

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра журналістики та мовної комунікації



ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан гуманітарно-педагогічного
факультету

Інна САВИЦЬКА

2024__ р.

СХВАЛЕНО

на засіданні кафедри журналістики
та мовної комунікації,
протокол №9 від 8 квітня 2024_р.

Завідувач кафедри
Марина НАВАЛЬНА

РОЗГЛЯНУТО

Гарант ОП «Журналістика»

Світлана ХАРЧЕНКО

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

Галузь знань 06 Журналістика
Спеціальність 061 Журналістика
Освітня програма «Журналістика»
Гуманітарно-педагогічний факультет
Розробник: д-р. філол. наук, проф. Степаненко М. І.

Київ – 2024 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	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проєкт (робота) (за наявності)		
Форма контролю	<i>екзамен</i>	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм здобуття вищої освіти		
	денна форма здобуття вищої освіти	заочна форма здобуття вищої освіти
Курс (рік підготовки)	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>
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	<i>4 год.</i>	

1. Мета, завдання, компетентності та програмні результати навчальної дисципліни

Мета вивчення курсу полягає в осягненні 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.

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.

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.

ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій

ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (ФК):

СК01. 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.

ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань

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 наінформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.

2. Програма та структура навчальної дисципліни для:

– повного терміну денної форми здобуття вищої освіти

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 комунікація	14	4	4			6						
Тема 2. Інформація. Масова інформація	14	4	4			6						
Тема 3. Маси	10	2	2			6						
Тема 4. Масмедіа (журналістика) як система	8	2	2			4						
Тема 5. Основні етапи зародження та розвитку масмедіа	10	2	2			6						
Разом за змістовим модулем 1	56	14	14			28						
Змістовий модуль 2. Масова комунікація. Масовокомунікаційний процес												
Тема 6. Масова комунікація	16	4	4			8						
Тема 7. Масовокомунікаційний процес	16	4	4			8						
Тема 8. Функції масової комунікації	16	4	4			8						
Разом за змістовим модулем 2	48	12	12			24						
Змістовий модуль 3. Роль комунікації у взаєминах влади і громад												
Тема 9. Стратегічні комунікації	16	4	4			8						
Разом за змістовим модулем 3	16	4	4			8						
Разом годин	120	30	30			60						

3. 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	2
7.	Масова інформація в життєдіяльності суспільства	2
8.	Процес продукування масової інформації	2
9.	Масова комунікація як явище	2
10.	Маси та комуніканти як чинники масової комунікації	2
11.	Масовий вплив та його технології	2
12.	Типологічна еволюція зарубіжної періодики ХХ–ХХІ ст.	2
13.	Розслідувальна журналістика ХХ–ХХІ ст.	2
14.	Поява та розвиток радіомовлення. Радіо у Другій світовій війні	2
15.	Телебачення та його значення для світової масмедійної сфери	2

4. Теми самостійної роботи

№ 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».	4
2.	Законспектувати та опрацювати статтю В.Ф. Іванова «Визначення масової комунікації». <i>Актуальні проблеми масової комунікації</i> . Вип. 9. К., 2008. С.39–50.	1
3.	Законспектувати та опрацювати: Шендеровський К.С. Як написати успішне есе. К. : Ін-т масової комунікації при КНУ імені Тараса Шевченка, 2007. 34 с.	1
4.	Виписати та знати визначення термінів: «масовий», «маса», «дискурс», «модель», «структура», «система», «риторика», «філософія», «логіка».	4
5.	Написати есе на тему «Усі глобальні проблеми людства – це передусім проблеми комунікації» або на будь-яку іншу цікаву тему, що стосується проблем комунікації.	4
6.	Виписати та вивчити визначення термінів: «піар-технології», «спічрайтерство», «перформанс», «психотерапія».	4
7.	Уявіть, що ви – рекламист. Прорекламуйте нову газету «Молодь & здоров'я».	2
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 молодого людини». Приготуйте початок цього уроку (до 5 хвилин).	4
12.	Уявіть, що ви – пропагандист. Пропагуєте здоровий спосіб життя, без паління. Приготуйте свою програму на 2–3 хв.	4
13.	Підготуватися до пресконференції. Аудиторія поділяється на дві 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	60

5. Засоби діагностики результатів навчання:

- екзамен;
- модульні тести;
- реферати;
- виконання творчих завдань;
- захист практичних робіт;
- захист творчих робіт.

6. Методи навчання:

- словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо);
- практичний метод (лабораторні, практичні заняття);
- наочний метод (метод ілюстрацій, метод демонстрацій);
- робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату);
- відеометод (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);
- самостійна робота (виконання завдань);
- індивідуальна науково-дослідна робота здобувачів вищої освіти;
- як аналіз журналістських текстів;
- брейнстормінг, обговорення;
- рольові та ділові ігри;
- оперативна оцінка фактів і дій („галерея думок”);
- творчий проєкт.

7.Методи оцінювання.

- екзамен;
- усне опитування;
- письмове опитування;
- модульне тестування;
- командні проекти;
- реферати, есе;
- захист практичних робіт;
- презентації та виступи на наукових заходах.

8.Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти. Оцінювання знань здобувача вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 чинного «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України»

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

Для визначення рейтингу здобувача вищої освіти із засвоєння дисципліни $R_{дис}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу здобувача вищої освіти з навчальної роботи $R_{НР}$ (до 70 балів): $R_{дис} = R_{НР} + R_{ат}$.

9. Навчально-методичне забезпечення

- конспекти лекцій та їх презентації (в електронному вигляді);
- підручники, навчальні посібники, практикуми;
- методичні матеріали щодо вивчення навчальної дисципліни для здобувачів вищої освіти денної та заочної форм здобуття вищої освіти;
- семестрові завдання для самостійної роботи студентів із навчальної дисципліни;
- матеріали поточного та підсумкового контролю (контрольні завдання до практичних занять).

10. Рекомендовані джерела інформації

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.Макеєва. 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.