

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БІОРЕСУРСІВІ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
УКРАЇНИ**

Кафедра журналістики та мовної комунікації

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Декан гуманітарно-педагогічного факультету
Ліна 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 06
«Журналістика»
Світлана ХАРЧЕНКО

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ
ДИСЦИПЛІНИ
«Теорія масової комунікації»**

Спеціальність 061 Журналістика
Освітня програма «Журналістика»
Гуманітарно-педагогічний факультет
Розробник: д-р філол. наук, проф. Степаненко М. І.

Київ – 2023 р.

**Опис навчальної дисципліни
«Теорія масової комунікації»**

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	<i>Бакалавр</i>	
Спеціальність	<i>061 Журналістика</i>	
Освітня програма	<i>«Журналістика»</i>	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Обов'язкова / вибіркова	
Загальна кількість годин	150	
Кількість кредитів ECTS	5	
Кількість змістових модулів	3	
Курсовий проєкт (робота) (за наявності)		
Форма контролю	<i>екзамен</i>	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Курс (рік підготовки)	1	
Семестр	1	
Лекційні заняття	<i>30 год.</i>	<i>год.</i>
Практичні, семінарські заняття	<i>45 год.</i>	<i>год.</i>
Лабораторні заняття	<i>год.</i>	<i>год.</i>
Самостійна робота	<i>75 год.</i>	<i>год.</i>
Індивідуальні завдання	<i>год.</i>	<i>год.</i>
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	<i>5 год.</i>	

2. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни

Курс «Теорія масової комунікації» покликаний формувати теоретичну базу бакалавра з журналістики, тому **метою** його вивчення є досягнення студентами сутності інформації, масової інформації, поширення масової інформації як основи діяльності мас-медіа, природи масової комунікації як явища, структури масової комунікаційного процесу, функцій масової комунікації, оволодіння навичками протистояння масової комунікаційного впливу, маніпулювання тощо.

Курс має такі завдання:

- визначити сутність понять «інформація», «масова інформація», «масовоінформаційна діяльність»;
- засвоїти принципи, методи і засоби поширення масової інформації;
- ознайомити з технологіями масового спілкування;
- сформулювати поняття суміжних професій у галузі масової комунікації;
- розкрити засоби, способи, форми масового спілкування;
- з'ясувати суть та особливості процесу спілкування;
- ознайомити з найважливішими науковими здобутками та основною проблематикою теорії масової комунікації;
- ознайомити студентів з методами і прийомами наукового комунікативного аналізу.

У результаті вивчення курсу «Теорія масової комунікації» студент **знатиме:**

- сутність понять «інформація», «масова інформація», «масовоінформаційна діяльність»;
- специфіку поширення масової інформації через мас-медіа;
 - історію розвитку комунікації, формування її науково-теоретичних та критичних засад;
- особливості природи і структури комунікативного процесу;
- моделі комунікації;
- комунікативні стратегії;
- методи комунікативного аналізу;
- комунікативні дискурси;
- аспекти функціонування комунікації у контексті суспільств, культур і цивілізацій;
- засоби і методи впливу на маси.

Студент **умітиме:**

- визначати кількість і якість інформації, оптимальний її обсяг для поширення;
- застосовувати оптимальні методи і прийоми поширення масової інформації;
- здійснювати всебічний аналіз процесу комунікації;
- робити зіставний аналіз теорій масової комунікації;
- розрізняти учасників масового спілкування за функціями, завданнями, методами, засобами праці тощо;
- відрізняти себе, фахівця, від представників суміжних професій;
- застерігати себе від використання засобів, способів, форм масового спілкування, не властивих обраній професії;
- використовувати адекватні технології та моделі для створення комунікативних дискурсів;
- пояснювати, чому представники суміжних професій працюють в одному середовищі, але кожен займається своєю справою або починають підміняти одне одного;
- пояснювати, чому тисне середовище масової комунікації на фахівців, що працюють у ньому, і які засоби й способи запобігання тому тиску;
- коректно працювати зі своєю аудиторією як виявом маси;
- відповідально ставитися до масової інформації;
- відстоювати свою професійну точку зору щодо місця і ролі своєї професії в структурі масового спілкування.

Набуття компетентностей:

–інтегральна компетентність (ІК):

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі журналістики.

–загальні компетентності (ЗК):

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

–спеціальні (фахові, предметні) компетентності (ФК):

ФК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

Програмні результати навчання (ПРН):

ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.

ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.

ПР08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.

ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.

3. Програма та структура навчальної дисципліни:

– повного терміну денної форми навчання.

Змістовий модуль 1.

Комунікація та інформація. Маси

Тема 1. Комунікація. Міжособистісна комунікація.

Поняття комунікації. Схеми й теорії комунікації. Складники й цілі комунікаційних актів. Функції комунікації. Міжособистісна комунікація.

Тема 2. Інформація. Масова інформація.

Поняття «інформація». Атрибутивна і функціональна теорія інформації. Інформація в різних науках. Інформація й масова комунікація. Зберігання інформації. Проблема її вибору. Обмін інформацією, її функціонування. Українське законодавство про поняття «інформація». Недосконалість визначень. Інфосфера. Ноосфера. Аспекти і параметри інформації. Якісні параметри інформації, їх суб'єктивність. Соціальна (масова) інформація. Інформація в журналістиці (масмедіа).

Тема 3. Маси.

Поняття мас у соціології й комунікативістиці. Сучасні інтерпретації мас. Поява мас і масової комунікації. Комунікатор, його вплив на маси. Маси і політика. Стратегії ефективної подачі й ефективного сприйняття інформації.

Тема 4. Масмедіа (журналістика) як система.

Багатозначність поняття «журналістика». Поняття «система». Система засобів масової інформації (ЗМІ). Інформаційний простір. Реальна й потенційна аудиторія. Інформаційні агентства. Прес-центри і прес-бюро як постачальники інформації. Технічні засоби поширення інформації. Економічні аспекти журналістської діяльності. Типологія журналістики, її принципи. Чотири підсистеми органів масової інформації (ОМІ). Друковані ОМІ. Їх здобутки, переваги й недоліки. Специфіка радіомовлення як структурної частини системи ЗМІ. Роль телебачення у сучасному світі. Бурхливий розвиток інтернет-видань у сучасну епоху. Державні органи регулювання і контролю у

сфері журналістської діяльності. Зростання ролі громадськості у визначенні сутності й перспектив розвитку журналістики в майбутньому.

Тема 5. Основні етапи зародження та розвитку масмедіа.

Становлення і розвиток журналістики і їх зв'язок із історією людського суспільства. Пражурналістські явища: а) знакове спілкування первіснообщинних людей як необхідність обміну інформацією; б) вплив знакового спілкування на формування суспільної думки як показник народження майбутніх інформаційних процесів; в) обмеженість і непостійність – характерні риси пражурналістських явищ періоду виникнення та існування держави. Власне журналістика: а) винахід Гутенберга як запорука розвитку власне журналістики; б) бурхливий розвиток друкованих ЗМІ; в) розвиток електронних ЗМІ.

Змістовий модуль 2.

Масова комунікація. Масовокомунікаційний процес

Тема 6. Масова комунікація.

Масова комунікація, її параметри. Масова інформація як швидкий спосіб передачі інформації для багатьох реципієнтів. Масова комунікація як культуроуспадкування. Комерційний характер масового комунікування. Полеміка навколо домінант масової комунікації.

Тема 7. Масовокомунікаційний процес.

Передумови для масово-комунікаційного процесу. Сутність, функції та діяльність комунікатора. Взаємодія комуніката і комуніканта. Повідомлення, його передача. Комуніканти, аудиторія. Зворотний зв'язок у минулому і зараз. Перешкоди (шуми) при масовому комунікуванні.

Тема 8. Функції масової комунікації.

Типологія функцій масової комунікації. Функція оптимізації життя в суспільстві. Функція самовираження реципієнта. Функція гри. Когнітивна, пізнавальна функція; отримання вузькопрофільної інформації. Функція ескапізму.

Змістовий модуль 3.

Роль комунікації у взаєминах влади і громад

Тема 9. Стратегічні комунікації.

Комунікація як інформування і налагодження співпраці. Прозорість процесів. Цільові аудиторії та стейкхолдери. Виготовлення інформаційних продуктів. Прес-конференції, прес-релізи тощо. Співпраця зі ЗМІ. Комунікація в соціальних мережах і на рівні громад. Участь керівництва і речників у комунікації. Інтерв'ю, публічні виступи, ток-шоу тощо. Оцінка ефективності комунікаційних процесів.

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	інд	с.р
1	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Змістовий модуль 1. Комунікація та інформація. Маси												
Тема 1. Комунікація. Міжособистісна	14	4	4			6						

комунікація												
Тема 2. Інформація. Масова інформація	14	4	4			6						
Тема 3. Маса	10	2	2			6						
Тема 4. Масмедіа (журналістика) як система	12	2	3			7						
Тема 5. Основні етапи зародження та розвитку масмедіа	10	2	2			6						
Разом за змістовим модулем 1	60	14	15			31						
Змістовий модуль 2. Масова комунікація. Масовокомунікаційний процес												
Тема 6. Масова комунікація	24	4	8			12						
Тема 7. Масовокомунікаційний процес	24	4	8			12						
Тема 8. Функції масової комунікації	20	4	6			10						
Разом за змістовим модулем 2	68	12	22			34						
Змістовий модуль 3. Роль комунікації у взаєминах влади і громад												
Тема 9. Стратегічні комунікації	22	4	8			10						
Разом за змістовим модулем 3	22	4	8			10						
Разом годин	150	30	45			75						

5. Теми семінарських занять (не передбачені навчальним планом)

6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Міжособистісна комунікація	2
2.	Невербальна і вербальна комунікація	2
3.	Властивості, вимірювання та оцінювання інформації	2
4.	Специфіка масово-інформаційної діяльності	2
5.	Суспільно-політичні пріоритети ЗМІ	2
6.	Орган масової інформації як перехрестя різних чинників	3
7.	Масова інформація в життєдіяльності суспільства	2
8.	Процес продукування масової інформації	2
9.	Масова комунікація як явище	4

10.	Маси та комуніканти як чинники масової комунікації	4
11.	Масовий вплив та його технології	4
12.	Типологічна еволюція зарубіжної періодики ХХ–ХХІ ст.	4
13.	Розслідувальна журналістика ХХ–ХХІ ст.	4
14.	Поява та розвиток радіомовлення. Радіо у Другій світовій війні	4
15.	Телебачення та його значення для світової масмедійної сфери	4

7. Теми лабораторних занять (не передбачені навчальним планом)

8. Теми самостійних робіт

1. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	К-ть годин
1.	Знати визначення термінів: «комунікатор», «комуніканти», «комунікація», «спілкування», «інтенція», «інформаційна інтенція», «комунікативна інтенція», «масове наслідування», «масовокомунікативне зараження», «навіювання (сугестія)», «масовокомунікативне навіювання», «масовокомунікативна маніпуляція», «рефлексія», «масова рефлексія», «масовокомунікативна регуляція», «масова саморегуляція», «комунікація», «спілкування».	6
2.	Законспектувати та опрацювати статтю В.Ф. Іванова «Визначення масової комунікації». <i>Актуальні проблеми масової комунікації</i> . Вип. 9. К., 2008. С.39–50.	3
3.	Законспектувати та опрацювати: Шендеровський К.С. Як написати успішне есе. К.: Ін-т масової комунікації при КНУ імені Тараса Шевченка, 2007. 34 с.	3
4.	Виписати та знати визначення термінів: «масовий», «маса», «дискурс», «модель», «структура», «система», «риторика», «філософія», «логіка».	6
5.	Написати есе на тему «Усі глобальні проблеми людства – це передусім проблеми комунікації» або на будь-яку іншу цікаву тему, що стосується проблем комунікації.	7
6.	Виписати та вивчити визначення термінів: «піар-технології», «спічрайтерство», «перформанс», «психотерапія».	6
7.	Уявіть, що ви – рекламист. Прорекламуйте нову газету «Молодь & здоров'я».	4
8.	Уявіть, що ви – агітатор. Підготуйте звернення до молоді на 1–2 хв. у рамках акції «Молодь – проти паління».	4
9.	Уявіть, що ви – журналіст. Підготуйте замітку в газету на тему: «Паління: так чи ні».	4
10.	Уявіть, що ви – політик і презентуєте свою програму, одним із аспектів якої є положення: «За здоров'я нації». Представте цей аспект.	4
11.	Уявіть, що ви – педагог. Тема уроку в 9 класі: «Вплив паління на організм молоді людини». Приготуйте початок цього уроку (до 5 хвилин).	4
12.	Уявіть, що ви – пропагандист. Пропагуйте здоровий спосіб життя, без паління. Приготуйте свою програму на 2–3 хв.	4

13.	Підготуватися до пресконференції. Аудиторія поділяється надві категорії: а) гості прес-конференції на чолі з модератором; б) журналісти, запрошені на прес-конференцію. Серед гостей – науковці, у колі інтересів яких масова комунікація. Ролі гостей попередньо розподіляються серед учасників гри. Інші учасники виконують роль журналістів конкретних засобів масової інформації. Запитання журналістів повинні враховувати специфіку аудиторії ЗМІ та її інтереси. На пресконференції обговорюються питання сучасної масової комунікації, вплив на маси, роль комунікації в сучасному глобалізованому світі.	5
14.	Законспектувати і опрацювати: Різун В.В. Лекція «Природа й структура комунікативного процесу».	5
15.	На основі розглянутих моделей масової комунікації розробити власну модель МК та підготуватися до її презентації.	10
	Усього	75

9. Зразки контрольних питань, тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами.

Контрольні питання

1. Поняття «інформація».
2. Атрибутивна і функціональна теорія інформації.
3. Інформація в різних науках. Інформація й масова комунікація.
4. Різне розуміння інформації в біології (генетика, інстинкт тощо), гуманітаристиці й математиці (кількісні показники).
5. Інформація – комунікація і зв'язок, у процесі якого усувається невизначеність (Клод Шеннон).
6. Зберігання інформації. Проблема її вибору.
7. Обмін інформацією, її функціонування.
8. Джерело інформації – канал зв'язку – приймач інформації (К. Шеннон).
9. Повідомлення (послання, месидж); інтерпретація (сприйняття); комунікація.
10. Нагромадження і зберігання інформації для майбутнього використання.
11. Проблема інформаційного вибору.
12. Українське законодавство про поняття «інформація». Недосконалість визначень.
13. Інфосфера.
14. Ноосфера.
15. Залежність швидкості суспільних перетворень від інтенсивності інформаційних обмінів.
16. Стрибокподібне збільшення інформації в інформаційному суспільстві. Інформаційний вибух.
17. Аспекти і параметри інформації.
18. Інформаційні ресурси (запаси), їх незнищенність, висока потенційна інтелектуальна вартість.
19. Якісні параметри інформації, їх суб'єктивність.
20. Потреба в передачі інформації від покоління до покоління (культура).
21. Соціальна (масова) інформація.
22. Суб'єктивність соціальної інформації.
23. Параметри соціальної інформації: кількість, цінність, зміст, об'єктивність, адекватність, достовірність, точність, оперативність, надійність.
24. Цінність інформації як її корисність, актуальність, вигідність тощо.
25. Реальність і нереальність інформації.
26. Знакова і незнакова інформація.
27. Вербальна і невербальна інформація.

28. Доступність мас до інформації.
29. Активний пошук інформації – риса людини й людського спілкування.
30. Переваги ЕОМ у пошуку інформації в замкнутій системі й людини – у зовнішньому довідку.
31. Інформаційні шуми.
32. Соціальне спотворення інформації.
33. Організована й неорганізована (немасова) інформація.
34. Вертикальна і горизонтальна передача інформації.
35. Інформація в журналістиці (мас-медіа).
36. Інформаційні ефекти мас-медіа.
37. Інформаційні запити.
38. Поняття комунікації.
39. Інтерсуб'єктність, діяльний характер, навчання («мистецтву») комунікації.
40. Комунікативні знаки чотирьох видів: словесні, кінетичні, музичні, графічні.
41. Мова як основна форма комунікування. Жести, зменшення їх ролі.
42. Схеми комунікації Г.Д. Лассвелла.
43. Схеми комунікації К. Шеннона і В. Вівера.
44. Абсолютизація каналу передачі в теорії Г.М. МакЛюена.
45. Адресант, адресат комунікації, повідомлення, код, контекст, контакт (Р. Якобсон).
46. Спостерігач. Мови, описи різних спостерігачів доповнюють один одного (Н. Бор).
47. Інтертекстуальність як «цитатна мозаїка», прямі й опосередковані посилання начужі тексти (Ю. Крістева).
48. Консенсуальна взаємодія самоорганізованих систем (У. Матурана).
49. Складники комунікаційних актів.
50. Цілі комунікації та потреби людини.
51. Зв'язок комунікації з пірамідою потреб А. Маслоу.
52. Функції комунікації.
53. Модель комунікативних функцій Р. Якобсона.
54. Мовний вплив і мовна взаємодія. Реакція отримувача мовного акту.
55. Міжособистісна комунікація.
56. Невербальна комунікація, недоліки й переваги.
57. Вербальне спілкування як найуніверсальніший спосіб і найбільш досліджений різновид комунікації.
58. Мовлення як частина комунікативної культури й культури загалом.
59. Мовно-культурні системи, труднощі перекладу.
60. Маси як натовп, публіка, гетерогенна система, аудиторія мас-медіа.
61. Маси як продукт машинної техніки і «надорганізованого» бюрократичного суспільства (Карл Маннгейм).
62. Теорія атомізму (мас, аудиторії).
63. Теорія лідерів думок.
64. Принципова гетерогенність мас.
65. Маси – будь-яка велика кількість людей, різна за структурою і яка утворює соціальну організацію.
66. Три закони схеми поширення ідей в акті комунікації: повторюваність, протиставлення, пристосування.
67. Мас-медіа – цемент суспільства, який дає соціальні орієнтири.
68. Масова комунікація і масове суспільство. Вульгаризація смаків.
69. Масова комунікація як маніпулювання масами.
70. Мас-медіа як формування у людини стереотипного світогляду.
71. Мас-медіа і розрив міжособистісних зв'язків.
72. Мас-медіа – найважливіший каталізатор масовізації.
73. Проблема пасивності й активності мас.
74. Потреба масової комунікації в момент, коли міжособистісна комунікація вже несправлялася з завданнями.

75. Ефекти мас-медіа – зміна поведінки отримувача.
76. Ключова роль комунікаторів у впливі на маси.
77. Вплив комунікатора на характер і зміст інформації.
78. Вплив на маси через актуальність і регулярність впливу.
79. Єднальна роль діяльності мас-медіа.
80. Причини звернення реципієнтів до мас-медіа.
81. Масові реакції на журналістські виступи.
82. Конвергенція масмедійної сфери й політики.
83. Чинники формування суспільної думки з боку мас-медіа.
84. Стратегіями впливу на маси.
85. Неоднозначне тлумачення ефектів масової комунікації, їх критеріїв, способів визначення й досягнення.
86. Дезінформація, порушення правових і етичних норм.
87. Стратегія ефективного отримання інформації.
88. Модель впливу мас-медіа.
89. Масова комунікація.
90. Параметри масової комунікації.
91. Зростання ролі масової комунікації з переходом до інформаційного суспільства.
92. Професійні комунікатори.
93. Масовість і анонімність аудиторії масової комунікації.
94. Односторонність повідомлень у масовій комунікації.
95. Принципова присутність і потреба технічних «посередників» у масовій комунікації.
96. Неособисте спілкування в масовій комунікації.
97. Інтенсивний обмін великою кількістю інформації у масовій комунікації.
98. Масовокомунікаційний одночасний зв'язок із великою кількістю людей в обмеженому просторі.
99. Організований, регульований масовокомунікаційний процес інформування.
100. Інформування і формування установок в масовому комунікуванні.
101. Публічність, принципова доступність масовокомунікаційного контенту.
102. Масова комунікація як історичний процес культуруоупадкування.
103. Масова комунікація як сукупність знань, цінностей і норм.
104. Невелика кількість тих, хто передає інформацію в масовій комунікації, і великати, хто приймає.
105. Комерційний характер масової комунікації.
106. Масова комунікація як обмін інформацією між складними динамічними системами.
107. Масова комунікація як процес обміну продуктами психічної діяльності.
108. Перепони для процесу масової комунікації.
109. Передумови для масовокомунікаційного процесу.
110. Сутність, функції та діяльність комунікатора.
111. Взаємодія комуніката і комуніканта.
112. Повідомлення, його передача.
113. Комуніканти, аудиторія. Зворотний зв'язок у минулому і зараз.
114. Перешкоди (шуми) при масовому комунікуванні.
115. Інформаційна функція масової комунікації.
116. Функція синхронізації життя суспільства у часі та просторі.
117. Функція соціалізації індивідів.
118. Функція саморегуляції суспільства, його груп, осіб.
119. Функція соціального контролю.
120. Функція збереження людських цінностей та інститутів у єдності з соціальною сферою.
121. Функція посередника між людиною і суспільством.
122. Функція кореляції (між реальністю та її відтворенням у медіа).
123. Функція програмування (творення символів і стереотипів).

124. Функція гри (рекреативна).
125. Функція задоволення в отриманні вузькопрофільної інформації.
126. Функція ескапізму (розрядка напруги, відволікання від повсякденних проблем, повсякденності загалом).
127. Функція задоволення психічних і соціальних потреб людини.
128. Функція передачі культурних засад (пізнавально-культурологічна функція).
129. Функція особистісної ідентифікації.
130. Мобілізаційна функція масової комунікації.
131. Функція управління самоспостереженням за суспільною системою (Н. Луман).
132. Функція формування уявлення про світ і суспільство, на які орієнтується самесуспільство.

8. Методи навчання

Використання методів навчання в процесі викладання навчальної дисципліни «Журналістська майстерність» зумовлено її метою і змістовими особливостями.

Під час викладання навчальної дисципліни «Журналістська майстерність» використовують такі методи навчання, як аналіз журналістських текстів, брейнстормінг, обговорення, рольові та ділові ігри, мінілекції, оперативна оцінка фактів і дій („галерея думок”), творчий проєкт.

10. Методи контролю

Методи контролю забезпечують одержання зворотної інформації про зміст, характер і досягнення в навчально-пізнавальній діяльності студентів і про ефективність праці викладача.

Упродовж семестру студенти повинні самостійно підготувати за результатами лекційних і практичних занять дві письмові роботи

11. 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 уведення в дію від 03.03.2021 р. протокол № 7)

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):

$$R_{дис} = R_{нр} + R_{ат}$$

12. Методичне забезпечення

1. Навчальний план підготовки магістра за спеціальністю 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. Перелік питань до екзамену. Екзаменаційні білети.

13. Рекомендована інформаційні джерела

1. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики. Київ : АУП; ЦВП, 2010. 258 с.
2. Квіт С.М. Масові комунікації. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 208 с.
3. Партико З. В. Теорія масової інформації: Конспект курсу лекцій. Київ , 2004. 200 с.
4. Різун В.В. Теорія масової комунікації : підручник. Київ : ВЦ»Просвіта», 2008. 260 с.
1. Вебер М. Соціологія. Загальноісторичні аналізи. Політика. Пер. з нім. / Макс Вебер. Київ : Основи, 1998. 534 с.
2. Гендер для медій. Підручник із гендерної теорії для журналістики та інших соціогуманітарних спеціальностей / За ред. М.Маєрчик. Київ : Критика, 2014. 217 с.
3. Іванов В. Ф. Визначення масової комунікації. *Актуальні проблеми масової комунікації*. Вип. 9. К., 2008. С. 39–50.
4. Іванов В.Ф. Соціологія і журналістика : тексти лекцій. Київ : Навч.-видавн.центр Ін-ту журналістики, 1994.
5. Почепцов Г.Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології ХХІ століття. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017.
6. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. Київ : ВПЦ «Київський університет», 1999. 308 с.
7. Соціологія: Навчальний посібник / За ред. С.О.Маєєва. 3-тє вид., стер. Київ :Т-во «Знання», КОО, 2005. 455 с.
8. Шендеровський К.С. Як написати успішне есе. Київ : Ін-т масової комунікації при КНУ імені Тараса Шевченка, 2007. 34 с.
9. Шульц В. Процес комунікації. *Публіцистика. Масова комунікація*. Київ : АУП, ЦВП
10. Ярош О. ЗМІ як дзеркало громадської думки. Проблеми коректної презентації результатів соціологічних опитувань. *Контекст*. № 12. С. 17–23.