



СИЛАБУС КУРСУ

МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ ТА ІНФОРМАЦІЯ

2025/2026 н.р.

Ступінь вищої освіти – **перший (бакалаврський)**

Освітня програма: **«Правова журналістика»**

Відповідальний відділ: **кафедра інформаційної та соціокультурної діяльності ЗУНУ**

Рік навчання: **I, семестр: II**

Кількість кредитів ECTS – **4**, мова викладання – **українська**

Керівник курсу – канд. філол. наук, доцент **Блашків Ольга Володимирівна**

Контактна інформація: **o.blashkiv@wunu.edu.ua**

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Розуміння природи масової комунікації, принципи створення інформації є базовою складовою у професійній діяльності майбутнього журналіста. Предметом вивчення навчальної дисципліни «Масова комунікація та інформація» є сутність масової комунікації в умовах функціонування інформаційного суспільства. Пропонований курс покликаний сприяти розумінню важливості адекватної передачі інформації в сучасному міжкультурному просторі цільовій аудиторії, ознайомити студентів із різними комунікаційними моделями, соціокультурними і правовими умовами обміну інформацією.

Основні цілі навчального курсу «Масова комунікація та інформація»:

- ознайомити студентів з основами сучасних комунікативних підходів та парадигм комунікативістики,
- ознайомити з історією науки про масову комунікацію,
- розвинути вміння аналізувати масово-інформаційну діяльність,
- формувати знання про масову комунікацію або масове спілкування, та інформацію як соціальний феномен;
- формувати знання про законодавче регулювання масово-інформаційної діяльності,
- формувати знання про національний інформаційний простір, про характеристики та сегментацію аудиторії, на яку спрямована робота журналіста;
- оволодіти навичками здійснення аналізу та оцінювання ефективності технологій масового спілкування, масовокомунікаційного впливу.

Основна мета дисципліни – формування компетентностей щодо аналізу теоретичних та практичних аспектів сутності масової комунікації в інформаційному суспільстві.

У результаті вивчення цієї навчальної дисципліни студенти отримують такі

Програмні результати навчання:

Знання:

- структури та основних видів масової комунікації;
- засобів і методів впливу на маси;
- специфічних систем засобів масової комунікації;
- сутності масової інформації;
- поняття інформаційного простору;

- загальних характеристик аудиторії ЗМІ;
- природних каналів передачі інформації;
- особливостей, типів і видів інформаційних процесів;
- методів впливу через різні знакові системи;
- законів і підзаконних актів, які регулюють журналістську діяльність в Україні;
- стану розвитку сучасних ЗМК;
- етичних норм та професійних стандартів роботи журналіста.

Уміння:

- відрізняти масову комунікацію від інших видів комунікації;
- уміло використовувати засоби і методи впливу на маси;
- кваліфікувати види інформації встановлювати відповідність інформації видовим характеристикам;
- встановлювати відповідність інформаційної діяльності законам України;
- визначати цільову аудиторію;
- аналізувати журналістські матеріали на відповідність професійним стандартам;
- застосовувати комунікативні технології для ведення ефективної комунікативної діяльності;
- використовувати здобуті протягом вивчення дисципліни знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій, вміти розрізняти різні комунікаційні кризи, вміти застосовувати методику їх вирішення.

СТРУКТУРА КУРСУ

Один и (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2	1. Комунікація в сучасному інформаційному просторі: становлення та розвиток науки про масову комунікацію	Розуміти і знати: ■ Загальну характеристику основних понять курсу. ■ Кореляцію понять «комунікація», «спілкування», «соціальні комунікації», «масові комунікації», «інформація», «масова інформація». ■ Теорію комунікації в системі наук. ■ Історичні етапи розвитку теорії масової комунікації. ■ Особливості масової комунікації. ■ Закони і категорії теорії комунікації. ■ Методи і функції теорії комунікації.	Тести, питання
4 / 4	2. Поняття про масову комунікацію: її система, характер та структура	Розуміти і розрізняти: ■ Масову комунікацію як явище. ■ Характер масової комунікації. ■ Визначення масової комунікації. ■ Функції масової комунікації. ■ Систему масової комунікації. ■ Структуру масової комунікації. ■ Види, форми і формати масової комунікації. ■ Фактори масової комунікації. ■ Періоди розвитку масової комунікації.	Питання, тести
2 / 2	3. Комунікаційний процес:	Знати і розрізняти:	Питання,

	моделі та складові елементи	■ Семіотичні моделі комунікації Р. Якобсона, Ю. Лотмана та У. Еко: суть, структура, особливості. ■ Структурні моделі комунікації (модель Аристотеля; модель Ласвела); ■ Прикладні моделі комунікації К. Шеннона, Н. Вінера, Т. Ньюкомба тощо та їхню специфіку. ■ Соціологічні та психологічні моделі комунікації. ■ Головні елементи комунікаційного процесу. ■ Учасників масовокомунікаційної діяльності.	тести
2 / 2	4. Теорії масової комунікації	Знати: ■ Становлення науки про масову комунікацію. ■ Етапи розвитку науки про масову комунікацію. ■ Новітній етап у розвитку науки про масову комунікацію. ■ Становлення вітчизняної наукової школи масової комунікації. ■ Основні теорії масової комунікації.	Усне опитування, навчальна дискусія, презентації доповідей
2 / 2	5. Поняття мас у системі комунікації	Знати: ■ Поняття про маси. ■ Види мас. ■ Розуміти і розмежовувати: Стихійні і штучні маси. ■ Ознаки мас. ■ Фази існування мас. ■ Натовп і публіку. ■ Масову аудиторію. ■ Настрої, думки, свідомість та поведінка мас.	Питання, тести
2 / 2	6. Комунікатори і комуніканти як суб'єкти масової комунікації	Розуміти: ■ Поняття про професійного комуніканта. ■ Творче й виробниче в діяльності професійних комунікантів. Знати: ■ Професійний і соціальний аспекти діяльності професійних комунікантів. ■ Типи комунікантів у масовій комунікації.	Проблемні завдання, питання
2 / 2	7. Інформація як основний елемент комунікаційних систем	Знати: ■ Природу інформації. ■ Визначення інформації в різних науках. ■ Основні види інформації. ■ Функції масової інформації. Розуміти: ■ Якість інформації: характеристику	Проблемні завдання, питання

		основних її форм. ■ Новизну інформації. ■ Цінність та своєчасність інформації. ■ Достовірність інформації. ■ Суспільну й масову інформація та основні її функції. ■ Суспільні ролі масової інформації. ■ Створення й види опрацювання повідомлень масової інформації.	
2 / 2	8. Джерела інформації	Знати і розуміти: ■ Методи створення повідомлень. ■ Інформативність тексту. ■ Види аналітико-синтетичного опрацювання повідомлень масової інформації. ■ Автоматизацію опрацювання повідомлень.	кейси
2 / 2	9. Семіотика як складова масової комунікації	Знати і розуміти: ■ Поняття про семіотику та її роль у масовій комунікації. ■ Типи знаків за класифікацією Ч. Пірса. ■ Теорію знака Ф. де Соссюра. ■ Означуване й означник. ■ Символ як одиниця комунікації: логіко-психологічні, мовні та соціальні аспекти. ■ Механізми формування та види символів. ■ Поняття про міф у масовій комунікації. Антиміф. Контрміф.	Питання, тести
2 / 2	10. Способи передачі інформації в суспільстві. ЗМІ як суспільний інститут	Знати і розуміти: ■ Цінність інформації. ■ Масову комунікацію в державі. ■ Інформаційний простір держави. ■ Закони України про інформацію. ■ Забезпечення власного інформаційного продукту в національному інформаційному просторі. ■ Органи керування інформаційним простором. ■ Суб'єкти національного інформаційного простору. ■ Інформаційну політику держави. Національний інформаційний простір України. ■ Характеристику принципів інформаційних відносин. ■ Інформаційну галузь держави. ■ Основні межі національного інформаційного простору України. ■ Інформаційну безпеку держави, інформаційні війни, методи захисту.	Проблемні завдання, тести, кейси

2/2	11. Масовокомунікаційний вплив, його сутність, основи та види	Знати і розрізняти: ■ Поняття про масовокомунікаційний вплив. ■ Масовий вплив як комунікаційний процес. ■ Соціальні технології. ■ Ефективність масовокомунікативного впливу. ■ Ефекти в масовій комунікації. ■ Засади масовокомунікаційного впливу. ■ Види масовокомунікаційного впливу. ■ Засоби, методи, техніки масовокомунікаційного впливу. ■ Медіаосвіту та медіаграмотність як інформаційно-психологічний захист аудиторії від негативного впливу масмедіа.	
2/2	12. Технології масовокомунікаційного впливу	Знати і розуміти: ■ Основи технології масовокомунікаційного впливу. ■ Інтернет як засіб масової комунікації. ■ Види масовокомунікаційних технологій. ■ ПР-технології. ■ Рекламні технології. ■ Іміджеві технології. ■ Пропагандистські технології. ■ Кризові комунікації. ■ Технології нових медіа як протидія масовокомунікаційним технологіям.	
2/2	13. Глобалізаційні процеси в масовій комунікації	Знати і розуміти: ■ Масову комунікацію в умовах суспільства постмодерну. ■ Глобалізаційні процеси в масовій комунікації. ■ Позитивний та негативний вплив глобалізаційних процесів у масовій комунікації на суспільство. ■ Вплив глобалізаційних процесів на рекламну комунікацію. ■ Глобалізація «паблік рилейшнз» як комунікативної системи. ■ Міжнародну інформаційну політику. ■ Основні тенденції світової медіаіндустрії. ■ Характеристику українського інформаційного суспільства як системи розвинутих масових комунікацій. ■ Концентрацію та конгломерацію українських ЗМК	
2/2	14. Основні принципи інформаційних відносин.	Знати і розуміти: ■ Масову комунікацію в державі.	

	Концепція розвитку телеінформаційного простору України	■ Інформаційний простір держави. ■ Закони України про інформацію. Забезпечення власного інформаційного продукту в національному інформаційному просторі. ■ Органи керування інформаційним простором. Суб'єкти національного інформаційного простору. ■ Інформаційну політику держави. Національний інформаційний простір України. Основні межі національного інформаційного простору України. ■ Характеристику принципів інформаційних відносин. ■ Особливості керування інформаційним потоком в інтернеті. ■ Інформаційну безпеку держави. ■ Інформаційні війни, методи захисту.	
--	--	--	--

ЛІТЕРАТУРА

НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ АКТИ:

1. Закон України «Про медіа». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>.
2. Загальна декларація прав людини, ООН. URL : <https://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/>
3. Захист журналістських джерел, [Protection of Journalistic Sources], сайт ГО «Центр демократії та верховенства права». URL : <https://cedem.org.ua/analytics/zahystzhurnalistskyhdzherel>.
4. Правові механізми захисту джерел інформації, [Legal mechanism for protection of sources of information], сайт ГО «Інститут Масової Інформації» URL : <https://imi.org.ua/advices/pravovimehanizmi-zahistu-djerel-informatsiji/>

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА:

5. Блашків О. В. Теорія комунікацій. Навчально-методичний посібник. Тернопіль: ТНЕУ, 2019. 107 с.
6. Гуцал О. Найжахливіша помилка – найкращий вчитель» («Якщо стрибнули, то гребіть»). Київ, 2020.
7. Джиджора Є. В. Мовленнєві технології пропаганди : навч.-метод. посіб. для здобувачів І курсу другого (магістер.) рівня вищої освіти спец. 035 Філологія спеціалізації 035.10 Прикладна лінгвістика / Є. В. Джиджора. Одеса : Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, 2022.118 с.
8. Зражевська Н. І. Теорія медіа та суспільства : навч. посіб. К. : Київ: ун-т ім. Б. Грінченка, 2022. 198 с.
9. Коулман А. Стратегії кризових комунікацій. К.: Фабула, 2023. 200 с.
10. Піпченко Н. Європейські комунікації : навч. посіб. К : Вадекс, 2021. 136с.
11. Померанцев П. Це не пропаганда. Подорож на війну проти реальності : пер. з англ. Київ : Yakaboo Publishing, 2020. 288 с.
12. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с
13. Різун В. В. Теорія масової комунікації. URL: <https://www.academia.edu/>
14. Соціологія масової комунікації: навч.-метод. посіб. для підготовки здобувачів вищої освіти галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки», спеціальність 054 «Соціологія» /

уклад.: О.О. Каретна, М.А. Яценко; Національний університет «Одеська юридична академія». Одеса, 2024. 84 с. URL: <http://dspace.onua.edu.ua/handle.net/11300/27401>.

15. Чудовська І. Соціологія масових комунікацій: навч. посіб. К. 2021. 235 с
16. Dimitrova, D.V. Global Journalism: Understanding World Media Systems. Lanham: Rowman&Littlefield, 2021. 258 p.
17. General Curricular Model for Mass Media Education // UNESCO. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000029839>. Назва з екрана. Мова англ.

ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ:

18. Детектор медіа. URL: <http://detector.media/category/monitoring>.
19. Електронна бібліотека НАУ. URL: <http://www.lib.nau.edu.ua/elbook>.
20. Журнал «Журналіст України». URL: <http://nsju.org/journals/2011/03/Jurnalist-Ukr-03-11.pdf>.
21. Інформаційний ринок України: практикум / уклад. Л.П. Халецька. Київ: НАУ, 2017. 37 с. URL: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/43357>.
22. Комісія з журналістської етики. URL: <http://www.cje.org.ua>.
23. Медіасап'єнс. URL: <http://osvita.mediasapiens.ua>.
24. Новини й аналітика про Німеччину, Україну, Європу та світ | DW.
25. Сайт для медійників «Телекритика». URL: <http://www.telekritika.ua>.
26. Сайт міністерства юстиції України. URL: <http://old.minjust.gov.ua/public>.
27. Фаховий часопис «Телерадіокур'єр». URL: <http://www.trk-mag.kiev.ua>.
28. Центр інформації про права людини. URL: <https://humanrights.org.ua>.
29. BBC - Homepage. URL: <https://www.theguardian.com/uk>.
30. Communication Theory. URL: <https://www.communicationtheory.org/>
31. European Journal of Communication. URL: <https://journals.sagepub.com/home/ejc>.
32. European Journal of Communication and Media Studies. URL: <https://www.ej-media.org/index.php/media>.
33. The Times & The Sunday Times.
34. The Telegraph - Telegraph Online, Daily Telegraph, Sunday Telegraph - Telegraph.
35. News | The Independent | Today's headlines and latest breaking news.
36. The New York Times - Breaking News, US News, World News and Videos (nytimes.com).
37. The Washington Post: Breaking News, World, US, DC News and Analysis.
38. The Wall Street Journal - Breaking News, Business, Financial & Economic News, World News and Video (wsj.com).
39. UK Home | Daily Mail Online.
40. The New Yorker.
41. Vogue: Fashion, Beauty, Celebrity, Fashion Shows | Vogue.

ПОЛІТИКА КУРСУ

- Середовище в аудиторії є дружнім, доброзичливим, комфортним, творчим, відкритим до конструктивної критики, спрямованим на самовдосконалення особистості.
- Курс передбачає як індивідуальну роботу, так і роботу в команді.
- Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані в зазначений термін.
- Якщо студент відсутній на занятті з поважної причини, він/вона презентують виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- Під час роботи над проектом не допустимо порушення академічної доброчесності.
- Презентації та виступи мають бути авторськими, оригінальними.

• **Політика щодо дедлайнів і перескладання.** Роботи, які подаються з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються нижче (-20 балів). Перескладання модулів відбувається з дозволу деканату за умови, що причина відсутності студента на модулі була поважною.

• **Політика щодо академічної доброчесності.** Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту з коректними текстовими запозиченнями, які не повинні перевищувати 20%. Списування під час контрольних робіт та на екзаменах заборонені.

• **Політика щодо відвідування.** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. З об'єктивних причин (наприклад, стан здоров'я, сімейні обставини, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (за умови погодження з керівником курсу).

ОЦІНЮВАННЯ

КРИТЕРІЇ, ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Масова комунікація та інформація» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	Модуль 4	Модуль 5
10%	10%	10%	10%	5%	15%	40%
Поточне опитування Участь у практичних заняттях (1-8) та оцінювання рівня виконання практичних завдань.	Модульний контроль 1-тестування	Поточне опитування: Участь у практичних заняттях (9-15) та оцінювання рівня виконання практичних завдань.	Модульний контроль 2 – письмова контр. робота	Тренінги	Самостійна робота	Іспит: тестування (25 питань) + одне завдання з розгорнутою відповіддю

Шкала оцінювання

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	відмінно	A (відмінно)
85-89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)