

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та
природокористування

Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту
Кафедра журналістики та українознавства

06-10-67М

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання практичних завдань та самостійної роботи з
навчальної дисципліни **«Теорія масової комунікації»**
для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
за освітньо- професійною програмою «Журналістика»
спеціальності 061 «Журналістика»
денної та заочної форми навчання

Рекомендовано науково-
методичною радою
з якості ННІЕМ
Протокол № 2
від 19 жовтня 2021 року

Рівне – 2021

Методичні вказівки до виконання практичних завдань та самостійної роботи з навчальної дисципліни «**Теорія масової комунікації**» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою «Журналістика» спеціальності 061 «Журналістика» денної та заочної форми навчання [Електронне видання] / Сухаревська Г. В., Шийка С. В. – Рівне : НУВГП, 2021. – 29 с.

Укладачі: Сухаревська Г. В., кандидат наук із соціальних комунікацій, старший викладач кафедри журналістики та українознавства; Шийка С. В., кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики та українознавства.

Відповідальний за випуск: Малевич Л. Д., кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри журналістики та українознавства.

Керівник групи забезпечення спеціальності 061 Журналістика

Супрун В. М.

© Г. В. Сухаревська,
С. В. Шийка, 2021
© НУВГП, 2021

ЗМІСТ

I. Вступ	4
II. Теми практичних занять	6
Тема 1. Поняття про масову комунікацію.....	8
Тема 2. Форми, формати, види та фактори масової комунікації.....	9
Тема 3. Теорія інформації та її концепції.....	10
Тема 4. Функціонування масової інформації в суспільстві.....	12
Тема 5. Професіонали масового спілкування.....	13
Тема 6. Поняття про маси.....	14
Тема 7. Масовий вплив як комунікаційний процес.....	14
Тема 8. Технології масовокомунікаційного впливу.....	15
Тема 9. Засоби й методи масовокомунікаційного впливу.....	17
Тема 10. Ефекти в масовій комунікації.....	18
Тема 11. Комунікаційний процес. Різновиди комунікації.....	19
Тема 12. Системи засобів масової комунікації.....	20
Тема 13. Інформаційні агенції.....	20
Тема 14. Свобода та контроль у засобах масової комунікації.....	21
Тема 15. Становлення та розвиток вітчизняної наукової школи масової комунікації.....	22
Тема 16. Теорії і моделі масової комунікації.....	23
Тема 17. Напрями і методи досліджень масової комунікації.....	25
Тема 18. Масовокомунікаційна індустрія.....	26
III. Рекомендована література	27

I. Вступ

Навчальна дисципліна «Теорія масової комунікації» – необхідна теоретична основа для проведення медіадосліджень, що дає можливість здобути теоретичні знання та практичні навички, необхідні майбутнім журналістам для організації наукової роботи у своїй галузі. Вивчення навчальної дисципліни передбачає опанування найвідоміших теорії і методів, вивчення історії дослідження масових комунікацій, ознайомлення із сучасними українськими прикладами розвитку медіа галузі та проведення медіа досліджень. «Теорія масової комунікації» включає в себе головні складники професії журналіста, а також вводить в основну проблематику розвитку масових комунікацій сучасної України.

Метою вивчення дисципліни «Теорія масової комунікації» є формування у студентів системи знань та практичних навичок щодо аналізу теоретичних та практичних аспектів функціонування масової комунікації та інформації в сучасному інформаційному суспільстві.

Основні завдання:

- формування системи знань про ключові поняття та основні етапи історичного розвитку засобів масової інформації;
- набуття студентами розуміння феномену масового спілкування як виду соціальної комунікації, усвідомлення механізмів впливу закономірностей масового спілкування на працю видавця і редактора як фахівця галузі;
- усвідомлення студентами суспільної ролі професіоналів масової комунікації та способів модернізації їхньої праці;
- вивчення специфіки взаємодії ЗМІ з масовою свідомістю;
- засвоєння студентами знань про технології, теорії, моделі, методи досліджень масової комунікації;
- ознайомлення зі способами захисту аудиторії від маніпуляційних технологій та недостовірної інформації;
- набуття студентами навичок пошуку, обробки, аналізу інформації з різних джерел з метою систематизації та використання у професійній діяльності;

- набуття вмінь передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комукаційних наук;
- підготовка студентів до застосування набутих знань із курсу на практиці

Методичні вказівки містять повний перелік змістових модулів, тем і питань із курсу, які має опрацювати студент, список рекомендованої літератури. Плани практичних занять згруповано за змістовими модулями і темами. До плану кожного практичного заняття додано перелік основної літератури та запитання і завдання для самоконтролю.

II. Теми практичних занять

Загальна кількість годин – 210.

Лекції (денна/заочна) – 38/12.

Практичні заняття (денна/заочна) – 36/10.

Самостійна робота (денна/заочна) – 136/188.

№ з/п	Назви тем практичних занять	Кількість годин, денна	Кількість годин, заочна
1.	Поняття про масову комунікацію	2	2
2.	Форми, формати, види та фактори масової комунікації	2	2
3.	Теорія інформації та її концепції	2	
4.	Функціонування масової інформації в суспільстві.	2	
5.	Професіонали масового спілкування	2	
6.	Поняття про маси	2	
7.	Масовий вплив як комунікаційний процес		2
8.	Технології масовокомунікаційного впливу	2	2
9.	Засоби й методи масовокомунікаційного впливу	2	
10.	Ефекти в масовій комунікації	2	
11.	Комунікаційний процес. Різновиди комунікації	2	

12.	Системи засобів масової комунікації	2	
13.	Інформаційні агенції	2	
14.	Свобода та контроль у засобах масової комунікації	2	
15.	Становлення та розвиток вітчизняної наукової школи масової комунікації	2	
16.	Теорії і моделі масової комунікації	2	2
17.	Напрями і методи досліджень масової комунікації		
18.	Масовокомунікаційна індустрія	2	
	Разом	36	10

Змістовий модуль 1. Основи теорії масової комунікації

Тема 1. Поняття про масову комунікацію

План

1. Історія розвитку масової комунікації.
2. Дописемний етап доіндустріального періоду.
3. Писемний етап доіндустріального періоду.
4. Друкарський етап індустріального періоду.
5. Аудіовізуальний етап індустріального періоду.
6. Визначення масової комунікації
7. Сучасні тенденції і проблеми розвитку.
8. Сутність масової комунікації.
9. Характер масової комунікації.
10. Система масової комунікації.
11. Структура масової комунікації.
12. Рівні масової комунікації.
13. Функції масової комунікації.
14. Ознаки масового спілкування.
15. Модель масової комунікації.

Рекомендована література

[1, 2, 3, 4, 11, 13, 14, 18, 25, 26]

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Розкажіть історію розвитку масової комунікації.
2. Схарактеризуйте дописемний етап доіндустріального періоду.
3. Як розвивався писемний етап доіндустріального періоду?
4. У чому суть друкарського етапу індустріального періоду?
5. Опишіть аудіовізуальний етап індустріального періоду.
6. Що таке масова комунікація?

7. Схарактеризуйте сучасні тенденції і основні проблеми розвитку масової комунікації.

8. У чому полягає сутність та характер масової комунікації?

9. Яка структура масової комунікації?

10. Назвіть основні рівні масової комунікації.

11. Які функції виконує масова комунікація?

12. Розкажіть про ознаки масового спілкування.

13. Що таке модель масової комунікації?

Тема 2. Форми, формати, види та фактори масової комунікації

План

1. Форми масової комунікації.

2. Інституційні форми. Суб'єктно-об'єктна форма.

3. Організоване зараження. Організована сугестія. Організована маніпуляція.

4. Розповідь, роздуми, демонстрація та розвага як форми масової комунікації.

5. Формати масової комунікації. Використання масової комунікації в інших форматах.

6. Види масової комунікації. Масмедійні комунікації. Пропаганда та агітація.

7. Фактори масової комунікації. Людські фактори масової комунікації.

8. Інструментально-технологічні фактори масової комунікації.

9. Ситуаційні фактори масової комунікації.

Рекомендована література

[1, 2, 3, 4, 13, 14, 18, 25]

Запитання і завдання для самоконтролю

1. У яких формах проявляється масова комунікація?

2. У чому суть інституційної та суб'єктно-об'єктної форми масової комунікації?

3. Що таке організоване зараження? Як здійснюється організована сугестія та організована маніпуляція?

4. Чому розповідь, роздуми, демонстрація та розвага належать до форм масової комунікації?

5. Що таке формати масової комунікації? Назвіть формати масової комунікації.

6. Які ви знаєте види масової комунікації?

7. Схарактеризуйте масмедійні комунікації.

8. Що таке пропаганда та агітація?

9. Назвіть основні фактори масової комунікації.

10. У чому полягає суть людських факторів масової комунікації?

11. Розкажіть про інструментально-технологічні фактори масової комунікації.

12. Схарактеризуйте ситуаційні фактори масової комунікації.

Тема 3. Теорія інформації та її концепції

План

1. Історія розвитку теорії інформації.

2. Аксиоми та закони в сучасній теорії інформації.

3. Визначення та одиниці вимірювання інформації.

4. Класична схема передачі повідомлення. Будова повідомлення.

5. Концепції теорії інформації.

6. Імовірнісна (класична) концепція теорії інформації.

7. Алгоритмічна концепція теорії інформації.

8. Семантична концепція теорії інформації.

9. Кодування інформації. Передача інформації. Носії інформації.

10. Загальні властивості інформації та їх вимірювання й оцінювання.

11. Кількість інформації. Новизна інформації. Якість інформації.
12. Цінність інформації. Достовірність інформації.
13. Складність інформації. Компресованість інформації.
14. Масова комунікація за П. Лазарсфельд, Р. Мертон.
15. Моделі аргументувальної, іміджевої та пропагандистської комунікації.

Рекомендована література

[1, 2, 3, 4, 11, 18, 26]

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Розкажіть про історію розвитку теорії інформації.
2. Назвіть та схарактеризуйте аксіоми та закони в сучасній теорії інформації.
3. Що таке інформація? Назвіть її основні одиниці вимірювання.
4. Схарактеризуйте класичну схему передачі повідомлення.
5. Яка будова повідомлення?
6. Назвіть основні концепції теорії інформації.
7. У чому полягає суть імовірнісної (класичної) концепції теорії інформації?
8. Схарактеризуйте алгоритмічну концепцію теорії інформації.
9. Дайте характеристику семантичної концепції теорії інформації.
10. Що таке кодування інформації, передача інформації та носії інформації?
11. Назвіть загальні властивості інформації та їх вимірювання й оцінювання.
12. Розкрийте значення термінів кількість інформації, новизна інформації, якість інформації.
13. У чому полягає цінність та достовірність інформації?
14. Що таке складність та компресованість інформації?

15. Розкажіть про масову комунікацію за П. Лазарсфельдом та Р. Мертоном.

16. Назвіть моделі аргументувальної, іміджевої та пропагандистської комунікації. Схарактеризуйте їх.

Тема 4. Функціонування масової інформації в суспільстві

План

1. Види суспільств в аспекті циркулювання в них масової інформації.

2. Поняття «інформаційне суспільство».

3. Основні види інформації в суспільстві.

4. Основні потоки масової інформації в інформаційному суспільстві.

5. Інформація як продукт споживання, товар і засіб виробництва.

6. Специфічні властивості масової інформації.

7. Культура споживання інформації.

Рекомендована література

[1, 2, 3, 4, 11, 13, 14, 18, 25, 26]

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Які є види суспільств в аспекті циркулювання в них масової інформації?

2. Розкрийте зміст поняття «інформаційне суспільство».

3. Назвіть основні види інформації в суспільстві.

4. Схарактеризуйте основні потоки масової інформації в інформаційному суспільстві.

5. Чому інформацію вважають продуктом споживання, товаром і засобом виробництва? Відповідь обґрунтуйте.

6. Розкажіть про специфічні властивості масової інформації.

7. Що таке культура споживання інформації?

Тема 5. Професіонали масового спілкування

План

1. Поняття «професійний комунікант».
2. Професійний і соціальний аспекти діяльності професійних комунікантів.
3. Типи комунікантів у масовій комунікації.
4. Творче й виробниче в діяльності професійних комунікантів.
5. Масовокомунікаційна індустрія як комунікант.
6. Структура і функції ЗМК в системі управління масовою комунікацією.
7. Трансформація систем масової комунікації в сучасному суспільстві.

Рекомендована література

[1, 2, 3, 4, 18, 25, 26]

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Розкрийте зміст поняття «професійний комунікант».
2. Схарактеризуйте професійний і соціальний аспекти діяльності професійних комунікантів.
3. Які є типи комунікантів у масовій комунікації?
4. Яка роль творчого й виробничого в діяльності професійних комунікантів?
5. Чому масовокомунікаційну індустрію вважають комунікантом?
6. Розкажіть про структуру і функції ЗМК у системі управління масовою комунікацією.
7. Що таке трансформація систем масової комунікації в сучасному суспільстві?

Тема 6. Поняття про маси

План

1. Визначення мас.
2. Види мас.
3. Ознаки мас.
4. Фази існування маси.
5. Механізм масифікації.
6. Роль ЗМК у масифікації людини.
7. Натовп і публіка.
8. Масова аудиторія.
9. Настрої, думки, свідомість і поведінка мас.

Рекомендована література

[1, 2, 3, 4, 11, 13, 14, 18, 25, 26]

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Що таке маси?
2. Які є види мас?
3. Назвіть основні ознаки мас.
4. Які є фази існування маси?
5. У чому суть механізму масифікації?
6. Яка роль ЗМК у масифікації людини?
7. Схарактеризуйте поняття натовп і публіка.
8. Що таке масова аудиторія?
9. Розкажіть про настрої, думки, свідомість і поведінку мас.

Змістовий модуль 2. Поняття про масовокомунікаційний вплив

Тема 7. Масовий вплив як комунікаційний процес

План

1. Визначення поняття масовокомунікаційного впливу.
2. Концептуальні засади масовокомунікаційного впливу.
3. Види, форми, методи масовокомунікаційного впливу.
4. Масифікатори, лідери, просвітителі в системі масового спілкування.
5. Професійні засади масовокомунікаційного впливу.
6. Види масовокомунікаційного впливу: масове зараження, масова сугестія, масова маніпуляція.

Рекомендована література

[1, 2, 3, 4, 13, 14]

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Що таке масовокомунікаційний вплив?
2. Сформулюйте концептуальні засади масовокомунікаційного впливу.
3. Назвіть види масовокомунікаційного впливу.
4. У яких формах представлений масовокомунікаційний вплив?
5. Якими методами здійснюється масовокомунікаційний вплив?
6. Яку роль відіграють масифікатори, лідери, просвітителі в системі масового спілкування?
7. Назвіть професійні засади масовокомунікаційного впливу.
8. Схарактеризуйте основні види масовокомунікаційного впливу: масове зараження, масова сугестія, масова маніпуляція.

Тема 8. Технології масовокомунікаційного впливу

План

1. Поняття про технологію масовокомунікаційного впливу.
2. Механізм керування масою.

3.«Четверта влада» як основний концепт технології масовокомунікаційного впливу.

4. Види масовокомунікаційних технологій.

5. Технології проектування та змін соціального простору.

6. Інформаційні технології.

7. Інтерактивні технології спілкування. PR-технології.

8. Рекламні технології.

8. Пропагандистські технології.

9. Технології нових медіа як противага масовокомунікаційним технологіям.

Рекомендована література

[1, 3, 4, 14, 18, 25, 26]

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Розкрийте зміст поняття про технологію масовокомунікаційного впливу.

2. Схарактеризуйте механізм керування масою.

3. Чому «Четверта влада» є основним концептом технології масовокомунікаційного впливу? Відповідь обґрунтуйте.

4. Назвіть основні види масовокомунікаційних технологій.

5. Схарактеризуйте технології проектування та змін соціального простору.

6. Що таке інформаційні технології?

7. Розкажіть про інтерактивні технології спілкування та PR-технології.

8. Яке значення рекламних технологій у формуванні масовокомунікаційного впливу?

9. Назвіть основні пропагандистські технології.

10. Чому технології нових медіа є противагою масовокомунікаційним технологіям?

Тема 9. Засоби й методи масовокомунікаційного впливу

План

1. Масова інформація як засіб впливу.
2. Новина як засіб масового впливу.
3. Повідомлення як засіб масового впливу.
4. Метод «промивання мізків».
5. Метод переконання.
6. Метод «наклеювання ярликів».
7. Метод асоціативного формування позитивного ефекту.
8. Методи в рекламі.
9. Методи нейролінгвістичного програмування.
10. Методи маркування маси.
11. Техніки масовокомунікаційного впливу.
12. Фейкова інформація.
13. Технології та інструменти перевірки розпізнавання фейків та встановлення достовірності інформації.

Рекомендована література

[1, 2, 3, 4, 11, 13, 14, 18, 25, 26]

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Поясніть, чому масова інформація є засобом впливу?
2. Чи є новина засобом масового впливу? Відповідь обґрунтуйте.
3. Поясніть чому повідомлення є засобом масового впливу?
4. Схарактеризуйте метод «промивання мізків».
5. У чому суть методу переконання?
6. Опишіть метод «наклеювання ярликів».
7. Розкажіть про метод асоціативного формування позитивного ефекту.

8. Яке значення відіграють методи масовокомунікаційного впливу в рекламі?

9. Назвіть основні методи нейролінгвістичного програмування.

10. Які ви знаєте методи маркування маси?

11. Схарактеризуйте техніки масовокомунікаційного впливу.

12. Що таке фейкова інформація?

13. Розкажіть про технології та інструменти перевірки розпізнавання фейків та встановлення достовірності інформації.

Тема 10. Ефекти в масовій комунікації

План

1. Поняття про ефективність.
2. Ефективність та дієвість.
3. Поняття про ефект.
4. Ефект гуртування. Ефект довіри. Ефект ореолу.
5. Ефект самодостатності у прийнятті рішень. Ефект праймінгу.
6. Ефект десенсибілізації. Ефект культиватії.
7. Ефект бумеранга. Ефект переконання. Заколисуючий ефект.
8. Міф як результат масової комунікації.

Рекомендована література

[1, 3, 4, 5, 8, 11, 13, 14, 25]

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Що таке ефективність у масові комунікації?
2. Розмежуйте поняття ефективність та дієвість.
3. Що таке ефект?
4. Схарактеризуйте ефект гуртування.
5. У чому суть ефекту довіри?
6. Опишіть ефект ореолу.

7. Яке значення має ефект самодостатності у прийнятті рішень?
8. Що таке ефект праймінгу?
9. Розкрийте суть ефекту десенсибілізації та ефект культивзації.
7. З'ясуйте різницю між ефектом бумеранга, ефектом переконання та заколисуючим ефектом.
8. Чому міф є результатом масової комунікації?

Тема 11. Комунікаційний процес. Різновиди комунікації

План

1. Комунікаційний процес, поняття, основні елементи, етапи, їх характеристика.
2. Елементи комунікаційного процесу.
3. Модель процесу комунікацій.
4. Роль ЗМІ як визначальна риса комунікаційного процесу.
5. Форми комунікаційного процесу, його залежність від масовості аудиторії.
6. Основоположні моделі комунікації.

Рекомендована література

[1, 3, 4, 6, 8, 11, 13, 14, 18, 25]

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Що таке комунікаційний процес? Схарактеризуйте його основні поняття, елементи, етапи.
2. Назвіть елементи комунікаційного процесу.
3. Сформулюйте модель процесу комунікацій.
4. Яка роль ЗМІ у комунікаційному процесі?
5. Назвіть форми комунікаційного процесу. Поміркуйте, чи залежить він від масовості аудиторії.
6. Які ви знаєте основоположні моделі комунікації? Схарактеризуйте їх.

Тема 12. Системи засобів масової комунікації

План

1. Розвиток засобів і форм комунікації. Організація ЗМК.
2. Види ЗМК. Нові ЗМК.
3. Тенденції розвитку масмедіа.
4. Питання функціонування ЗМК
5. ЗМК і суспільство.. ЗМК і суспільна структура.
6. Головні питання стосунків між ЗМК і суспільством.
7. Телебачення, газети, журнали, радіо, кінематограф, відеоігри, Інтернет.

Рекомендована література

[1, 3, 4, 6, 8, 22, 23, 24, 25, 26]

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Розкажіть про розвиток засобів і форм комунікації та організацію ЗМК.
2. Назвіть види ЗМК. Які вам відомі нові ЗМК.
3. Які тенденції розвитку масмедіа?
4. У чому суть питання функціонування ЗМК?
5. Схарактеризуйте взаємодію ЗМК і суспільства, ЗМК і суспільної структури.
6. Сформулюйте головні питання стосунків між ЗМК і суспільством.
7. Яку роль відіграють телебачення, газети, журнали, радіо, кінематограф, відеоігри, Інтернет у системі засобів масової комунікації?

Тема 13. Інформаційні агенції

План

1. Сучасні інформаційні агенції: національні, регіональні та глобальні інформаційні агенції.
2. Глобальні мережі теленовин як найбільші концентратори інформації.
3. Специфіка діяльності інформаційних агенцій.
4. Інформаційні продукти інформаційних агенцій.

Рекомендована література

[1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 13, 22, 23, 26]

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Назвіть сучасні інформаційні агенції: національні, регіональні та глобальні інформаційні агенції. Схарактеризуйте їх.
2. Поясніть, чому глобальні мережі теленовин є найбільшими концентраторами інформації?
3. У чому полягає специфіка діяльності інформаційних агенцій? Відповідь обґрунтуйте.
4. Що вам відомо про інформаційні продукти інформаційних агенцій?

Тема 14. Свобода та контроль у засобах масової комунікації

План

1. Сучасні теорії преси (ЗМІ).
2. Авторитарна концепція преси.
3. Виникнення цензури. Різновиди цензури.
4. Рівні фільтрування інформації. Цензура в Україні. Л
5. Лібертальна теорія преси.
6. Об'єктивний журналізм.
7. Критика теорії вільної преси.
8. Теорія соціальної відповідальності.
9. Протекціонізм. Медіакритика.

Рекомендована література

[1, 3, 4, 6, 8, 11, 14, 18, 20, 21, 25, 26]

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Схарактеризуйте сучасні теорії преси (ЗМІ).
2. У чому полягає суть авторитарної концепції преси?
3. Розкажіть про виникнення цензури. Назвіть її різновиди.
4. Які є рівні фільтрування інформації? Розкажіть про цензуру в Україні.
5. Схарактеризуйте лібертальну теорію преси.
6. Що таке об'єктивний журналізм?
7. У чому суть критики теорії вільної преси?
8. Що таке теорія соціальної відповідальності?
9. Що вам відомо про протекціонізм та медіакритику?

Змістовий модуль 3. Дослідження масової комунікації

Тема 15. Становлення та розвиток вітчизняної наукової школи масової комунікації

План

1. Становлення української наукової школи масової комунікації.
2. Основні напрямки досліджень питань теорії масової комунікації та інформації в українських наукових студіях.
3. Основні постулати вітчизняної наукової школи теорії масової комунікації.
4. Вітчизняні дослідники питань масової комунікації та інформації

Рекомендована література

[1, 3, 4, 6, 8, 22, 23, 24, 25, 26]

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Розкажіть про становлення української наукової школи масової комунікації.
2. Назвіть основні напрямки досліджень питань теорії масової комунікації та інформації в українських наукових студіях.
3. Схарактеризуйте основні постулати вітчизняної наукової школи теорії масової комунікації.
4. Хто із вітчизняних дослідників займався питаннями масової комунікації та інформації?

Тема 16. Теорії і моделі масової комунікації

План

1. Теорія масового суспільства і сильних медіа.
2. Теорія двоступеневого впливу.
3. Теорія дифузії інновацій.
4. Теорія Г. Лассвелла.
5. Теорія чотирьох функцій.
6. Шість теорій преси (нормативні теорії преси).
7. Теорії на основі психодинамічної моделі К. Говленда.
8. Теорія когнітивного дисонансу. Теорія обмежених ефектів.
9. Теорія селективного впливу. Теорія модернізації Лернера.
10. Теорія розширення відчуття Маклюена. Теорія медійної гегемонії.
11. Теорія культивациі. Теорія використання і задоволення.
12. Теорія «порядок денний». Теорія «спіраль мовчання».
13. Соціально-когнітивна теорія і більш широка теорія соціального навчання А. Бандури.
14. Теорія фреймінгу. Теорія ефекту третьої особи.

15. Теорія медійної залежності. Теорія медійної грамотності.
16. Теорія самореференції Лумана. Комплексна теорія Д. Мак-Квейла.
17. Модель комунікації як трансмісії. Модель експресивна, або ритуальна.
18. Модель розголосу. Модель рецепції (сприймання): кодування й декодування висловлювання.

Рекомендована література

[1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 13, 14, 22, 25, 26]

Запитання і завдання для самоконтролю

1. У чому суть теорії масового суспільства і сильних медіа?
2. Схарактеризуйте теорію двоступеневого впливу та теорію дифузії інновацій.
3. Опишіть суть теорії Г. Лассвелла.
4. Дайте характеристику теорії чотирьох функцій, нормативним теоріям преси, теорії на основі психодинамічної моделі К. Говленда.
5. Назвіть особливості теорії когнітивного дисонансу та теорії обмежених ефектів.
6. Розкрийте значення теорії селективного впливу та теорії модернізації Лернера.
7. У чому суть теорії розширення відчуття Маклюєна та теорії медійної гегемонії.
8. Схарактеризуйте теорію культивації та теорію використання і задоволення.
9. За яких умов можна використати теорію «порядку денного» та теорію «спіраль мовчання».
10. Розкрийте суть соціально-когнітивної теорії і більш широкої теорії соціального навчання А. Бандури.
11. Що таке теорія фреймінгу та теорія ефекту третьої особи?

12. Схарактеризуйте теорію медійної залежності та теорію медійної грамотності.
13. У чому суть теорії самореференції Лумана та комплексної теорії Д. Мак-Квейла.
14. Опишіть модель комунікації як трансмісії та модель експресивну, або ритуальну.
15. Розкрийте суть моделі розголосу та моделі рецепції (сприймання): кодування й декодування висловлювання.

Тема 17. Напрями і методи досліджень масової комунікації

План

1. Напрями досліджень масової комунікації: дослідження медіавпливу, інші напрями досліджень.
2. Структура і логіка наукового дослідження.
3. Методи досліджень масової комунікації.
4. Класифікація методів досліджень.
5. Вимоги до наукових методів.
6. Джерела для медіадосліджень в Україні.

Рекомендована література

[1, 2, 3, 4, 6, 8, 11, 18, 22, 23, 25, 26]

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Назвіть основні напрями досліджень масової комунікації: дослідження медіавпливу, інші напрями досліджень. Схарактеризуйте їх.
2. Яка структура і у чому полягає логіка наукового дослідження?
3. Розкажіть про методи досліджень масової комунікації.
4. Наведіть класифікацію методів досліджень.
5. Які вимоги до наукових методів?
6. Назвіть основні джерела для медіадосліджень в Україні. У чому їх суть?

Тема 18. Масовокомунікаційна індустрія

План

1. Розвиток інформаційної індустрії як сфери виробництва засобів масової комунікації (ЗМК), або засобів масової інформації (масового інформування) (ЗМІ).
2. Інші види інформаційної продукції (засоби інформаційної терапії тощо).
3. Наявність технології інформаційного виробництва як обов'язкова умова розвитку інформаційної індустрії.
4. Поняття про технологічний предмет, технологічні засоби (телевізори, радіоприймачі, комп'ютери, друкарське обладнання тощо).
5. Глобалізація масової комунікації, «макдольдизація», конгломерація.

Рекомендована література

[1, 3, 4, 6, 8, 10, 11, 13, 14, 18, 25]

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Розкажіть про розвиток інформаційної індустрії як сфери виробництва засобів масової комунікації (ЗМК), або засобів масової інформації (масового інформування) (ЗМІ).
2. Назвіть інші види інформаційної продукції (засоби інформаційної терапії тощо).
3. Чому наявність технології інформаційного виробництва є обов'язковою умовою розвитку інформаційної індустрії?
4. Що таке технологічний предмет та технологічні засоби (телевізори, радіоприймачі, комп'ютери, друкарське обладнання тощо)?
5. У чому суть глобалізації масової комунікації? Що таке «макдольдизація» та конгломерація?

IV. Рекомендована література

Базова

1. Зернецька О. В. Глобальна комунікація : монографія. Київ : Наукова думка, 2017. 348 с.
2. Квіт С. М. Масові комунікації : 2-ге вид., випр. і доп. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с.
3. Партико В. Теорія масової інформації та комунікації : навч. посібник. Львів : Афіша, 2008. 290 с.
4. Різун В. В. Теорія масової комунікації. Київ : Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.

Допоміжна

5. Гоян О. Я. Аудиторія комерційного радіомовлення в контексті суспільних трансформацій. *Наукові записки інституту журналістики*. 2004. Т. 14. С. 16–25.
6. Грач Ю. Інтернет як організаційно-технологічна основа становлення інформаційного суспільства. *Вісник Книжкової палати*. 2007. № 4. С. 34–36.
7. Гриценко О. М. Масмедіа у відкритому інформаційному суспільстві й гуманістичні цінності : монографія. Київ : Київський університет, 2002. 204 с.
8. Засоби масової інформації: професійні стандарти, етика та законодавчі норми : наук. видання / Укл.: Петрів Т., Сафаров А., Сюмар В., Чекмишев О. Київ : Ніч лава, 2006. 100 с.
9. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. 2-ге вид., перероб. і доп. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.
10. Зернецька О., Зернецький П. Трансформації віртуального простору та парадигми впливу масмедійних дискурсів. *Політичний менеджмент*. 2005. № 3 (12). С. 100–107. URL:
<http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=40&c=787>.

11. Іванов В. Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики : навч. посіб. Київ : Академія Української Преси, 2010. 258 с.
12. Мак-Люен Маршалл. Галактика Гутенберга: Створення людини друкованої книги : пер. с англ. Київ : Ніка-Центр, 2015. 388 с.
13. Масова комунікація : підручник / А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Іванов, В. А. Вергун. Київ : Либідь, 1997. 216 с.
14. Партико З. В. Теорія масової інформації : навч. посіб. Львів : ПАІС, 2007. 122 с.
15. Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології ХХІ століття. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 257 с.
16. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Київ : Видавничий центр «Київський університет», 1999. 308 с.
17. Почепцов Г. Г. Сенси і війни: Україна і Росія в інформаційній і смисловій війнах: пер. з рос. Київ : Києво-Могилянська академія, 2016. 312 с.
18. Різун В. В. Маси. Київ : Видавничий центр «Київський університет», 2003. 118 с.
19. Різун В. В. Основи журналістики у відповідях і заувагах. Київ, 2004. 80 с.
20. Сенченко М. Четверта світова інформаційно-психологічна війна. *Вісник книжкової палати*. 2006. № 1. С. 3-5.
21. Тоффлер Елвін. Третя хвиля: пер. з англ. Київ : Вид. дім «Всесвіт», 2000. 480 с.
22. Фергюсон Ніл. Площі та вежі. Соціальні зв'язки від масонів до фейсбуку: пер. з англ. Київ : Наш Формат, 2018. 568 с.
23. Халер Міхаель. Пошук і збір інформації : навч. посіб.: пер. з нім. Київ : Академія Української Преси, Центр Вільної преси, 2006. 308 с.
24. Харарі Ювал Ной. Людина розумна. Історія людства від минулого до майбутнього: пер. з івриту. Харків : Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2019. 544 с.
25. Холод О. М. Теорія інмутації суспільства : монографія. Київ : КиМУ, 2011. 303 с.

26. Хрестоматія з теорії тексту масової комунікації : навч. посіб. / уклад. Е. Г. Шестакова. Донецьк : Норд-Прес, 2009. 282 с.