Освітня програма – Журналістика
Гуманітарно-педагогічний факультет
Розробник – д-р філол. наук, проф. Навальна М.І.

Київ – 2023

Опис навчальної дисципліни «Теорія соціальних комунікацій»

Галузь знань, напрям підготовки, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень		
Рівень вищої освіти	<i>Другий (магістерський)</i>	
Галузь знань	06 «Журналістика»	
Спеціальність	061 – Журналістика	
Освітня програма	<i>Журналістика</i>	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)		
Форма контролю	<i>екзамен</i>	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки (курс)	1	
Семестр	1	
Лекційні заняття	<i>30 год.</i>	<i>год.</i>
Практичні, семінарські заняття	<i>30 год.</i>	<i>год.</i>
Лабораторні заняття	<i>год.</i>	<i>год.</i>
Самостійна робота	<i>60 год.</i>	<i>год.</i>
Індивідуальні завдання	<i>год.</i>	<i>год.</i>
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	<i>4 год.</i>	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета курсу – сприяти фаховій інтелектуальній та універсальній підготовці фахівців із високою морально-етичною та психологічною стійкістю в сучасних надскладних умовах інформаційного прискорення, інформаційного гешефту, інформаційно-психологічних спецоперацій та інформаційних воєн з урахуванням національних і глобальних викликів системи ЗМК, інтеграції традиційних і новаторських теоретико-методологічних підходів. Курс «Теорія соціальних комунікацій» орієнтований на те, щоб дати студентам базові теоретичні знання й практичні навички для оцінювання інформаційних властивостей під час пошуку, створення, збереження, розповсюдження соціальної інформації.

Завдання вивчення дисципліни полягає в тому, щоб наблизити студентів до розуміння предмету курсу, а саме:

- а) закріпити знання про моделі масових комунікацій та види журналістики;
- б) навчитись опрацьовувати соціальну проблематику ЗМІ;
- в) діяти в межах правового поля і законодавчого забезпечення функціонування інформації в суспільстві;
- г) фахово опрацьовувати інформацію з метою її соціалізації.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати**:

- основні визначення та концепції функціонування соціальних комунікацій;
- умови перетворення комунікації на масову і соціальну комунікацію;
- відомі теорії та моделі масової комунікації та інформації;
- специфіку преси, радіо і телебачення як засобів масової комунікації.
- типи, види, форми і моделі комунікації;
- особливості реклами як моделі, виду і каналу комунікації;
- джерела виникнення і розвитку міжособистісної спеціалізованої і масової комунікації;

– функції масової комунікації;

– теоретичні основи виробництва, мультиплікації, розповсюдження, прийому, розпізнавання та використання інформації;

- способи передачі інформації в комунікаційному процесі;
- види інформації;
- канали поширення інформації;
- методи збору і розповсюдження інформації;
- закони і підзаконні акти, які регулюють журналістську діяльність в Україні;
- загальні характеристики аудиторії ЗМІ;
- особливості, типи і види інформаційних процесів;
- етичні норми та професійні стандарти роботи журналіста;

уміти:

- обґрунтувати сутність, завдання і функції соціальної комунікації;
- включати в комунікаційні системи механізм зворотного зв'язку;
- формувати і структурувати моделі масової комунікації;
- виокремлювати роль соціологічних домінант в масовій комунікації.
- розрізняти типи, види, форми і моделі масової комунікації;
- вміти моделювати соціальні системи, формувати моделі масової комунікації та організовувати їх функціонування;

– визначати функції масової комунікації в міжособистісній, спеціалізованій та масовій комунікації

- передавати і приймати інформацію в процесі здійснення різних комунікацій;
- вибрати оптимальний канал комунікації, організувати комунікацію, підтримувати її процес, спілкуватися в горизонтальних і вертикальних структурах;
- встановлювати відповідність інформаційної діяльності згідно з законами України;
- збирати, опрацьовувати й поширювати інформацію в межах чинного законодавства;
- аналізувати журналістські матеріали на відповідність професійним стандартам;
- критично мислити;
- давати експертні оцінки соціальним комунікаціям сучасної України.

Набуття компетентностей:

загальні компетентності (ЗК):

ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК05. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

спеціальні (фахові, предметні) компетентності (ФК):

СК01. Здатність використовувати спеціалізовані концептуальні знання з теорії та історії журналістики, новітні технологічні досягнення для розв'язання задач дослідницького та інноваційного характеру у сфері журналістики.

СК02. Здатність критично осмислювати проблеми у сфері журналістики та дотичні до них міждисциплінарні проблеми.

СК06. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі журналістики у широких та/або мультидисциплінарних контекстах, за умов неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

програмні результати навчання:

ПРН02. Аналізувати та оцінювати потенційний вплив розвитку технологій на сучасний стан та розвиток журналістики.

ПРН03. Проводити збір, інтегрований аналіз матеріалів з різних джерел, включаючи наукову та професійну літературу, бази даних, та перевіряти їх на достовірність, використовуючи сучасні методи досліджень.

ПРН06. Оцінювати достовірність інформації та надійність джерел, ефективно опрацьовувати та використовувати інформацію для проведення наукових досліджень та практичної діяльності.

Форма підсумкового контролю – **екзамен**.

3. ПРОГРАМА ТА СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ:

– для повного терміну денної і заочної форми навчання.

Змістовий модуль 1 СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ОБ'ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА КОНЦЕПЦІЇ СВОБОДИ СЛОВА

Тема 1: Вступ до курсу «Теорія соціальних комунікацій»

Вступ. Соціальні комунікації як наука. Особливості виникнення й розвитку соціальних комунікацій. Теорії і методи соціальної комунікації. Масова комунікація як соціальне явище. Підходи до розуміння сутності масової інформації. Розвиток сучасних теорій комунікації.

Тема 2. Соціальна комунікація. Термінологічні і теоретичні особливості

Теорії символічного інтераціоналізму, бігевіоризму, теоретичної соціології, «істинної» та «помилкової» комунікації. Культурна комунікація. Рекламна комунікація. Раціоналістський та ірраціоналістський підхід у вивченні комунікації. Метод аналізу соціальних мереж. Концепції технологічного детермінізму. Теорія інформаційного суспільства. Етнологія комунікації. Класична позитивістська методологія суб'єктно-об'єктних диспозицій. Некласична методологія. Когнітивна модель. Теорія мовних (комунікативних) активів. Базові складові соціальних комунікацій.

Тема 3. Генеза теорій масових і соціальних комунікацій та інформації в XX-XXI століттях

Масова комунікація як соціальне явище (теорія Макса Вебера), проблеми масової комунікації. Нова комунікаційна стратегія. Теорія масового суспільства (Герберт Блумер). Фашизм як теорія. Критична теорія (Франкфуртська школа). Теорія гегемонії масової комунікації. Теорія егалітарної масової комунікації або модель рівних можливостей. Комунікативістика. Структурний функціоналізм. Деконструкціоналізм. Соціономіка. Концепція вільного потоку інформації. Бірмінгемська школа. Методологічний колективізм. Культурологічна теорія комунікації. Теорії нон комунікації. Теорія «інформаційного суспільства». Теорія комунікативної компетентності. Теорія мінімального пізнання.

Тема 4. Функціональність соціальної інформації

Міжособистісна, спеціалізована та масова комунікація. Функції масової комунікації. Суть масової комунікації. Масова аудиторія. Поняття «маса». ЗМК. ЗМІ. Мережа та структура соціальної комунікації. Функції соціальної інформації. Багатоканальність масової комунікації. Функції та характеристики масової комунікації.

Тема 5. Мережа та структура соціальної комунікації

Соціологія масових комунікацій. Мережа та структура соціальної комунікації. Ефект «інформаційних очок». Типи комунікації (за А.Соколовим). Інформаційний підхід. Дезінформаційний підхід. Функції соціальної інформації.

Тема 6. Концепції свободи слова і теорії журналістики

Генеза теорій і концепцій свободи слова. Ідейно-теоретичні концепції свободи преси

(абсолютної свободи – Дж.Мільтон, державного контролю – Платон, Т.Гобс, Дж.Лок, авторитарні – Ж.-Ж.Руссо, Г.Гегель, ліберальні – Д.Юм, Дж.Ераскін, Дж.Стюарт Міль, соціальні – В.Вейтлінг, К.Маркс, Ф.Енгельс, В.Ленін).

Авторитарна система журналістики. Лібертарійська система журналістики. Журналістика соціальної відповідальності. Тоталітарна (соціалістична) система журналістики. Прикладні соціокомунікативні теорії. Теорія соціального навчання. Теорія культивациі. Теорії соціалізації. Теорія використання і задоволення. Теорія «нав'язування порядку денного». Когнітивна (конструктивістська) теорія. Мотиваційні теорії рівноваги і мотиваційні теорії задоволення потреб. Теорія структурного балансу (Фріц Гайдер). Психоаналітичні теорії (теорія когнітивного дисонансу, теорія конгруентності та ін.). Теорія «управління враженням» (Ервін Гоффман та Кенет Берк). Мотиваційна теорія (Абрагам Маслоу). Теорія дзеркального «Я» (Чарльз Кулі). Теорія розвитку пізнання (Жан Піаже). Теорія морального розвитку (Лоренц Колберг). Психоаналітичні теорії (Зігмунд Фрейд, Ерік Еріксон). Теорія динамічних смислових систем індивідуальної свідомості (Олександр Асмолов). Тема 12. Когнітивні теорії і концепт журналістики. Головна ідея когнітивних теорій. Розумові складові-когніції. Головні напрями когнітивізму. «Теорія поля» К.Левіна. Феноменологічний метод Закон Кьолера. Когнітивна відповідність. Теорії когнітивної відповідності (Ф.Гайдер, Т.Ньюком, Л.Фестінгер, Ч.Осгуд, П.Таненбаум, Р.Абельсон, М.Розенберг). Теорії С.Аша, Д.Креча та Р.Крачфілда.

Змістовий модуль 2

МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Тема 1. Модель інформаційного балансу

«Баланс-дисбаланс»: корекція стереотипів. Субстанційна природа інформації. Модель інформаційного балансу.

Тема 2. Західні моделі журналістики і масової комунікації

Модель процесу масової комунікації Вілбура Шрамма. Соціологічна модель Джона та Матильди Райлі. Соціальна модель М. де Флера. Психологічна модель Герберта Малецкі. Суспільно-культурна модель А.Тудора.

Тема 3. Радянські моделі журналістики і масової комунікації

Соціологічні моделі А.Алексєєва. Соціологічна модель М.Лауристін. Соціально-психологічна модель Ю.В.Воронцова. Модель телевізійної журналістики Е.Г.Багірова

Тема 4. Українські моделі журналістики

Конфігураційна модель журналістського тексту В.Шкляра. Системний конфігуратор аргумента (В.Шкляр). Різновиди аргументації в журналістиці (В.Здоровега). Системний конфігуратор ідеї (В.Шкляр). Системний конфігуратор проблеми (В.Шкляр). Лінгвосоціокультурні моделі Ольги Федик. Інформаційноінтерпретаційна модель відображення. Модель ефективності журналістики. Українська універсальна модель журналістики (М.Житарюк). Типологічна модель сучасної журналістики України (М.Житарюк)

Тема 5. Огляд прикладних соціокомунікативних моделей

Семіотичні моделі (Романа Якобсона, Юрія Лотмана, Умберто Еко, текстова модель Олександра П'ятигорського). Герменевтична модель Густава Шпета. Соціологічна модель П'єра Бурдьє. Прагматична модель Пола Грайса. Стереотипна модель комунікації. Культурологічна модель Михайла Бахтіна. Прагматична модель Чарльза Морріса. Наративна модель Цветана Тодорова. Літературна модель Віктора Шкловського. Модель контент-аналізу Оле Хольсті. Розвідувальна модель Вашингтона Плетта. Конфліктологічна модель Вільяма Юрі.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин									
	денна форма					заочна форма				
	усього			у тому числі			усього	у тому числі		
		л	п	лаб	інд	с.р		л	п	лаб
Змістовий модуль 1. Соціальні комунікації як об'єкт дослідження та концепції свободи слова»										
Тема 1. Вступ до курсу «Теорія соціальних комунікацій»	10	2	2			6				
Тема 2. Соціальна комунікація. Термінологічні теоретичні особливості	10	2	2			6				
Тема 3. Генеза теорій масових і соціальних комунікації та інформації в ХХ-ХХІ ст.	10	2	2			6				
Тема 4. Функціональність соціальної інформації	10	2	2			6				
Тема 5. Мережа та структура соціальної комунікації	10	2	2			6				
Тема 6. Концепції свободи слова і теорії журналістики	17	6	6			5				
Разом за змістовим модулем 1	67	16	16			35				
Змістовий модуль 2. «Моделі соціальних комунікацій»										
Тема 1. Модель інформаційного балансу	9	2	2			5				
Тема 2. Західні моделі журналістики і масової комунікації	13	4	4			5				
Тема 3. Радянські моделі журналістики і масової комунікації	9	2	2			5				
Тема 4. Українські моделі журналістики	13	4	4			5				
Тема 5. Огляд прикладних соціокомунікативних моделей	9	2	2			5				
Разом за змістовим модулем	53	14	14			60				
Разом годин	120	30	30			60				

5. Теми практичних занять

№ з.п.	Назва теми	Кількість годин
1	Вступ до курсу «Теорія та історія соціальних комунікацій»	2
2	Соціальна комунікація. Термінологічні і теоретичні особливості	2
3	Генеza теорій масових і соціальних комунікації та інформації в ХХ-ХХІ ст	2
4	Функціональність соціальної інформації	2
5	Мережа та структура соціальної комунікації	2
6	Концепції свободи слова і теорії журналістики	6
7	Модель інформаційного балансу	2
8	Західні моделі журналістики і масової комунікації	4
9	Радянські моделі журналістики і масової комунікації	2
10	Українські моделі журналістики	4
11	Огляд прикладних соціокомунікативних моделей	2

6. Теми лабораторних занять (не передбачені навчальним планом)

7. Контрольні питання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами

Контрольні питання

1. Авторитарна система журналістики.
2. Багатоканальність масової комунікації.
3. Базові складові соціальних комунікацій.
4. «Баланс-дисбаланс»: корекція стереотипів.
5. Бірмінгемська школа.
6. Герменевтична модель Густава Шпета.
7. Головна ідея когнітивних теорій.
8. Головні напрями когнітивізму.
9. Генеza теорій і концепцій свободи слова.
10. Дезінформаційний підхід.
11. Деконструкціоналізм.
12. Етнологія комунікації.
13. Ефект «інформаційних очок».
14. Журналістика соціальної відповідальності.
15. ЗМК. ЗМІ. Мережа та структура соціальної комунікації.
16. Ідейно-теоретичні концепції свободи преси (абсолютної свободи – Дж.Мільтон, державного контролю – Платон, Т.Гобс, Дж.Лок, авторитарні – Ж.-Ж.Руссо, І.Гегель, ліберальні – Д.Юм, Дж.Ераскін, Дж.Стюарт Міль, соціальні – В.Вейтлінг, К.Маркс, Ф.Енгельс, В.Ленін).
17. Інформаційноінтерпретаційна модель відображення.
18. Класична позитивістська методологія суб'єктно-об'єктних диспозицій.
19. Когнітивна (конструктивістська) теорія.
20. Когнітивна відповідність.
21. Когнітивна модель.
22. Комунікативістика.
23. Конфігураційна модель журналістського тексту В.Шкляра.
24. Конфліктологічна модель Вільяма Юрі.
25. Концепції технологічного детермінізму.
26. Концепція вільного потоку інформації.
27. Культурна комунікація.

28. Культурологічна модель Михайла Бахтіна.
29. Культурологічна теорія комунікації. Теорії нон комунікації.
30. Лібертарійська система журналістики.
31. Лінгвосоціокультурні моделі Ольги Федик.
32. Літературна модель Віктора Шкловського.
33. Масова аудиторія. Поняття «маса».
34. Масова комунікація як соціальне явище (теорія Макса Вебера), проблеми масової комунікації.
35. Масова комунікація як соціальне явище.
36. Мережа та структура соціальної комунікації.
37. Метод аналізу соціальних мереж.
38. Методологічний колективізм.
39. Міжособистісна, спеціалізована та масова комунікація.
40. Модель ефективності журналістики.
41. Модель інформаційного балансу.
42. Модель контент-аналізу Оле Хольсті.
43. Модель процесу масової комунікації Вілбура Шрамма.
44. Модель телевізійної журналістики Е.Г.Багірова
45. Мотиваційна теорія (Абрагам Маслоу).
46. Мотиваційні теорії рівноваги і мотиваційні теорії задоволення потреб.
47. Наративна модель Цветана Тодорова.
48. Некласична методологія.
49. Нова комунікаційна стратегія.
50. Особливості виникнення й розвитку соціальних комунікацій.
51. Підходи до розуміння сутності масової інформації.
52. Прагматична модель Пола Грайса. Стереотипна модель комунікації.
53. Прагматична модель Чарльза Морріса.
54. Прикладні соціокомунікативні теорії.
55. Психоаналітичні теорії (Зігмунд Фрейд, Ерік Еріксон).
56. Психоаналітичні теорії (теорія когнітивного дисонансу, теорія конгруентності та ін.).
57. Психологічна модель Герберта Малецькі.
58. Раціоналістський та ірраціоналістський підхід у вивченні комунікації.
59. Рекламна комунікація.
60. Різновиди аргументації в журналістиці (В.Здоровега).
61. Розвиток сучасних теорій комунікації.
62. Розвідувальна модель Вашингтона Плетта.
63. Розумові складові-когніції.
64. Семіотичні моделі (Романа Якобсона, Юрія Лотмана, Умберто Еко, текстова модель Олександра П'ятигорського).
65. Системний конфігуратор аргумента (В.Шкляр).
66. Системний конфігуратор ідеї (В.Шкляр).
67. Системний конфігуратор проблеми (В.Шкляр).
68. Соціальна модель М. де Флера.
69. Соціальні комунікації як наука.
70. Соціально-психологічна модель Ю.В.Воронцова.
71. Соціологічна модель Джона та Матильди Райлі.
72. Соціологічна модель М.Лаурістін.
73. Соціологічна модель П'єра Бурдьє.
74. Соціологічні моделі А.Алексєєва.
75. Соціологія масових комунікацій.
76. Соціономіка.
77. Структурний функціоналізм.
78. Субстанційна природа інформації.
79. Суспільно-культурна модель А.Тудора.

80. Суть масової комунікації.
81. Теорії і методи соціальної комунікації.
82. Теорії когнітивної відповідності (Ф.Гайдер, Т.Ньюком,Л.Фестінгер, Ч.Осгуд, П.Таненбаум, Р.Абельсон, М.Розенберг).
83. Теорії С.Аша, Д.Креча та Р.Крачфілда.
84. Теорії символічного інтераціоналізму, бігевіоризму, теоретичної соціології, «істинної» та «помилкової» комунікації.
85. Теорії соціалізації.
86. «Теорія поля» К.Левіна.
87. Теорія «інформаційного суспільства».
88. Теорія «нав'язування порядку денного».
89. Теорія «управління враженням» (ЕрвінГоффман та КенетБерк).
90. Теорія використання і задоволення.
91. Теорія гегемонії масової комунікації.
92. Теорія дзеркального «Я» (Чарльз Кулі).
93. Теорія динамічних смислових систем індивідуальної свідомості (Олександр Асмолов).
94. Теорія егалітарної масової комунікації або модель рівних можливостей.
95. Теорія інформаційного суспільства.
96. Теорія комунікативної компетентності.
97. Теорія культивуації.
98. Теорія масового суспільства (Герберт Блумер).
99. Теорія мінімального пізнання.
100. Теорія мовних (комунікативних) актів.
101. Теорія морального розвитку (Лоренц Колберг).
102. Теорія розвитку пізнання (Жан Піаже).
103. Теорія соціального навчання.
104. Теорія структурного балансу (ФріцГайдер).
105. Типи комунікації (за А.Соколовим). Інформаційний підхід.
106. Типологічна модель сучасної журналістики України (М.Житарюк)
107. Тоталітарна (соціалістична) система журналістики
108. Українська універсальна модель журналістики (М.Житарюк).
109. Фашизм як теорія. Критична теорія (Франкфуртська школа).
110. Феноменологічний метод Закон Кьолера.
111. Функції масової комунікації.
112. Функції соціальної інформації
113. Функції соціальної інформації.
114. Функції та характеристики масової комунікації.

Зразок екзаменаційного білета

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ			
ОС «магістр» Спеціальність «Журналістика»	Кафедра журналістики та мовної комунікації	Екзаменаційний білет № 1 з дисципліни «Теорія соціальних комунікацій»	ЗАТВЕРДЖУЮ Завідувач кафедри _____ М.І.Навальна 25 квітня 2023 р.
Екзаменаційні питання			
1. Масова комунікація як соціальне явище.			
2. Ідейно-теоретичні концепції свободи преси (абсолютної свободи – Дж.Мільтон, державного контролю – Платон, Т.Гобс, Дж.Лок, авторитарні – Ж.-Ж.Руссо, Г.Гегель, ліберальні – Д.Юм, Дж.Ераскін, Дж.Стюарт Міль, соціальні – В.Вейтлінг, К.Маркс, Ф.Енгельс, В.Ленін).			
Тестові завдання			

1. Система заходів з планування, розміщення й оцінки ефективності іміджевих або рекламних матеріалів у ЗМК – це:

- а) паблік рилейшнз;
- б) медіа-менеджмент;
- в) брифінг;
- г) прес-реліз.

2. Інтернет-сайт є засобом масової інформації:

- а) так;
- б) ні;
- в) в окремих ситуація;
- г) всі відповіді правильні.

3. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) – це:

- а) покращення іміджу суб'єкта суспільних відносин;
- б) спеціалізована діяльність відповідних підрозділів державних, політичних, громадських структур;
- г) наука, що займається організацією комунікаційного простору суспільства;
- в) спеціалізована галузь менеджменту інформаційно-комунікаційної сфери суспільства, що спрямована на гармонізацію його комунікаційних зв'язків.

4. Масова інтерактивність, загальнодоступність, інтегрованість, оперативність характерні:

- а) для сучасної моделі комунікації;
- б) пропагандистської моделі комунікації;
- в) психологічної моделі комунікації;
- г) Інтернет-меделей комунікації.

5. На тезі, що основою комунікаційного процесу є мова, побудована така психологічна (психотерапевтична) модель комунікації:

- а) модель З. Фрейда;
- б) модель К. Юнга;
- в) модель Ж. Лакана;
- г) всі відповіді правильні.

6. На тезі, що людина отримує інформацію водночас з кількох комунікаційних каналів, побудовано:

- а) модель нейролінгвістичного програмування;
- б) модель групової психотерапії;
- в) семіотичні моделі комунікацій;
- г) всі відповіді правильні.

7. На використанні візуальних (іконічних) знаків побудовано таку модель комунікації:

- а) модель Р. Якобсена;
- б) модель Ю. Лотмана;
- в) модель У. Єко;
- г) модель реклами.

8. Соціально-інформаційним полем політики, що з'єднує всі компоненти політичної сфери суспільства та структурує політичну діяльність, є:

- а) соціальна комунікація;
- б) політична комунікація;
- в) політична культура;
- г) усе зазначене.

9. Сучасними версіями процесу соціалізації є:

- а) модель «підкорення»;
- б) модель «інтересу»;
- в) модель «батога і пряника»;
- г) модель «розвиток соціальної природи людини».

10. Реалізація комунікації з прогнозованою і контрольованою реакцією населення є особливістю:

- а) сучасної моделі комунікації;
- б) пропагандистської моделі комунікації;
- в) іміджевої моделі комунікації;
- г) психологічної моделі комунікації.

Тестові завдання модульного контролю

1. **Комунікація – це:**

- 1) «передача інформації»/ спілкування
- 2) процес обміну інформацією
- 3) спілкування словом через використання засобів мовлення
- 4) спроба порозумітися, психологічна готовність до взаємодії

2. **Мовленнєва комунікація – це:**

- 1) спілкування засобами мовлення
- 2) спілкування словом через використання засобів мовлення
- 3) ставлення людини до навколишнього предметного світу
- 4) правильної відповіді немає

3. **Мовна особистість – це:**

- 1) системно-культурний «фермент»
- 2) суспільно-культурне явище
- 3) система, що виникає в суспільстві і розвивається, ґрунтуючись на здатності вираження і закріплення соціальних відносин і взаємодій
- 4) всі відповіді правильні

4. **За наявністю чи відсутністю будь-якого посередника розрізняють спілкування:**

- 1) дистантне спілкування
- 2) контактне спілкування
- 3) опосередковане спілкування
- 4) безпосереднє (пряме) – опосередковане (непряме)

5. **До компонентів комунікації належать:**

- 1) комуніканти (адресант, адресат), повідомлення, канал комунікації, комунікативний шум, контекст і ситуація
- 2) комунікативний шум, контекст і ситуація
- 3) адресант і адресат
- 4) засоби мовної системи, невербальні засоби

6. **Згідно із соціально-рольовим підходом комунікантів поділяють за:**

- 1) виокремлюють інтровертів та естравертів
- 2) на візуалів, аудіалів, кінестиків
- 3) соціальною функцією, статусними, позиційними й ситуаційними ролями
- 4) всі відповіді правильні

7. **Які чотири типи компетенції комунікантів розрізняють**

- 1) предметна, культурна, мовна, комунікативна компетенції
- 2) соціальна, лінгво-ментальна, психологічна компетенції
- 3) всі відповіді правильні
- 4) правильної відповіді немає

8. Які види взаємодії виокремлюють:

- 1) спіробітництво-суперництво
- 2) діадична-спільно-індивідуальна взаємодія
- 3) структурна-спільно-послідовна взаємодія
- 4) спільно-взаємопов'язана

9. Міжособистісний вплив – це:

- 1) вчинки, спрямовані на благо іншої людини
- 2) процес і результат зміни одним індивідом поведінки, установок, намірів, уявлень, оцінок іншого індивіда
- 3) особлива форма міжособистісної взаємодії, яка характеризується індивідуально-вибірковими стосунками, взаємною прихильністю учасників спілкування, посиленням процесів афіліації, високим рівнем задоволеності міжособистісними контактами, взаємними очікуваннями позитивних почуттів
- 4) всі відповіді правильні

10. Стратегії впливу бувають:

- 1) імперативні, маніпулятивні, розвивальні
- 2) міжособистісні, маніпулятивні
- 3) діалогічні, суб'єкт-суб'єктні
- 4) об'єктні, суб'єктні, суб'єкт-суб'єктні

8. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Використання методів навчання в процесі викладання навчальної дисципліни «Теорія соціальних комунікацій» зумовлено метою та завданнями програми.

Під час викладання навчальної дисципліни «Теорія соціальних комунікацій» використовують такі методи навчання, як: словесні (розповідь, пояснення, навчальна дискусія, лекційний метод), практичні (завдання, практична робота, створення та показ презентацій, самопрезентацій, колективне обговорення проблем, студентські наукові конференції, захист творчих проєктів), наочні (ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження).

9. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Методи контролю забезпечують одержання зворотної інформації про зміст, характер і досягнення в навчально-пізнавальній діяльності студентів і про ефективність праці викладача. Під час викладання навчальної дисципліни «Теорія соціальних комунікацій» застосовують такі методи (усне та письмове опитування), проміжної атестації у межах кожного модуля (тестуванням за усіма темами модуля), підсумкового контролю (екзамен).

10. Розподіл балів, які отримують студенти

Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України» (наказ про введення в дію від 01.05.2023 р. № 404).

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання	
90 – 100	Відмінно	Зараховано
74 – 89	Добре	
60 – 73	Задовільно	
0 – 59	Незадовільно	Не зараховано

Для визначення рейтингу студента із засвоєння дисципліни R дис. (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента з навчальної роботи R нр (до 70 балів):

$$R_{\text{дис}} = R_{\text{нр}} + R_{\text{ат}}$$

11. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. Навчальний план підготовки магістра 061 «Журналістика».
2. Підручники та навчальні посібники.
3. Плани лекційних і практичних занять.
4. Інструктивно-методичні матеріали до практичних занять.
5. Семестрові завдання для самостійної роботи студентів із навчальної дисципліни.
6. Матеріали поточного та підсумкового контролю (контрольні завдання до практичних занять; завдання на модульні контрольні роботи для перевірки рівня засвоєння студентами навчального матеріалу).
7. Методичні матеріали щодо виконання контрольних робіт для заочної форми навчання.
8. Перелік питань до іспиту. Екзаменаційні білети.

12. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Гарбадин А. Теорія комунікативної дії Ю. Габермаса: теоретична спорідненість з ідеями демократії. *Політична наука в Україні: стан і перспективи*: матеріали всеукраїнської наукової конференції (Львів, 10-11 травня 2007). Львів, 2008. 308 с.
2. Городенко Л. М. Комунікативні парадигми розвитку мережевих соціальних спільнот. *Інформаційне суспільство*. 2014. Вип. 19. С. 34–42.
3. Городенко Л. М. Структурні особливості інформації в системі мережевих комунікацій. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. 2012. Вип. 3. С. 52–55.
4. Городенко Л. М. Українські журналістикознавчі дослідження мережевої комунікації. *Українське журналістикознавство*. 2012. Вип. 13. С. 10–14.
5. Городенко Л.М. Класифікація ознак мережевої комунікації. *Проблеми соціальної комунікації*. 2012. Вип. 15. С. 25–29.
6. Житарюк М.Г. Структурно-елементні моделі-конфігуратори (В.Шкляр, В.Здоровага) // Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство. Львів, 2008. С.362-365. Див. також електронний ресурс. Режим доступу: http://zttmmi.ucoz.ru/ld/0/33_monograf_a5_cd.pdf
7. Житарюк М.Г. Теорії когнітивної відповідності: функціональні параметри і проблеми ефективності інформаційного балансу в сучасному журналістикознавстві. *Соціокультурна*

- модель журналістики: традиції і новаторство.* Львів, 2008. С.139-196; . Див. також електронний ресурс. Режим доступу: http://zmmi.ucoz.ru/ld/0/33_monograf_a5_cd.pdf
8. Збрицька Л. Г. Медіатизація політичного конфлікту в умовах глобалізуючого світу (на прикладі сучасного українського суспільства) [Текст] : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02; Тавр. нац. ун-т ім. В. І. Вернадського. Сімферополь, 2010. 16 с.
 9. Інформаційна та кібербезпека: соціотехнічний аспект: [підручник]. Київ, 2015. 288 с.
 10. Кислова О. М. Нові медіа як комунікативні технології XXI століття: наслідки мережевізації та інтелектуалізації комунікацій. *Соціальні технології: заради чого? Яким чином? З яким результатом?:* [монографія]. Колектив авторів, наук. ред. В. І. Подшивалкіна. Одеса, 2015. С. 277–288.
 11. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів : Літопис, 2010. 538 с.
 12. Манфред Май. Медіа-політика в інформаційному суспільстві [Текст] / [пер. з нім.: В. Климченко та В. Олійник ; за ред. В. Іванова]. Київ : Академія Української Преси : Центр Вільної Преси, 2011.
 13. Медіа. Бізнес. Громадськість. Влада: взаємодія на шляху до євроінтеграції [Текст] : матеріали укр.-пол. наук.-практ. конф. «Регіональні засоби масової інформації, бізнесові структури та органи місцевого самоврядування: взаємодія на шляху до євроінтеграції (досвід України та Польщі)» / ред. І. Бакушевич, Київ : Кашуба. Тернопіль : ТІСІТ, 2003. 255 с.
 14. Медіа. Демократія. Культура [Текст] : монографія / Л. Аза [та ін.] ; за ред. Н. Костенко, А. Ручки ; Ін-т соціол. НАН України. Київ : Ін-т соціол. НАН України, 2008. 356 с.
 15. Медіакомунікації війни [Текст] : кол. монографія / [О. В. Безручко та ін. ; наук. ред. О. М. Холод]. Київ : Ред. наук. журн. «Соціальні комунікації: теорія і практика», 2016. 232 с.
 16. Медіакомунікації та соціальні проблеми [Текст] : зб. навч.-метод. матеріалів і наук. ст. : в 3 ч. / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики, каф. соц. комунікацій. Київ : Київ. нац. ун-т, 2012. 289 с.
 17. Медіаполітична система в сучасній Україні (інтегрована комунікаційна модель) [Текст] : автореф. канд. політ. наук: 23.00.02. Дніпропетровський національний ун-т. Дніпропетровськ, 2004. 18 с.
 18. Петрова Н., Якубенко В. Медіа-право [Текст] : для студ. ф-тів/від-нь журналістики на замовлення проекту ЄС «Жорна» ; Ін-т журналістики КНУ ім. Т. Шевченка. Київ : [б. в.], 2007. 276 с.
 19. Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння [Текст] Львів : ПАІС, 2004. 312 с.
 20. Почепцов Г. Г. Соціальний інжиніринг: соціо- і психотехніки управління великими масами людей. Київ, 2010. 254 с.
 21. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Київ, 1999. 308 с.
 22. Різун В. В., Цимбаленко Є. С. Медіакомунікації: до визначення понять. *Українське журналістичознавство.* 2013. Вип. 14. С. 50.
 23. Руда О. Мовне питання як об'єкт маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі: [монографія]. Київ, 2012. 232 с.
 24. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації: [підручник]. Черкаси, 2011. 350 с.
 25. Семенюк Г. С. Медіавіруси як складник контенту українських мережевих видань [Текст] : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.0 ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. Київ, 2013. 15 с.
 26. Семенюк Э. П. Информационный подход к познанию действительности. Киев: Наук. думка, 1988. 173 с.

Додаткова

1. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики: [підручник]. Київ, 2004. 344 с.
2. Городенко Л. М. Цифрова та інформаційна нерівність у мережевій комунікації. *Інформаційне суспільство*. 2012. Вип. 16. С. 56–59. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/is_2012_16_12.
3. Етика мережевого спілкування. URL: <http://ladyfacts.xyz/kultura-isuspilstvo/etika/65636-etika-merezhovogo-spilkuvannja.html>.
4. Жигаліна О.О. Блог як гіпержанр інтернет-комунікації. *Психолінгвістика*. 2009. Вип. 4. С. 210-216. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2009_4_28.
5. Канаев Д. А. Практика медиапланирования. URL: http://www.mediaplanirovanie.ru/ru/mediapanning/theory_and_practice/articl.
6. Новітні медіа та комунікаційні технології: комплекс навчальних програм для спеціальностей «журналістика», «видавнича справа та редагування», «реклама та зв'язки з громадськістю» / За заг. ред. В. Е. Шевченко. Київ, 2012. 412 с.
7. Почепцов Г. Г. Мережеві комунікації. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/merezhevi_komunikatsii/.
8. Різун В. В. Природа й структура комунікативного процесу. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article>.
9. Сорокіна Л. Комунікативна стратегія vs. маніпулятивна стратегія. *Актуальні питання іноземної філології*. 2015. № 2. С. 101-104.
10. Сочалов В. Медіакомунікативні технології в системі держуправління Сингапуру. *Актуальні проблеми державного управління: зб. наук. праць*. Одеса, 2014. Вип. 4 (60). С.173–176.
11. Стасюк Т.В. Концептуалізація термінопоняття «технологія» в діахронічній та синхронічній перспективі. *Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ. Серія Філологія. Педагогіка. Психологія*. 2014. Вип. 28. С. 39–45.
12. Сухорольський П.М. Персоналізація в Інтернеті та її вплив на забезпечення прав людини. *Правова інформатика*. 2013. № 4. С. 3–9.
13. Шилінська І. Лінгвостилістичні аспекти інтернет-комунікації. *Мандрівець*. 2014. № 5. С. 67–69.
14. Шкіцька І. Ю. Маніпулятивні тактики позитиву: лінгвістичний аспект: [монографія]. Київ., 2012. 440 с.

Інформаційні ресурси

<http://www.journ.univ.kiev.ua/> – Офіційний сайт Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
<https://texty.org.ua/d/2018/media-ranking/list.html> – перелік сайтів найпопулярніших українських медіа.