

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Західноукраїнський національний університет
Соціально-гуманітарний факультет

ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан соціально-гуманітарного
факультету
Оксана ГОМОТЮК
« » 2025 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з науково-
педагогічної роботи
Віктор ОСТРОВЕРХОВ
« » 2025 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА
з дисципліни «Масова комунікація та інформація»

ступінь вищої освіти – перший (бакалаврський)
галузь знань – С «Соціальні науки, журналістика та інформація»
спеціальність – С7 Журналістика
Освітньо-професійна програма – «Журналістика»

Кафедра інформаційної та соціокультурної діяльності

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практ. (семін.) (год.)	ІРС	Тренінг	Самост. робота студ. (год.)	Разом	Іспит (сем.)
денна	1	2	30	30	4	8	48	120	2

Тернопіль – ЗУНУ
2025

Робоча програма складена на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалавра галузі знань 06 «Журналістика» спеціальності 061 «Журналістика», затвердженої Вченою радою ЗУНУ (протокол № 11 від 26.06. 2025 р.).

Робочу програму розробила канд. філол. наук, доц. Блашків Ольга Володимирівна

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри інформаційної та соціокультурної діяльності (протокол № 1 від 26 серпня 2025 р.)

Завідувач кафедри інформаційної та соціокультурної діяльності канд. істор. наук, доцент
Ірина НЕДОШИТКО

Гарант ОПП Л.К. Людмила КОМІНЯРСЬКА

1. СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ ТА ІНФОРМАЦІЯ»
Опис дисципліни «Масова комунікація та інформація»

Дисципліна – «Масова комунікація та інформація»	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань: 06 «Журналістика»	Обов’язкова дисципліна циклу професійної підготовки. Мова навчання – українська
Кількість залікових модулів – 4	Спеціальність: 061 «Журналістика»	Рік підготовки – 1 Семестр – 2
Кількість змістових модулів – 3	Ступінь вищої освіти – перший (бакалаврський)	Лекції – 30 год. Практичні заняття – 30 год.
Загальна кількість годин – 120		Самостійна робота – 48 год. Тренінг – 8 год. Індивідуальна робота – 4 год.
Тижневих годин – 10 з них аудиторних – 4		Вид підсумкового контролю – іспит.

2. Мета вивчення дисципліни «Масова комунікація та інформація»

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.

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

2.1. Завдання вивчення дисципліни:

- ознайомити студентів з теоретико-методологічними підходами і методами вивчення масової комунікації;
- ознайомити з історією науки про масову комунікацію;
- формувати знання про масову комунікацію або масове спілкування, та інформацію як соціальний феномен;
- розвинути вміння аналізувати масово-інформаційну діяльність,
- 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.

2.2. Найменування та опис компетентностей, формування яких забезпечує вивчення дисципліни «Масова комунікація та інформація»:

- ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;
- ЗК 06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації;
- ЗК 07. Здатність працювати в команді;
- ЗК10. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

2.4. Пререквізити та постреквізити навчальної дисципліни:

- **пререквізити:** Знання з курсу «Культура фахової мови журналіста», загальні та фахові знання, отримані на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти.
- **постреквізити:** дисципліна надає студентам необхідні знання та навички, які будуть корисні при вивченні дисциплін «Зв'язки з громадськістю», «Спічрайтинг та риторика». Знання з дисципліни «Масова комунікація та інформація» теорії розвитку можуть бути використані під час написання міждисциплінарної курсової роботи, виконні кваліфікаційної роботи та проходженні навчальної й виробничої практики.

2.5. Програмні результати:

- ПРН2. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції;
- ПРН6. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків;
- ПРН07. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег;
- ПРН10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень.

3. ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

«Масова комунікація та інформація»

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи масової комунікації та інформації

Тема 1. Комунікація в сучасному інформаційному просторі: становлення та розвиток науки про масову комунікацію (2 год)

1. Об'єкт, предмет, завдання дисципліни.
2. Загальна характеристика основних понять курсу. Кореляція понять «комунікація», «спілкування», «соціальні комунікації», «масові комунікації», «інформація», «масова інформація».
3. Теорія масової комунікації в системі наук.
4. Особливості масової комунікації.

Література: 7, 10, 12, 21.

Тема 2. Поняття про масову комунікацію: її система, характер та структура (4 год)

1. Масова комунікація як явище.
2. Періоди розвитку масової комунікації.
3. Характер масової комунікації.
4. Визначення масової комунікації.
5. Функції масової комунікації.
6. Система масової комунікації.
7. Структура масової комунікації.
8. Види, форми і формати масової комунікації.
9. Фактори масової комунікації.

Література: 7, 10, 12, 13, 17.

Тема 3. Комунікаційний процес: моделі та складові елементи (2 год)

1. Семіотичні моделі комунікації Р. Якобсона, Ю. Лотмана та У. Еко: суть, структура, особливості.
2. Структурні моделі комунікації:
 - 2.1. модель Аристотеля;
 - 2.2. модель Ласвела;
3. Прикладні моделі комунікації К. Шеннона, Н. Вінера, Т. Ньюкомба тощо та їхня специфіка.
4. Соціологічні та психологічні моделі комунікації.
5. Головні елементи комунікаційного процесу.
6. Учасники масовокомунікаційної діяльності.

Література: 5, 7, 10, 13, 14.

Тема 4. Теорії масової комунікації (2 год)

1. Становлення науки про масову комунікацію.
2. Етапи розвитку науки про масову комунікацію.
3. Новітній етап у розвитку науки про масову комунікацію.
4. Становлення вітчизняної наукової школи масової комунікації.
5. Основні теорії масової комунікації.
6. Напрями досліджень масової комунікації.

Література: 7, 10, 13, 14.

Тема 5. Поняття мас у системі комунікації (2 год)

1. Поняття про маси.
2. Види мас.
3. Стихійні і штучні маси.
4. Ознаки мас.
5. Фази існування мас.
6. Натовп і публіка.
7. Масова аудиторія.

8. Настрої, думки, свідомість та поведінка мас.

Література: 7, 10, 12, 13, 21.

Тема 6. Комунікатори і комуніканти як суб'єкти масової комунікації (2 год)

1. Поняття про професійного комуніканта.
2. Професійний і соціальний аспекти діяльності професійних комунікантів.
3. Типи комунікантів у масовій комунікації.
4. Творче й виробниче в діяльності професійних комунікантів.
5. Загальна характеристика аудиторії ЗМІ. Мотиви звернення до певних ЗМІ.
6. Класифікація аудиторій. ЗМІ та їх відповідність певним аудиторним прошаркам.
7. Соціально-психологічні особливості аудиторії.
8. Проблема сегментації аудиторії та роль інформаційних стереотипів.

Література: 7, 10, 12, 14.

Змістовий модуль 2. Основи теорії інформації

Тема 7. Інформація як основний елемент комунікаційних систем (2 год)

1. Природа інформації.
2. Якість інформації: характеристика основних її форм.
 - 2.1. Новизна інформації.
 - 2.2. Цінність та своєчасність інформації.
 - 2.3. Достовірність інформації.
3. Суспільна й масова інформація та основні її функції.
4. Основні види інформації.
5. Визначення інформації в різних науках.
6. Суспільні ролі масової інформації.
7. Функції масової інформації.
8. Створення й види опрацювання повідомлень масової інформації.

Література: 10, 12, 13.

Тема 8. Джерела інформації (2 год)

1. Поняття джерел інформації та їх особливості.
2. Типи джерел інформації.
3. Інформаційні посередники.
4. Методи створення повідомлень.
5. Інформативність тексту.
6. Види аналітико-синтетичного опрацювання повідомлень масової інформації.
7. Автоматизовані технології опрацювання інформації.

Література: 7, 10, 11, 17.

Тема 9. Сучасні технології масово-інформаційної діяльності. Семіотика як складова масової комунікації (2 год)

1. Сучасні технології масово-інформаційної діяльності.
2. Поняття про семіотику та її роль у масовій комунікації.
3. Типи знаків за класифікацією Ч. Пірса.
4. Теорія знака Ф. де Соссюра. Означуване й означник.
5. Символ як одиниця комунікації: логіко-психологічні, мовні та соціальні аспекти.
6. Механізми формування та види символів.
7. Поняття про міф у масовій комунікації. Антиміф. Контрміф.

Література: 7, 10, 12.

Змістовий модуль 3. Поняття про масовокомунікаційний вплив

Тема 10. Способи передачі інформації в суспільстві. ЗМІ як суспільний інститут (2 год)

1. Види суспільств з позиції циркулювання інформації. Наслідки інформатизації.
2. Суспільні ролі масової інформації як засобу масової комунікації.
3. Основні потоки масової інформації в масовій комунікації.
4. Специфічні властивості масової інформації.
5. Критерії свободи ЗМІ та проблеми медіа виховання аудиторії.
6. Культура споживання масової інформації.
7. Масова інформація як інструмент впливу в масовокомунікаційній діяльності.
8. Інформація та процес її сприйняття. Психологічні та соціально-психологічні основи інформаційної діяльності.

Література: 7, 10, 18.

Тема 11. Масовокомунікаційний вплив, його сутність, основи та види (2 год)

1. Поняття про масовокомунікаційний вплив.
2. Масовий вплив як комунікаційний процес.
3. Соціальні технології.
4. Ефективність масовокомунікативного впливу.
5. Ефекти в масовій комунікації.
6. Засади масовокомунікаційного впливу.
7. Види масовокомунікаційного впливу.
8. Засоби, методи, техніки масовокомунікаційного впливу.
9. Медіаосвіта та медіаграмотність як інформаційно-психологічний захист аудиторії від негативного впливу масмедіа.

Література: 6, 9, 10, 12.

Тема 12. Технології масовокомунікаційного впливу (2 год)

1. Основи технології масовокомунікаційного впливу.
2. Інтернет як засіб масової комунікації.
3. Види масовокомунікаційних технологій.
4. PR-технології.
5. Рекламні технології.
6. Іміджеві технології.
7. Пропагандистські технології.
8. Кризові комунікації.
9. Технології нових медіа як протизвага масовокомунікаційним технологіям.

Література: 6, 7, 9, 10.

Тема 13. Масова інформація та комунікація у цифровому суспільстві. Глобалізаційні процеси в масовій комунікації (2 год)

1. Масова комунікація в умовах суспільства постмодерну.
2. Глобалізаційні процеси в масовій комунікації.
3. Позитивний та негативний вплив глобалізаційних процесів у масовій комунікації на суспільство.
 - 3.1. Вплив глобалізаційних процесів на рекламну комунікацію.
 - 3.2. Глобалізація «паблік рилейшнз» як комунікативної системи.
4. Міжнародна інформаційна політика.
5. Основні тенденції світової медіаіндустрії.
6. Характеристика українського інформаційного суспільства як системи розвинутих масових комунікацій.
7. Концентрація та конгломерація українських ЗМІ.

Література: 10, 14, 17, 18.

Тема 14. Основні принципи інформаційних відносин. Концепція розвитку телеінформаційного простору України (2 год)

1. Масова комунікація в державі.
2. Інформаційний простір держави.
3. Закони України про інформацію. Забезпечення власного інформаційного продукту в національному інформаційному просторі.
4. Органи керування інформаційним простором. Суб'єкти національного інформаційного простору.
5. Інформаційна політика держави. Національний інформаційний простір України. Основні межі національного інформаційного простору України.
6. Характеристика принципів інформаційних відносин.
7. Особливості керування інформаційним потоком в інтернеті.
8. Інформаційна безпека держави.
9. Інформаційні війни, методи захисту.

Література: 1-4, 7, 8, 10, 16.

4. СТРУКТУРА ЗАЛІКОВОГО КРЕДИТУ ДИСЦИПЛІНИ
«Масова комунікація та інформація»

Назва теми	Кількість годин					
	Лекції	Практичні заняття	Індивідуальна робота	Тренінг	Самостійна робота	Контрольні заходи
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи масової комунікації та інформації						
Тема 1. Комунікація в сучасному інформаційному просторі: становлення та розвиток науки про масову комунікацію	2	2	1		2	Тести, питання, реферати, завдання
Тема 2. Поняття про масову комунікацію: її система, характер та структура	4	4			4	
Тема 3. Комунікаційний процес: моделі та складові елементи	2	2			4	
Тема 4. Теорії масової комунікації	2	2			4	
Тема 5. Поняття мас у системі комунікації	2	2			2	
Тема 6. Комунікатори і комуніканти як суб'єкти масової комунікації	2	2			2	
Змістовий модуль 2. Основи теорії інформації						
Тема 7. Інформація як основний елемент комунікаційних систем	2	2	1		3	Тести, питання, реферати, завдання, кейси
Тема 8. Джерела інформації	2	2			4	
Тема 9. Сучасні технології масово-інформаційної діяльності. Семіотика як складова масової комунікації	2	2			3	
Змістовий модуль 3. Поняття про масовокомунікаційний вплив						
Тема 10. Способи передачі інформації в суспільстві. ЗМІ як суспільний інститут	2	2	2		4	Тести, питання, навчальна дискусія, презентація, кейси
Тема 11. Масовокомунікаційний вплив, його сутність, основи та види	2	2			4	
Тема 12. Технології масовокомунікаційного впливу	2	2			4	
Тема 13. Масова інформація та комунікація у цифровому суспільстві. Глобалізаційні процеси в масовій комунікації	2	2			4	
Тема 14. Основні принципи інформаційних відносин. Концепція розвитку телеінформаційного простору України	2	2			4	
Разом	30	30	4	8	48	120

5. ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Практичне заняття передбачає інтенсивну роботу в аудиторії. Воно проводиться у формі обговорення питань, дискусії, керованих викладачем або студентами «круглого столу». Складність практичного заняття полягає у тому, що воно потребує серйозної підготовки викладача й академічної групи, мобілізації всіх навичок та можливостей студентів, чіткості його проведення. Крім закріплення і поглиблення раніше отриманих та засвоєних нових знань, практичне заняття стимулює студентів до пошукової діяльності, знайомить із документами та додатковою літературою, вчить роздумам, розвиваючи тим самим творче мислення і сприяє формуванню переконань. Така форма роботи передбачає також обговорення самостійно підготовлених студентами доповідей, рефератів, повідомлень та ін. завдань.

Практичне заняття № 1

Тема: Історія становлення масової комунікації

I. Питання для обговорення

1. Поняття про комунікацію в сучасному світі.
2. Кореляція понять «комунікація», «спілкування», «соціальні комунікації», «масові комунікації», «інформація», «масова інформація».
3. Теорія комунікації в системі наук.
4. Історичні етапи розвитку теорії масової комунікації.
- Основні різновиди комунікації.
5. Комунікативний потік та його складові.
6. Загальні функції комунікації.
7. Головні історичні етапи розвитку масової комунікації.
8. Дописемний етап доіндустріального періоду.
9. Писемний етап доіндустріального періоду.
10. Друкарський етап індустріального періоду.
11. Аудіовізуальний етап індустріального періоду.
12. Новітній період розвитку масового спілкування.
13. Етапи розвитку комунікативної теорії за Г. Почепцовим.
14. Сучасні теорії походження мовленнєвої комунікації.

II. Додаткові питання

1. Які функції масової комунікації виділяв Г. Ласуел?
2. Які функції масової комунікації актуалізуються на особистісному рівні?
3. З чим пов'язується протосоціологічний етап дослідження масових комунікацій?
4. Який етап дослідження масової комунікації характеризувався стриманим ставленням до її можливостей впливу на масову аудиторію?
5. У чому полягає сутність моделі "коорієнтації" Дж. Мак-Леода?

Практичне заняття № 2-3

Тема: Поняття про масову комунікацію: її система, характер та структура

Питання для обговорення

1. Природа масової комунікації.
2. Характер масової комунікації.
3. Система масової комунікації.
4. Структура масової комунікації.
5. Структура масової комунікації М. де Флера.
6. Форми і формати масової комунікації.
7. Використання масової комунікації в інших форматах.
8. Види масової комунікації.
 - 8.1. Масмедійні комунікації.
 - 8.2. Рекламна комунікація.
 - 8.3. PR-комунікації.

- 8.4. Пропагандистська комунікація.
- 8.5. Агітаційна комунікація.
- 9. Фактори масової комунікації.
- 9.1. Людські (особистісні) фактори масової комунікації.
- 9.2. Інструментально-технологічні фактори масової комунікації.
- 9.3. Ситуаційні фактори масової комунікації.

Практичне заняття № 4

Тема: Комунікаційний процес: моделі та складові елементи

Питання для обговорення

1. Як ви розумієте поняття «модель масової комунікації»?
2. Які виділяють типи моделей масової комунікації?
3. Що таке трансмісія?
4. Які моделі масової комунікації є моделями трансмісії?
5. Пояснити модель всесильної пропаганди С. Чакотіна.
6. Пояснити модель контактування Р. Якобсона.
7. Пояснити модель комунікації як припливу інформації К. Левіна.
8. Пояснити модель двоступеневого припливу інформації П. Лазарсфельда.
9. Пояснити соціологічну модель Дж. і М. Релеїв.
10. Пояснити модель селекції Б. Вестлі та М. Макліна.
11. Пояснити модель Г. Лассвелла.
12. Пояснити модель К. Шеннона та В. Вівера.
13. Пояснити модель мозаїчної культури (А. Молеса).
14. Пояснити суспільно-культурну модель (А. Тудора).
15. Які моделі масової комунікації є моделями ритуалу?
16. Пояснити модель Дж. Карея.
17. Які моделі масової комунікації характеризують комунікацію як привернення уваги?
18. Пояснити модель розголосу.
19. Які моделі масової комунікації є моделями рецепції?
20. Пояснити модель кубиків.
21. Пояснити модель хвилі.
22. Пояснити модель М.Бахтіна.
23. Пояснити модель Р. Барта.
24. Пояснити модель Ю. Лотмана.
25. Пояснити модель У. Еко.
26. Пояснити модель К. Леві-Строса.
27. Пояснити модель Т. Гобана-Класа.

Практичне заняття № 5

Тема: Теорії масової комунікації

Питання для обговорення

1. Становлення науки про масову комунікацію.
2. Перший етап у розвитку науки про масову комунікацію.
3. Другий етап у розвитку науки про масову комунікацію.
4. Третій етап у розвитку науки про масову комунікацію.
5. Четвертий етап у розвитку науки про масову комунікацію.
6. Вплив наукових шкіл та вчень на розвиток науки про масову комунікацію.
- 6.1. Чиказька школа.
- 6.2. Віденський гурток.
- 6.3. Франкфуртська школа.
- 6.4. Бірмінгемська школа (Британські культурні студії).
- 6.5. Марксизм.
- 6.6. Психологія.

- 6.7. Біхевіоризм.
- 6.8. Функціоналізм.
7. Новітній, вітчизняний етап у розвитку науки про масову комунікацію.
8. Становлення вітчизняної наукової школи масової комунікації.
9. Основні теорії масової комунікації.
10. Макквейлова теорія масової комунікації.

Практичне заняття № 6

Тема: Поняття мас у системі комунікації

Питання для обговорення

1. Як тлумачиться поняття «маси» у зарубіжній і вітчизняній науці?
2. Як ви розумієте поняття «маса»?
3. Які необхідні умови існування маси?
4. Назвати та пояснити ознаки маси.
5. Які особливості психіки маси? Що таке «колективна психіка»?
6. Охарактеризувати інтелект маси. Які наслідки деінтелектуалізації індивідів у масі?
7. Які є форми мас? Чим відрізняються природні маси від штучних?
8. Назвати ознаки штучної маси.
9. Назвати види мас (за Д. В. Ольшанським).
10. Що таке натовп? Що таке зібрана / незібрана публіка?
11. Чим відрізняються натовп і зібрана публіка?
12. Чим відрізняються натовп і незібрана публіка?
13. Чим відрізняються зібрана та незібрана публіка?
14. Які є види натовпу?
15. Неформальні комунікації.
- 15.1. Чутки як соціально-психологічний феномен.
- 15.2. Класифікація чуток.
- 15.3. Механізм поширення чуток.
- 15.4. Штучно створені чутки в масовій комунікації.

Практичне заняття № 7

Тема: Комунікатори і комуніканти як суб'єкти масової комунікації

Питання для обговорення

1. Професійні комуніканти в системі масового спілкування.
2. Поняття про професійного комуніканта.
3. Професійний і соціальний аспекти діяльності професійних комунікантів.
4. Типи комунікантів у масовій комунікації (агітатор, журналіст, іміджмейкер, піарник, педагог, політик, пресекретар, пропагандист, публіцист, редактор, рекламіст).
5. Роль комунікатора (аніматор, автор, принципал, контактер, символізатор).
6. Елементарні складники комунікативного процесу (автор-джерело, повідомлення, канал, аудиторія-адресат, зворотний зв'язок, фільтри, контекст, код, знак, мотивація, стереотип (фрейм, пакування), комунікативні канали (вокальний, візуальний, тактильний, нюховий, смаковий). Посткомунікація ("естафета" та "діалог комунікацій").
7. Професіоналізація комунікаторів як основа масовокомунікаційного виробництва.
8. Єдність творчого й виробничого в масовій комунікації.
9. Масовокомунікаційна індустрія як комунікант.
10. Структура і функції ЗМК в системі управління масовою комунікацією.
11. Трансформація систем масової комунікації.

Практичне заняття № 8

Тема: Інформація як основний елемент комунікаційних систем

Питання для обговорення

1. Що таке інформація, соціальна комунікація, масова комунікація?
2. Які відмінності між інформацією: структурною, фундаментальною і оперативною.
3. Види інформації. Аналогова та дискретна інформація.
4. Статична та динамічна інформація. Знакова і незнакова інформація.
5. Вербальна інформація (образна, понятійна, образно-понятійна).
6. Атрибутивна концепція інформації.
7. Функціональна концепція інформації.
8. Закони теорії інформації.
9. Аксіоми теорії інформації.
10. Статистичний підхід до аналізу інформації .
11. Смысловий підхід до аналізу інформації.
12. Структура та механізми інформаційної взаємодії.
13. Бар'єри або фільтри інформаційної взаємодії.
14. Якість інформації.
15. Кількість інформації.
16. Новизна інформації.
17. Потенційна та реальна інформація.
18. Старіння інформації.
19. Цінність інформації.
20. Достовірність інформації.
21. Складність інформації.
22. Компресованість інформації.
23. Інформаційна потреба.
24. Інформаційний інтерес.
25. Інформаційний простір, інформаційне поле.

Практичне заняття № 9

Тема: Джерела інформації

Питання для обговорення

1. 1. Основні джерела отримання інформації.
2. Матеріальні носії інформації та їх види.
3. Методи комунікацій.
4. Методи аналітико-синтетичного опрацювання документів (бібліографування, індексування, анотування, реферування, пошук, коректура, редагування, переклад, готування оглядів).
5. Метод контекст-аналізу.
6. Метод івент-аналіз.
7. Методика когнітивного картування.
8. Експертні оцінки.
9. Соціологічні методи: опитування, вибіркові дослідження, фокус-групи, експериментальні методи.
10. Робота репортера. Пошук і збір інформації.
11. Текст як третій учасник комунікативного акту, як матеріальний посередник в інформаційному процесі.
12. Структура журналістського тексту.
13. Чоловічі та жіночі тексти журналістів.
14. Взаємозв'язок мови (текстів) журналістів і громадянського суспільства.
15. Психолінгвістичні чинники масмедійних текстів.
16. Інформативність тексту. Умови створення інформативного тексту.
17. Вплив ситуативних чинників на подавання журналістами текстів повідомлень.
18. Види аналітико-синтетичного опрацювання повідомлень масової інформації.
19. Поширення інформації з Інтернету.
20. Автоматизація опрацювання повідомлень.

Практичне заняття № 10

Тема: Семіотика як складова масової комунікації

Питання для обговорення

1. Які визначення терміна «семіотика» ви знаєте?
2. Хто вважається засновником семіотики як окремої науки?
3. Що ви знаєте про історію цієї міждисциплінарної галузі знань?
4. Які класифікації знаків ви знаєте?
5. Які вчені сприяли розвитку семіотичних досліджень у різних галузях знань?
6. Розуміння комунікації в коннотативній семіотиці Р. Барта.
7. Феноменологічна парадигма в дослідженні соціальної та масової комунікації.
8. Означуване й означник.
9. Символ як одиниця комунікації: логіко-психологічні, мовні та соціальні аспекти.
10. Механізми формування та види символів.
11. Поняття про міф у масовій комунікації. Антиміф. Контрміф.

Практичне заняття № 11

Тема: Способи передачі інформації в суспільстві. ЗМІ як суспільний інститут

I. Питання для обговорення

1. Яку роль відіграють ЗМІ у суспільстві?
2. У чому полягають загальні особливості ЗМІ?
3. Що розуміють під друкованими, аудіовізуальними і електронними ЗМІ?
4. На задоволення чийх потреб розраховані громадські ЗМІ?
5. На підставі яких показників можна говорити про ефективність ЗМІ щодо передачі інформації споживачам?
6. Критерії свободи ЗМІ та проблеми медіа виховання аудиторії.
7. Культура споживання масової інформації.
8. Масова інформація як інструмент впливу в масовокомунікаційній діяльності.
9. Інформація та процес її сприйняття. Психологічні та соціально-психологічні основи інформаційної діяльності.

II. Груповий проєкт

1. *Підготуйте самостійні виступи з питань:* 1) Яким медіа надаєте перевагу ви ? 2) Хто ще з ваших рідних, друзів, знайомих є прихильниками цих медіа? 3) Як ви вважаєте, чи велика в них аудиторія? 4) Чому саме їм ви надаєте перевагу?

2. *Колективна робота:* зробіть медіа-аналіз вашої групи, визначте, яким медіа надає перевагу більшість однокласників, яка інформація є найбільш популярною, який вплив мають ці медіа на формування думок і ставлень?

Практичне заняття № 12

Тема: Масовокомунікаційний вплив, його сутність, основи та види

I. Питання для обговорення

1. Основи масовокомунікаційного впливу.
2. Визначення масовокомунікаційного впливу.
3. Концептуальні засади масовокомунікаційного впливу.
4. Види масовокомунікаційного впливу.
5. Професійні засади масовокомунікаційного впливу.
6. Масове зараження.
7. Масова сугестія.
8. Масова маніпуляція.

II. Додаткові питання:

1. Чим відрізняються організовані зараження і сугестія як форми масової комунікації?
2. У чому полягає сутність демонстрації та розваги у масовій комунікації?
3. Назвіть особливості масмедійних комунікацій.
4. З чим пов'язана і на що спрямована пропаганда?

5. Які види комунікації мають яскраво виражену комунікаційну інтенцію?

Практичне заняття № 13

Тема: Технології масовокомунікаційного впливу

Питання для обговорення

1. Поняття про технологію. Основи технології масовокомунікаційного впливу.
2. Основні атрибути технології впливу.
3. Концептуальні засади масовокомунікаційних технологій.
4. Ознаки технологій масового впливу в рамках концепту “четверта влада”.
5. Інтернет як засіб масової комунікації.
6. Види масовокомунікаційних технологій.
7. Технології проєктування та змін соціального простору.
8. Інформаційні технології.
9. Інформаційні інтерактивні технології, або інтерактивні технології спілкування.
10. PR-технології.
11. Рекламні технології.
12. Іміджеві технології. Поняття про перформанс як комунікативну технологію.
13. Пропагандистські технології.
14. Кризові комунікації.
15. Психотерапія – медико-комунікативна технологія впливу на особистість.
16. Політичні та релігійні комунікативні технології в сучасному соціумі.
17. Спіндоктор у системі політичних комунікацій та його функції.
18. П’ять типів роботи спіндоктора. Схема та різновиди.
19. Технології нових медіа як протипага масовокомунікаційним технологіям.

Практичне заняття № 14

Тема: Масова інформація та комунікація у цифровому суспільстві Глобалізаційні процеси в масовій комунікації

Питання для обговорення

1. Масова комунікація в умовах суспільства постмодерну.
2. Якими показниками характеризується “міжнародний інформаційний простір”?
3. Асиметрія міжнародного інформаційного обміну.
4. У чому принципова відмінність понять “міжнародна інформація” та “міжнародна комунікація”?
5. Глобалізаційні процеси в масовій комунікації.
6. Позитивний вплив глобалізаційних процесів у масовій комунікації на суспільство.
7. Негативний вплив глобалізаційних процесів у масовій комунікації на суспільство.
8. Вплив глобалізаційних процесів на рекламну комунікацію.
9. Глобалізація «паблік рилейшнз» як комунікативної системи.
10. Міжнародна інформаційна політика.
11. Основні тенденції світової медіаіндустрії.
12. Характеристика українського інформаційного суспільства як системи розвинутих масових комунікацій.
13. Концентрація та конгломерація українських ЗМІ.

Практичне заняття 15

Тема: Основні принципи інформаційних відносин. Концепція розвитку телеінформаційного простору України

Питання для обговорення

1. Масова комунікація в державі.
2. Інформаційний простір держави.
3. Інформування та аналітика, пропаганда і контрпропаганда.
4. Національний інформаційний простір України. Основні межі національного інформаційного простору України.

5. Закони України про інформацію. Забезпечення власного інформаційного продукту в національному інформаційному просторі.
6. Органи керування інформаційним простором. Суб'єкти національного інформаційного простору.
7. Правові засади керування інформаційним простором держави в періоди стабільності і нестабільності.
8. Характеристика принципів інформаційних відносин.
9. Інформаційна безпека держави, інформаційні війни, методи захисту.
10. Законодавчі акти та професійні стандарти масово інформаційної діяльності. Норми, що регулюють виробничу діяльність журналіста.
11. Оцінка інформаційної діяльності. Критерії оцінки ефективності ЗМІ.
12. Найтипівіші журналістські помилки щодо порушення законодавства України.

II. Практичні завдання:

1. На матеріалі друкованих ЗМІ навести не менше 3 прикладів порушення законодавства України про інформаційну діяльність.
2. Навести приклади пропаганди, контрпропаганди в українських ЗМІ. (Письмово, не менше 3 прикладів).
3. Навести приклади журналістських творів, в яких порушені професійні стандарти щодо формування суспільної думки.
4. Навести приклади прояву інформаційної експансії в інформаційному просторі України.
5. Навести приклади прояву смислових та інформаційних воєн у соціальних медіа.

6. САМОСТІЙНА РОБОТА

Завдання для самостійної роботи з дисципліни «Масова комунікація та інформація» є видом позааудиторної роботи студентів і виконуються ними самостійно в процесі вивчення програмового матеріалу.

Метою цього виду роботи є оволодіння навичками самостійного вивчення частини програмового матеріалу, систематизація, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань студентів з навчального курсу програми.

У навчальному процесі використовуються такі види самостійної роботи студента:

- конспекти з окремих тем програми;
- анотування і рецензування прочитаної додаткової літератури з дисципліни;
- підготовка повідомлень з тем, що стосуються майбутнього фаху.

Результати самостійної роботи студент занотує в окремому зошиті, що перевіряється викладачем.

№ з/п	Тематика	Завдання для самостійної роботи	Термін виконання (тижні)
1	Комунікація в сучасному інформаційному просторі: становлення та розвиток науки про масову комунікацію	1. Виписати зі словників і підручників визначення комунікації, подумати, яке з них найбільш точно відображає її природу. 2. Дібрати власні приклади на підтвердження тез лекції про функції масової комунікації. 3. Підготувати реферат на тему: «Основні ідеї концепцій К. Розенгрена, З. Неменверта, Р. Вебера, А. Моля, Г. М. Маклюєна».	II
2	Поняття про масову комунікацію: її система, характер та структура	1. Підготувати і пояснити таблицю «Структура масової комунікації». 2. Написати есе на тему «Дослідження ролі масових комунікацій в інформаційному суспільстві». 3. Підготувати повідомлення на тему: «Мовець як автор», «Свідоме авторство» або «Перше відчуження»	III

		<i>твору від автора».</i>	
3	Комунікаційний процес: моделі та складові елементи	1. Скласти таблицю вивчених моделей масової комунікації (назва, автор, тезову суть). 2. Визначити, яка модель комунікації лежить в основі спілкування українських та зарубіжних викладачів та студентів; пояснити – чому. 3. З'ясувати значення понять: “модель”, “структура”, “система”. 4. Віднайти цікаву інформацію про те, як не зовсім доречно використана модель зіпсувала враження від дискурсу/тексту. 5. Законспектувати тлумачення визначень: - Комунікація як трансмісія (трансляція, передача) інформації, ідей, емоцій, умінь; - комунікація як розуміння інших, коли ми й самі прагнемо, щоб нас зрозуміли (комунікація як порозуміння); - комунікація як вплив за допомогою знаків і символів на людей; - комунікація як об'єднання (творення спільноти) за допомогою мови чи знаків; - комунікація як взаємодія за допомогою символів; - комунікація як обмін значеннями між людьми, які мають спільне в сприйманні, прагненнях і позиціях; - комунікація як складник суспільного процесу, який виражає групові норми, здійснює громадський контроль, розподіляє ролі, досягає координації зусиль тощо.	IV
4	Теорії масової комунікації	1. Обрати одну з існуючих теорій чи моделей масової комунікації і підготувати мультимедійну презентацію до обраної теми. 2. Написати реферат на одну із тем: «Освіта як форма масової комунікації», «Релігія як форма масової комунікації».	V
5	Поняття мас у системі комунікації	1. Пояснити структуру психіки маси, рівні психіки маси. 2. Ознайомитися із розділом 2 «Маси» у посібнику Різуна В. В. «Теорія масової комунікації», тезово окреслити ключові поняття і характеристики. 3. Проаналізувати поняття «громадська думка», «масовий настрій», «масова свідомість», «масова поведінка», «чутки», «мода», «паніка». 4. Проаналізувати співвідношення консерватизму і бунтарства у характері мас.	VI
6	Комунікатори і комуніканти як суб'єкти масової комунікації	1. Написати есе на тему: «Вплив порушень прав людини на життя суспільства: український досвід». 2. Пояснити поняття «дивергенція комуніканта». 3. Побудувати свою модель професійної масової комунікації. 4. Скласти банк архетипів за К. Юнгом.	VII
	Інформація як основний елемент комунікаційних систем	1. Навести приклади функціонування різних форм інформації у масмедіа. 2. Дібрати приклади опису різних інформаційних світів. 3. Дати відповідь, що таке об'єктивність	VIII

7		інформування. Аргументувати. 4. Проаналізувати журналістський матеріал з газети «День» або журналу «Український тиждень» використовуючи статистичний і смисловий підходи до аналізу інформації. 5. Виявити інформаційні бар'єри доходження аналізованої інформації до споживачів. 6. Проаналізувати матеріал з позиції новизни та старіння. Компресувати поданий матеріал.	
8	Джерела інформації	1. Розглянути певний (обраний за власним вибором зі списку інтернет-ресурсів) медійний текст, визначити, який його головний меседж, які цінності він пропагує. 2. Спробувати, об'єднавшись у пари, запропонувати свій варіант медіатексту на аналогічну тематику. 3. Законспектувати послідовність перевірки достовірності інформації в журналістиці. 4. Написати реферат на тему: «Сучасні засоби обробки мовних даних».	IX
9	Семіотика як складова масової комунікації	1. Визначити, чому У. Еко (Генеральний секретар Міжнародної асоціації семіотичних досліджень, автор інтелектуальних бестселерів, голова першої у світі кафедри семіотики) і Р. Якобсон (в 70-х роках Президент Міжнародної асоціації семіотичних досліджень, один з найвидатніших лінгвістів, головний доповідач на Першому Міжнародному конгресі з семіотики у Мілані, у 1976 році) вважаються видатними «розвідниками» семіотики? 2. Пояснити, як ви розумієте слова Ч. Пірса «Ніщо не є знаком доти, поки його хтось не інтерпретує як знак, і він не заміщує те, що поза ним»? 3. Пояснити, як ви розумієте зв'язок між розумінням мови як знакової системи і міжмовною конкуренцією? 4. Знайти в інтернеті інсталяцію Джозефа Кошута «Один і три стільці. Пояснити, що в цій знаковій ситуації референт для того, що зображено на стіні (фото стільця, словникова стаття «chair»). 5. Записати з телебачення, газет, радіо фрагменти дискурсів, у яких комунікатор постає як аніматор, автор, принципал, контактер або символізатор. 6. Навести уривки дискурсів, де переважають різні канали: вокальний, візуальний, тактильний, нюховий, смаковий. 7. Пояснити в яких випадках посткомунікація важливіша від прекомунікації. 8. Потрактувати терміни: “автор-джерело”, “повідомлення”, “канал”, “аудиторія-адресат”, “зворотній зв'язок”, “фільтри”, “контекст”, “код”, “знак”, “мотивація”, “стереотип” (“фрейм”, “пакування”).	X
	Способи передачі інформації в суспільстві. ЗМІ як суспільний інститут	1. Охарактеризувати періоди розвитку інформаційного суспільства. 2. Охарактеризувати період засобів масової передачі інформації. 3. Написати доповідь про очільників інформаційних	XI

10		революцій. 4. З'ясувати, хто із українців причетний до інформаційних революцій у нашій державі. 5. Охарактеризувати нормативні теорії медіа (модель незалежних масмедіа і вільного ринку ідей, теорія соціальної відповідальності, модель демократичного представництва, авторитарна модель). 6. Обґрунтувати в чому сила ресурсів масових комунікацій як «четвертої влади». 7. Сформулювати порядок денний масмедіа на реальну сьогоднішню дату. 8. Наведіть приклади певних ЗМІ, що охоплюють різні типи аудиторії.	
11	Масовокомунікаційний вплив, його сутність, основи та види	1. Навести власні приклади всіх засобів та технік масовокомунікаційного впливу. Дати пояснення кожному прикладу та обґрунтувати власний вибір. 2. З'ясувати визначення терміна «пропаганда» різними вченими. Пояснити, яке, на вашу думку, найбільш вдале та як ви розумієте це поняття. 3. Навести приклади журналістських творів, в яких порушені професійні стандарти щодо формування суспільної думки. 4. Навести приклади пропаганди, контрпропаганди в українських ЗМІ. (Письмово, не менше 3 прикладів). 5. Написати виступ на тему: Реалізація функцій і принципів журналістики в процесах формування громадської думки.	XII
12	Технології масовокомунікаційного впливу	1. Назвати, які різновиди технології інформаційного охоплення виокремлюють науковці. 2. Пояснити що забезпечує ефективність пропаганди. 6. Перечислити найпоширеніші прийоми, методи, засоби пропаганди. 4. Охарактеризувати особливості російської пропаганди в українському медіапросторі. 5. Підготувати доповідь-презентацію на одну із тем: - «Засоби навіювання і маніпулювання у рекламній комунікації»; - «Моделі взаємовідносин масмедіа і влади»; - «Медіакратія як влада ЗМІ»; - «ЗМІ як соціальний інститут». - «ЗМІ як бізнес». - «Медіа як «четверта» влада». - «Принципи функціонування медіа-компаній». - «Світовий інформаційний порядок». - «Особливості національного менталітету та розвиток ЗМІ в Україні та світі».	XIII
13	Глобалізаційні процеси в масовій комунікації	1. Подати визначення понять: 2. -Розвиток інформаційних технологій; -“Глобальне село”; - глобальна культура й глобальний світ; - Макдональдизація й масифікація. 3. Дати обґрунтовану відповідь: 3.1. Які міжнародні акти прийнято для реалізації концепції Нового міжнародного інформаційного	XIV

		порядку? 3.2. Чи всіма країнами була підтримана ця концепція? Якщо ні, то чому? 3.3. Які основні положення концепції міжнародного інформаційного суспільства? 3.4. Які ознаки міжнародного інформаційного суспільства ви можете назвати? 3.5. На яких міжнародних нормативних актах ґрунтується створення міжнародного інформаційного суспільства? 3.6. Які стратегії ЮНЕСКО було прийнято відносно інформаційного суспільства? 3.7. У чому полягає сутність Основної Програми IV “На шляху до комунікаційного та інформаційного суспільства для всіх”? 3.8. Які пріоритетні напрями діяльності виділяє Електронна доктрина Європейського Союзу “eEurope: An Information Society For All”? 4. Підготувати доповіді з наступних тем (на вибір): 4.1. Теорія переговорів. 4.2. Переговори з терористами. 4.3. Дипломатія та розвідка як складові міжнародної комунікації.	
14	Основні принципи інформаційних відносин. Концепція розвитку телеінформаційного простору України	1. Навести приклади прояву смислових та інформаційних воєн у соціальних медіа. 2. Створити «словник толерантності» – таблицю, що містить перелік висловів, які використовуються в медіа і є неетичними (расистськими, ксенофобськими) та слова, якими їх можна замінити. 3. Створити добірку медійних матеріалів, у яких безпідставно називається расова та етнічна приналежність людини. 4. Прописати сценарій для відеоролика (соціальної реклами) на тему «Медіа без расизму». 5. Підготувати презентацію «Зовнішньополітичний образ України та завдання міжнародних комунікацій».	XV
Разом:		48 год	

Самостійна робота студента з курсу «Масова комунікація та інформація» здійснюється за такими напрямками:

- Підготовка до практичних (семінарських) занять:
 - опрацювання лекційного матеріалу;
 - вивчення теми за підручниками та посібниками;
 - робота з рекомендованою додатковою літературою (монографії, статті в періодичних виданнях, словники); – виконання завдань і вправ до практичних занять.
- Опрацювання винесених на самостійне опрацювання питань.
- Підготовка до складання усного модуля у вигляді експрес-опитування та написання підсумкової (ректорської) контрольної роботи.
- Підготовка до іспиту.

Кількість балів	Критерії оцінювання
90-100	Здобувач демонструє глибокі міцні знання, логічно, повно, грамотно викладає матеріал, ілюструючи його доречними самостійно дібраними прикладами. Свідомо виправляє власні помилки.
85-89	Здобувач демонструє високий рівень знань, логічно, повно, грамотно

	викладає матеріал, ілюструючи його доречними самостійно дібраними прикладами. Допускає окремі неточності у викладі або при доборі прикладів.
75-84	Здобувач самостійно, повно викладає матеріал, допускаючи незначні помилки, які не завжди виправляє без сторонньої допомоги. Відчуває незначні труднощі при доборі прикладів або не всі теоретичні положення може пояснити на прикладі.
65-74	Здобувач самостійно, але неповно і з помилками викладає матеріал, відчуває труднощі при доборі прикладів. Може частково порушувати логіку викладу. Помилки виправляє з допомогою викладача.
60-63	Здобувач демонструє поверхові знання теоретичного матеріалу, не може дібрати прикладів, порушує логіку викладу, робить грубі помилки, які не завжди виправляє.
59 і менше	Здобувач викладає теоретичний матеріал дуже поверхово, допускає логічні та грубі граматичні помилки, не може дібрати жодного прикладу для ілюстрації викладених положень.

7. ТРЕНІНГ

Організація і проведення тренінгу з дисципліни «Масова комунікація та інформація»

Тренінг як сучасна технологія викладання у вищій школі – це цікавий процес пізнання себе та інших; спілкування; ефективна форма опанування знань; інструмент для формування умінь і навичок; форма розширення досвіду та інструмент поєднання теоретичних і практичних знань.

Мета проведення тренінгу на тему: «Створення моніторингового дашборду для аналізу інформаційної кампанії» – навчитися створювати системи моніторингу соціальних медіа; розвинути навички аналізу інформаційних потоків; освоїти інструменти візуалізації даних.

Проведення тренінгу передбачає такі етапи виконання завдань:

1.	Підготовчий етап: - Визначення теми інформаційної кампанії; - Вибір ключових слів та хештегів; - Встановлення часових рамок моніторингу; - Визначення платформ для аналізу.
2.	Створення структури дашборду: - Загальні метрики (охоплення, залученість, згадування); - Графіки активності; - Аналіз тональності; - Ключові інфлюенсери; - Популярні хештеги.
3.	Збір та аналіз даних: - Моніторинг згадувань бренду/теми; - Відстеження взаємодій; - Аналіз коментарів; - Визначення піків активності.
4.	Візуалізація даних: - Створення графіків; - Підготовка діаграм; - Розробка інфографіки; - Налаштування фільтрів.

Критерії оцінювання тренінгу:

Технічні аспекти (40%)	Аналітична складова (40%)	Презентація (20%)	Загалом – 100 балів
✓ Правильність налаштування	✓ Глибина аналізу; ✓ Релевантність	✓ Візуальна привабливість;	5 % у кінцевій оцінці за курс

моніторингу; ✓ Повнота охоплення даних; ✓ Точність аналізу; ✓ Функціональність дашборду.	висновків; ✓ Якість інтерпретації даних; ✓ Практичні рекомендації.	✓ Зрозумілість даних; ✓ Логічність структури; ✓ Якість оформлення.	
---	--	--	--

Методичні поради щодо виконання завдань:

1. Для збору даних:

- Використовувати комбінацію інструментів;
- Створити систему фільтрів;
- Налаштувати автоматичні сповіщення;
- Вести журнал змін.

2. Для аналізу:

- Фокусуватися на ключових метриках;
- Виявляти причинно-наслідкові зв'язки;
- Порівнювати дані в динаміці;
- Враховувати контекст.

3. Для презентації:

- Використовувати інтерактивні елементи;
- Додати можливість експорту даних;
- Забезпечити оновлення в реальному часі;
- Створити систему звітності.

8. ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ ТА МЕТОДИ ДЕМОНСТРУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Процес активізації навчання вимагає певної спільної діяльності студента і викладача, застосування різноманітних засобів, форм, системи дій, прийомів, спрямованих на виконання навчальних завдань.

Під час викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів передбачене застосування як активних, так й інтерактивних навчальних технологій, серед яких: робота в малих групах, кейс-метод, презентації, ознайомлювальні (початкові) ігри, дебати, диспути, дискусії, студентські проекти, а також лекції практичні та індивідуальні заняття, консультації, бесіди, тестування, робота з літературою, реферування, самостійна робота. У навчальному процесі передбачається використання новітніх комп'ютерних технологій.

Складним є те, що комунікативна сфера, через її специфіку, не піддається простому сприйняттю та аналізу. Вона – поєднання мислення, науки і творчості.

Сприйняття матеріалу ускладнюється новизною низки розглядуваних питань, оскільки ця дисципліна перебуває на етапі накопичування та осмислювання емпіричного (практичного) матеріалу, розроблення системи понять, уточнень термінів та ін. Для подолання цих «перешкод» важливо стати сприйнятливим до будь-якої інформації про світ комунікацій, зокрема у професійній сфері, стежити за останніми новинами у цій галузі через читання різноманітної літератури, перегляд відповідних телепрограм. Доцільно сформулювати окремі теки, в яких зберігати газетні вирізки, копії журнальних статей, рекламні буклети, власні нотатки тощо. Проте не варто робити це по кожній темі курсу. Рациональнішим є підхід, за якого студент обирає одну або декілька проблемних, найбільш цікавих для нього тем і збирає щодо них матеріал, який у подальшому може стати основою для підготовки рефератів чи написання наукової роботи.

У процесі вивчення дисципліни «Масова комунікація та інформація» використовуються такі засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- стандартизовані тести;
- поточне опитування – робота на заняттях (відвідуваність; презентаційні виступи на практичних заняттях, участь у роботі малих груп, дебатах) та тестування;

- залікове модульне тестування та опитування;
- наскрізні проекти;
- командні проекти;
- аналітичні звіти, реферати, есе;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- проміжний контроль – самостійна робота (робота з інформаційними джерелами);
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- ректорська контрольна робота;
- комплексний іспит;
- інші види індивідуальних та групових завдань.

Види роботи студента:

1. Робота на практичних заняттях:

- участь в обговоренні питань;
- презентаційні виступи на семінарах;
- застосування кейс-методу;
- активна участь у ділових іграх, дебатах, диспутах;
- написання контрольних робіт, розв'язання тестових завдань.

2. Самостійна робота:

- робота з інформаційними джерелами;
- презентація результатів;
- виконання студентського проекту.

3. Контрольні зрізи (написання екзаменаційної роботи).

За відсутності студента на семінарському занятті він зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття в позааудиторний час (час консультацій викладача) та подати на перевірку конспект відповідей на питання практичного заняття за планом занять.

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів і перескладання. Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності. Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів та екзаменів заборонено.

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу з дозволу дирекції факультету.

9. 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	Модульний контроль 1-тестування (10 тестових питань по 10 балів за одне).	Поточне опитування: Участь у практичних заняттях (9-15) та оцінювання рівня виконання	Модульний контроль 2 – письмова контр. робота (макс. - 100 балів).	Тренінги	Самостійна робота	Іспит: тестування (25 питань) + одне завдання з розгорнутою відповіддю

практичних завдань (макс. - 100 балів).		практичних завдань (макс. - 100 балів).				
--	--	--	--	--	--	--

Критерії оцінювання тестового завдання: «відмінно» – студент вирішив 95-100 % із запропонованого набору тестових завдань; «добре» – студент вирішив 80-94 % із запропонованого набору тестових завдань; «задовільно» – студент вирішив 60,5-79 % із запропонованого набору тестових завдань; «незадовільно» – студент вирішив менше, чим 60,5 % із запропонованого набору тестових завдань.

Критерії оцінювання усного опитування:

Кожне із питань оцінюється за наступними критеріями:

«відмінно» (90–100 балів) – студент бездоганно засвоїв теоретичний матеріал теми заняття; самостійно, грамотно і послідовно з вичерпною повнотою відповів на запитання; демонструє глибокі і всебічні знання, логічно будує відповідь, висловлює своє ставлення до тих чи інших проблем; вміє встановлювати причинно-наслідкові зв'язки, логічно та обґрунтовано будувати висновки; безпомилково відповідає на питання, використовуючи матеріали, що виносяться на самостійну роботу.

«добре» (75–89 балів) – студент добре засвоїв теоретичний матеріал теми заняття, аргументовано викладає його; розкриває основний зміст навчального матеріалу, дає неповні визначення понять, допускає незначні порушення в послідовності викладення матеріалу та неточності при використанні наукових термінів, нечітко формулює висновки, висловлює свої міркування з приводу тих чи інших проблем, але припускається певних похибок у логіці викладу теоретичного змісту;

«задовільно» (60-74 балів) – студент в основному засвоїв теоретичний матеріал теми заняття, фрагментарно розкриває зміст навчального матеріалу, показує початкову уяву про предмет вивчення, при відтворенні основного навчального матеріалу допускає суттєві помилки, наводить прості приклади, непереконливо відповідає, плутає поняття;

«незадовільно» (1–59 балів) – студент не засвоїв навчальний матеріал теми, не знає основних визначень, понять; дає неправильну відповідь на запитання.

Критерії оцінювання самостійної роботи студентів

Матеріал для самостійної роботи студентів, який передбачений в темі практичного заняття одночасно із аудиторною роботою, оцінюється під час поточного контролю теми на відповідному аудиторному занятті. Оцінювання тем, які виносяться на самостійне опрацювання і не входять до тем аудиторних навчальних занять, контролюються під час підсумкового контролю. В процесі проведення контрольних заходів викладач оцінює:

– рівень засвоєння студентом навчального матеріалу, винесеного на самостійне опрацювання;

– вміння використовувати теоретичні знання при виконанні практичних завдань;

– обґрунтованість та логічність викладення самостійно вивченого матеріалу;

– повноту розкриття теми дослідження;

– оформлення матеріалів згідно із висунутими вимогами. Відмітки про виконання або невиконання різних видів самостійної роботи студентів проставляються в Журналі обліку відвідувань та успішності студентів викладача.

Критерії оцінювання практичних навичок:

«відмінно» (90–100 балів) – студент повністю володіє практичною навичкою, вміє пов'язати теорію з практикою.

«добре» (75–89 балів) – студент частково володіє практичною навичкою, правильно застосовує теоретичні положення при вирішенні практичних завдань.

«задовільно» (60-74 балів) – студент володіє тільки обов'язковим мінімумом виконання практичного завдання, ознайомлений із технікою виконання.

«незадовільно» (1–59 балів) – студент не володіє практичною навичкою.

Критерії оцінювання тренінгу:

«відмінно» (90–100 балів) – студент бездоганно засвоїв теоретичний матеріал, демонструє глибокі і всебічні знання відповідної теми або навчальної дисципліни, основні

положення наукових першоджерел та рекомендованої літератури, логічно мислить і буде відповідь, вільно використовує набуті теоретичні знання при аналізі практичного матеріалу, висловлює своє ставлення до тих чи інших проблем, демонструє високий рівень програмних результатів, рівень засвоєння практичних навичок;

«добре» (75–89 балів) – студент добре засвоїв теоретичний матеріал, володіє основними аспектами з першоджерел та рекомендованої літератури, аргументовано викладає свої міркування; має практичні навички, висловлює свої думки щодо аналізованих проблем, але припускається певних неточностей і похибок у логіці викладу теоретичного змісту або при аналізі практичного завдання;

«задовільно» (60-74 балів) – студент в основному опанував теоретичними знаннями навчальної теми або дисципліни, орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, але непереконливо відповідає, плутає поняття, додаткові питання викликають у студента невпевненість або відсутність стабільних знань; відповідаючи на запитання практичного характеру, виявляє неточності у знаннях, не вміє оцінювати факти та явища, пов'язувати їх із майбутньою діяльністю;

«незадовільно» (1–59 балів) – студент не опанував навчальний матеріал теми (дисципліни), не знає наукових фактів, визначень, майже не орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, відсутні наукове мислення, практичні навички не сформовані.

Оцінка з дисциплін базується виключно на результатах поточної навчальної діяльності та виражається за двобальною національною шкалою: «зараховано» або «незараховано». Мають бути зараховані усі теми, винесені на поточний контроль.

Для зарахування студент має отримати за поточну навчальну діяльність не менше 60% від максимальної суми балів з дисципліни (100 балів). Бали з дисципліни ранжуються за шкалою ECTS.

Оцінка з дисциплін базується виключно на результатах поточної навчальної діяльності та виражається за двобальною національною шкалою: «зараховано» або «незараховано». Мають бути зараховані усі теми, винесені на поточний контроль.

Для зарахування студент має отримати за поточну навчальну діяльність не менше 60% від максимальної суми балів з дисципліни (100 балів). Бали з дисципліни ранжуються за шкалою ECTS.

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)

10. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№ з/п	Наочні матеріали	Номер теми
1.	Ноутбук	1–15
2.	Мультимедійний проектор	1–15
3.	Система дистанційного навчання ЗУНУ <i>moodle.wunu.edu.ua</i>	1–15
4.	Пакет прикладних програм базових інформаційних технологій: <i>MS Office</i>	1–15
5.	Телекомунікаційне програмне забезпечення (<i>Internet Explorer, Opera, Google Chrome, Firefox</i>)	1–15

11. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

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/advice/pravovimehanizmi-zahistu-dzherel-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. Різун В. В. Теорія масової комунікації. URL: <https://www.academia.edu/>
13. 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>.
14. Чудовська І. Соціологія масових комунікацій: навч. посіб. К. 2021. 235 с
15. Dimitrova, D.V. Global Journalism: Understanding World Media Systems. Lanham: Rowman&Littlefield, 2021. 258 p.
16. General Curricular Model for Mass Media Education // UNESCO. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000029839>. Назва з екрана. Мова англ.

ДОДАТКОВА ЛІТЕРАТУРА:

17. Богомаз К. Ю. Методологічні орієнтири вивчення соціальних комунікацій в умовах інформаційного суспільства: монографія / К. Ю. Богомаз, Ю. С. Кравцов; Дніпров. держ. техн. ун-т. Кам'янське: ДДТУ, 2019. 163 с.
18. Гутиряк О. Міжкультурна комунікація: до визначення поняття. Актуальні питання гуманітарних наук. 2022. Вип 47. Том 2. С. 205–208.
19. Дишкант О. В., Бабійчук І. В., Романюк Н. М. Залежність безпеки населення при надзвичайних ситуаціях від ефективної комунікації. Наука і техніка. 2022. № 4(4). С. 233-241.
20. Дротянко Л. Г., Ягодзінський С. М. Міжкультурна комунікація і толерантність перед лицем глобальних загроз. Вісник НАУ. Серія: Філософія. Культурологія. 2020. № 1 (31). С. 15-21.

21. Досенко А. Комунікаційні платформи: сучасне бачення. Соціальні комунікації: теорія і практика. 2021. Том 12 (1). С. 98-106.
22. Досенко А. Інтерфейс комунікаційних платформ: основи концептуальних підходів трактування. Соціальні комунікації: теорія та практика. 2020. Том 11. С. 47-58.
23. Макнамі Роджер. Зафейсбучені. Як соціальна мережа штовхає світ до катастрофи. Видавництво Книголав, 2021. 376 с.
24. Наварро Джо. Словник мови тіла. Секрети невербальної комунікації. Видавництво Віват, 2021. 192 с.
25. Нерубаська А. О., Сарнавська О. В., Пальшков К. Є. Параметричний аналіз системи «комунікація». Актуальні проблеми філософії та соціології. 2021. Вип. 28. С. 14-19.
26. Почепцов Г. Від покеру до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с
27. Firmstone, J. Editorial journalism and newspapers' editorial opinions. Oxford Research Encyclopedia. Oxford: Oxford University Press. 2019. URL: https://www.researchgate.net/publication/342529445_Firmstone_J_2019_Editorial_journalism_and_newspapers'_editorial_opinions_In_Oxford_Research_Encyclopedia_of_Communication_Oxford_Research_Encyclopedia_Oxford_University_Press_Oxford_England.
28. Lievrouw, L. A., Loader, B.D. 2020. Handbook of Digital Media and Communication. Abingdon: Routledge. 406 p.
29. Potter, W. J. Digital Media Effects. Lanham: Rowman&Littlefield. 2021. 264 p.
30. The Associated Press Stylebook. New York: Basic Books. 2020. 640 p.

ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ:

31. Детектор медіа. URL: <http://detector.media/category/monitoring>.
32. Електронна бібліотека НАУ. URL: <http://www.lib.nau.edu.ua/elbook>.
33. Журнал «Журналіст України». URL: <http://nsju.org/journals/2011/03/Jurnalist-Ukr-03-11.pdf>.
34. Інформаційний ринок України: практикум / уклад. Л.П. Халецька. Київ: НАУ, 2017. 37 с. URL: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/43357>.
35. Комісія з журналістської етики. URL: <http://www.cje.org.ua>.
36. Медіасапієнс. URL: <http://osvita.mediasapiens.ua>.
37. Новини й аналітика про Німеччину, Україну, Європу та світ | DW.
38. Офіс Ради Європи в Україні. URL: <https://www.coe.int/uk/web/kyiv/home>.
39. Платформа прав людини. URL: <https://ppl.org.ua/>
40. Сайт для медійників «Телекритика». URL: <http://www.telekritika.ua>.
41. Сайт міністерства юстиції України. URL: <http://old.minjust.gov.ua/public>.
42. Фаховий часопис «Телерадіокур'єр». URL: <http://www.trk-mag.kiev.ua>.
43. Центр інформації про права людини. URL: <https://humanrights.org.ua>.
44. BBC - Homepage. URL: <https://www.theguardian.com/uk>.
45. Communication Theory. URL: <https://www.communicationtheory.org/>
46. European Journal of Communication. URL: <https://journals.sagepub.com/home/ejc>.
47. European Journal of Communication and Media Studies. URL: <https://www.ej-media.org/index.php/media>.
48. The Times & The Sunday Times.
49. The Telegraph - Telegraph Online, Daily Telegraph, Sunday Telegraph - Telegraph.
50. News | The Independent | Today's headlines and latest breaking news.
51. The New York Times - Breaking News, US News, World News and Videos (nytimes.com).
52. The Washington Post: Breaking News, World, US, DC News and Analysis.
53. The Wall Street Journal - Breaking News, Business, Financial & Economic News, World News and Video (wsj.com).

54. UK Home | Daily Mail Online.
55. The New Yorker.
56. Vogue: Fashion, Beauty, Celebrity, Fashion Shows | Vogue.