



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «ТЕОРІЯ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр
Спеціальність **061 Журналістика**
Освітня програма «Журналістика»
Рік навчання 1 , семестр 1-2
Форма навчання денна
Кількість кредитів ЄКТС 7
Мова викладання українська

Лектор курсу

Контактна інформація
лектора (e-mail)

Сторінка курсу в e-Learn

доктор філологічних наук, професор М.С. Васьків

myvaskiv@ukr.net

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=3072>

ОПИС 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 масовокомунікаційного процесу, функцій масової комунікації, оволодіння навичками протистояння масовокомунікаційного 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;
- сформувані 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», «масово-інформаційна 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 тискові;
- 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 загальних компетентностей (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.

Набуття спеціальних (фахових, предметних) компетенцій (СК):

СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен досягти таких **програмних результатів навчання (ПР):**

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.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години лекції/ практичні, семінари	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
I семестр				
Тема 1.	6/4	Поняття комунікації. Схеми	Зрозуміти сутність	7

Комунікація. Міжособистісна комунікація		й теорії комунікації. Складники й цілі комунікаційних актів. Функції комунікації. Міжособистісна комунікація.	і значення комунікації. Засвоїти класичні схеми комунікації. Знати основні комунікативні функції.	
Тема 2. Інформація. Масова інформація	6/4	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. Ноо-сфера. Аспекти і параметри інформації. Якісні параметри інформації, їх суб'єктивність. Соціальна (масова) інформація. Інформація в журналістиці (мас-медіа).	Засвоїти сутність поняття інформації; відмінність між атрибутивною і функціональною теоріями інформації. Знати основні положення законодавства про інформацію. Вміти визначати якість інформації. Розуміти, що таке масова інформація. Пояснити роль інформації в мас-медіа.	7
Тема 3. Маси	6/2	Поняття мас у соціології й комунікативістиці. Сучасні інтерпретації мас. Поява мас і масової комунікації. Комуникатор, його вплив на маси. Маси і політика. Стратегії ефективної подачі й ефективного сприйняття інформації.	Засвоїти сутність поняття «маси». Час і причини появи мас, масової комунікації. Вміти пояснити переваги і роль комуникатора. У чому полягає ефективність масової комунікації?	5
Тема 4. Масмедіа (журналістика) як система	6/3	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. Еко-номічні аспекти журналістської діяльності. Типологія журналістики, її	Пояснити системний характер масмедійної сфери. Що таке інформаційний простір? Як відбувається розподіл праці в масмедійній сфері? Пояснити взаємозв'язок фінансових, технічних, кадрових аспектів масмедіа? Знати переваги і недолі-	6

		принципи. Чотири підсистеми органів масової інфо-рмації (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.	ки різних видів ОМІ. Вміти зазначити основні тенденції розвитку сучасних масмедіа. Засвоїти принципи і шляхи регулювання масмедійної сфери. Пояснити роль громадськості у функціонуванні й розвитку масмедіа.	
Тема 5. Основні етапи зародження та розвитку масмедіа	6/2	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.	Знати принципи визначення ключових етапів розвитку масмедіа. Визначити здобутки дожурналістського етапу поширення інформації. Вміти пояснити значення друку як тиражування інформації. Розкрити роль XIX ст. у технічних, професійних здобутках масмедіа. Знати основні етапи боротьби за свободу слова і друку. Пояснити роль появи електронних ЗМІ. Вміти схарактеризувати розгалуженість сучасної системи масмедіа.	5
Всього за семестр				30
II семестр				
Тема 6. Масова комунікація	8/8	Масова комунікація, її параметри. Масова інформація як швидкий спосіб	Засвоїти сутність поняття «масова комунікація». Вмі-	10

		передачі інформації для багатьох реципієнтів. Масова комунікація як культуруоупадкування. Комерційний характер масово-го комунікування. Полеміка навколо доміант масової комунікації.	ти пояснити причини ефективного поширення інформації. Пояснити роль масової комунікації у зв'язку покоління. Довести комерційний інтерес як основу сучасної масмедійної сфери.	
Тема 7. Масово-комунікаційний процес	8/8	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 (шути) при масовому комунікуванні.	Визначити необхідні передумови масової комунікації. Вміти схарактеризувати кожен компонент комунікаційної схеми. Визначити перешкоди у комунікації та шляхи їх подолання.	10
Тема 8. Функції масової комунікації	6/6	Типологія функцій масової комунікації. Функція оптимізації життя в суспільстві. Функція самовираження реципієнта. Функція гри. Когнітивна, пізнавальна функція; отримання вузькопрофільної інформації. Функція ескапізму.	Усвідомлювати необхідність і умовність поняття «функції масової комунікації». Знати і характеризувати основні функції масмедіа. Знаходити спільність і відмінність між різними типологіями функцій.	10
Тема 9. Стратегічні комунікації	8/8	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.	Визначити практичну спрямованість і важливість стратегічних комунікацій. Вміти знаходити цільові аудиторії та стейкхолдерів у інформаційній діяльності. Знати основні шляхи, форми і методи комунікації влади із громадами. Визначати рівень ефективності комунікаційних проце-	10

		сів.	
Всього за семестр			40
Аудиторна робота			70
Іспит			30
Всього за курс			100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання завдань практичних занять відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності:	Списування під час заліку заборонені (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Реферати, есе повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу.
Політика щодо відвідування:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету).

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	іспиту	заліку
90–100	відмінно	зараховано
74–89	добре	
60–73	задовільно	
0–59	незадовільно	не зараховано