



Національний університет  
водного господарства  
та природокористування

**Міністерство освіти і науки України**  
**Національний університет водного господарства та**  
**природокористування**  
**Навчально-науковий інститут права**  
***Кафедра міжнародного права та юридичної журналістики***

**07-03-14**

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ**  
**до практичних занять та самостійної роботи**  
**з навчальної дисципліни**

**«Теорія масової комунікації»**

для студентів денної форми навчання  
спеціальності 8.03040101 «Правознавство»



Національний університет  
водного господарства  
та природокористування

Рекомендовано  
методичною комісією  
зі спеціальності 8.03040101  
«Правознавство»  
Протокол №1  
від 10 березня 2015 р.

Рівне – 2015



Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Теорія масової комунікації» для студентів денної форми навчання спеціальності 8.03040101 «Правознавство» / Шанюк В.І., – Рівне: НУВГП, 2015. - 23 с.

**Упорядники:** Шанюк В.І. кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри міжнародного права та юридичної журналістики

**Відповідальний за випуск:** Шанюк В.І., кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри міжнародного права та юридичної журналістики

### ЗМІСТ

Передмова.....	3
1. Опис навчальної дисципліни та її структура.....	4
1.1. Опис навчальної дисципліни.....	4
1.2. Тематика практичних занять.....	5
1.3. Контрольні заходи та засоби діагностики.....	6
1.4. Критерії та шкала оцінювання.....	6
2. Тематика практичних занять та контрольних запитань для самостійного опрацювання.....	7
3. Індивідуальне навчально-дослідне завдання.....	15
4. Зразок контрольної роботи.....	15
5. Перелік екзаменаційних питань до комплексного державного екзамену з навчальної дисципліни «Теорія масової комунікації».....	16
5.1. Перелік екзаменаційних питань до семестрового екзамену....	18
6. Рекомендована література.....	21

© Шанюк В.І., 2015

© Національний університет  
водного господарства та  
природокористування , 2015



## Передмова Шановні студенти!

Ви приступаєте до вивчення навчальної дисципліни «Теорія масової комунікації». Пропоновані методичні вказівки допоможуть Вам зорієнтуватись при підготовці до практичних занять, організувати самостійну роботу.

**Мета, завдання, значення** навчальної дисципліни «Теорія масової комунікації» є теоретична підготовка студентів у галузі медіа досліджень, включно з опануванням найбільш відомими теоріями й методами, вивченням історії дослідження масових комунікацій, ознайомленням із сучасними українськими прикладами розвитку медіа галузі та проведення медіа досліджень. Оскільки дана дисципліна орієнтована головним чином на майбутніх фахівців з юридичної журналістики, вона включає в себе основні складники цієї професії, а також вводить в центральну проблематику розвитку масових комунікацій сучасної України. Через цей курс студенти одержують цілісний погляд на журналістику, мас-медіа та масові комунікації.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати:**

- Що таке масова комунікація?
- Хто є учасниками масового спілкування?
- Хто такі маси?
- Яку роль виконують журналісти в середовищі масового спілкування поряд із іншими учасниками цього процесу?
- Засоби і методи впливу на маси.
- Вплив та його результати (ефекти). Ефективність впливу на маси.
- Значення масової інформації для отримання медіаефектів.
- Теорії масової комунікації.

**уміти:**

- Робити зіставний аналіз теорій масової комунікації.
- Розрізняти учасників масового спілкування за функціями, завданнями, методами, засобами праці тощо.



- Відсторонюватися від виконання невластивих своїй професії, але властивих іншим учасникам масового спілкування функцій.
- Коректно працювати зі своєю аудиторією як виявом маси.
- Відповідально ставитися до масової інформації.
- Відстоювати свою професійну точку зору щодо місця і ролі своєї професії в структурі масового спілкування.
- Правильно організовувати свою працю, користуватися відповідною своїй професії технологією праці.

Оцінювання рівня знань студентів з даної дисципліни проводиться після кожного практичного заняття.

Як форма проведення практичного заняття – усне опитування, письмове опитування.

## 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ТА ЇЇ СТРУКТУРА

### 1.1 Опис початкової дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма навчання
Кількість кредитів – 2	Галузь знань 0304 «Право»	Нормативна за вибором
	Спеціальність 8.03040101 «Правознавство»	
Модулів – 2		Рік підготовки: 5-й



Змістових модулів – 2	Освітньо-кваліфікаційний рівень – магістр	Семестр: 9-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання – курсова робота		Лекції – 16 год.
Загальна кількість годин – 72.		Практичні - 14 год.
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 2,5		Лабораторні - -год.
		Самостійна робота – 42 год.
		Індивідуальні - - год.
	Вид контролю - екзамен	

## 1.2. Тематика практичних занять

№	Назва теми	К-сть годин
1	Розробка моделей масової комунікації	2
2	Контрольно-кваліфікаційне завдання до теми “Маси”	2
3	Розробка власного міфу	2
4	Контрольно-кваліфікаційне завдання до теми методи масовокомунікативного впливу	2

5	Дослідження ефектів масової комунікації	2
6	Методи досліджень	2
7	Підсумкова дискусія на тему “Значення масової комунікації для суспільства”	2
Всього		14

### 1.3. Контрольні заходи та засоби діагностики

Поточний контроль знань студентів з навчальної дисципліни «Теорія масової комунікації» проводиться у формах:

- поточний контроль (оцінювання усних та письмових відповідей на практичних заняттях;
- оцінка за самостійну роботу;
- тематичні контрольні роботи;
- тестування, колоквіуми.

### 1.4. Критерії та шкала оцінювання

Основними критеріями, що характеризують рівень компетентності студента при оцінюванні результатів поточного контролю з навчальної дисципліни «Теорія масової комунікації» є:

- повнота і вчасність виконання всіх видів навчальної роботи, передбачених робочою програмою навчальної дисципліни;
- глибина і характер знань навчального матеріалу за змістом навчальної дисципліни, що міститься в основних та додаткових рекомендованих літературних джерелах;
- вміння аналізувати явища, що вивчаються у їх взаємозв'язку і розвитку;
- характер відповідей на поставленні питання (чіткість, логічність, лаконічність, послідовність тощо);
- вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних занять;
- вміння аналізувати достовірність одержаних результатів.

Оцінювання результатів поточного контролю проводиться у розрахунку від 0 до 60 балів. Основними методами оцінювання є:

- аналіз усних відповідей;



• виконання практичних завдань.

Оцінювання виконання завдань здійснюється за такими критеріями (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленими до цілого числа):

0% - завдання не виконано;

40% - завдання виконано частково, висновки не аргументовані і не конкретні, звіт підготовлено недбало;

60% - завдання виконано повністю, висновки містять окремі недоліки, судження студента не достатньо аргументовані, звіт підготовлено з незначним відхиленням від вимог;

80% - завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки несистемного характеру ;

100% - завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень.

### Шкала оцінювання: національна

Кількість набраних балів студентом	Оцінка за національною шкалою
90-100 балів	Відмінно
82-89 балів	Добре
74-81 балів	
64-73 балів	Задовільно
60-63 балів	
35-59 балів	Незадовільно з можливістю повторного складання
1-34 балів	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу

## 2. Тематика практичних занять та контрольних запитань для самостійного опрацювання

### Практичне заняття № 1

#### Розробка моделей масової комунікації

#### План

1. Моделі комунікації як трансмісії. Модель С. Чакотіна. Модель Р. Якобсона. Модель К. Левіна. Модель П. Лазарсфельда.



Соціологічна модель Рилеїв. Модель селекції. Модель мозаїчної культури. Суспільно-культурна модель.

2. Моделі ритуалу.
3. Моделі привернення уваги.
4. Моделі рецепції.
5. Інші моделі масової комунікації.

### Контрольні запитання:

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 и У.Уівера.
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.
28. Розробити та пояснити власну модель масової комунікації.

### **Література**

1. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Д. Мак-Квейл [перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків. — Львів : Літопис, 2010. — 538 с.
2. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація» / В. В. Різун. – К.: Видавничий центр «Просвіта», 2008. – 260 с.
3. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. - М.: "Рефл-бук", К.: "Ваклер" - 2001. - 656 с.

### **Практичне заняття № 2**

#### **Контрольно-кваліфікаційне завдання до теми “Маси”**

##### **План**

1. Визначення мас у зарубіжній і вітчизняній науці.
2. Поняття «маса». Ознаки маси.
3. Характеристика маси. Психіка маси. Інтелект маси. Необхідні умови існування маси.
4. Маси природні і штучні. Ознаки природних і штучних мас.
5. Види мас.
6. Масові явища.

#### **Контрольні запитання:**

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»? Пояснити структуру психіки маси, рівні психіки маси.
6. Охарактеризувати інтелект маси. Які наслідки деінтелектуалізації індивідів у масі?
  1. Проаналізувати співвідношення консерватизму і бунтарства у характері мас.



2. Які є форми мас? Чим відрізняються природні маси від штучних?
3. Назвати ознаки штучної маси.
4. Назвати види мас (за Д. В. Ольшанським).
5. Що таке натовп? Що таке зібрана публіка? Що таке незібрана публіка?
6. Чим відрізняються натовп і зібрана публіка?
7. Чим відрізняються натовп і незібрана публіка?
8. Чим відрізняються зібрана та незібрана публіка?
9. Які є види натовпу?
10. Проаналізувати поняття «громадська думка», «масовий настрій», «масова свідомість», «масова поведінка», «чутки», «мода», «паніка».

### **Література:**

1. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація» / В. В. Різун. – К.: Видавничий центр «Просвіта», 2008. – 260 с.
2. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: навч. посіб. / Л. Е. Орбан-Лембрик. - К.: Академвидав, 2005. - 448 с.
3. Соціальна психологія: попередні й супутні впливи [Електронний ресурс]. - Режим доступу : [http://www.hotelugor.ru/sotsalna\\_psihologiya\\_poperedn\\_y\\_suputn\\_vpli\\_vi-sots\\_psikh](http://www.hotelugor.ru/sotsalna_psihologiya_poperedn_y_suputn_vpli_vi-sots_psikh).

### **Практичне заняття № 3**

#### **Розробка власного міфу**

##### **План**

1. Поняття про міф.
2. Завдання для створення міфу.
3. Принципи створення міфу.
4. Творче завдання для контрольної роботи до модуля: розробка власного міфу.

### **Література:**

- Різун В. В. Теорія масової комунікації // Електронна бібліотека Інституту журналістики ([www.journ.univ.kiev.ua](http://www.journ.univ.kiev.ua)).



Різун В. В. Маси.- К.: ВПЦ “Київський університет, 2003.- С. 15, 16, 70, 71, 97.

Арабаджиєв Д. Ю. Політичний міф як фактор розвитку сучасної політичної свідомості //

<http://www.dissser.com.ua/contents/17717.html>

Проблемы онтологии и теории познания //

<http://edu.meta.ua/files/rus/rom-0201.zip>

Бокань В. Культурологія: Навч. посіб. — 3-тє вид., стереотип //

<http://chitalka.info/gp - 10 /gp - 10 index.htm>

История политических и правовых учений ... //

<http://chitalka.info/pr2 08/pr 2 080009.htm>

### **Контрольні питання:**

1. У вигляді чого відбувається неконтрольований масовий вплив?
2. Як ви розумієте перший вид впливу – емоційне зараження?
3. Які ви ще знаєте види масового впливу?

### **Практичне заняття №4**

#### **Контрольно-кваліфікаційне завдання до теми методи масовокомунікативного впливу**

#### **План**

Посада: Ви – агітатор.

**Завдання:** підготуйте звернення до молоді на 1 хв. в рамках акції “Молодь — проти паління”.

Частина I.

- 1.1. Передбачте, які фактори і як впливатимуть на ваше спілкування з публікою.
- 1.2. Передбачте мету і смисл вашого агітаційного звернення.
- 1.3. Дайте характеристику методам сугестії, які ви обрали.

Обговорення у групі:

**Варіант А:** колективна дискусія в групі навколо визначених питань.

**Варіант Б:** виступи перед групою з визначених питань.



## Частина II.

- 2.1. Підготуйте текст звернення.
- 2.2. Обговоріть текст звернення у групі (кожен виступає експертом).
- 2.3. Зверніться до своєї аудиторії як молодій публіці.

### Практичне заняття №5

#### Дослідження ефектів масової комунікації

##### План

1. Поняття про ефективність. Ефективність масової комунікації. Умови ефективного впливу.
2. Полюси ефективності засобів масової комунікації. Закон ефективного функціонування ЗМК. Закон «виживання» ЗМК.
3. Поняття про дієвість засобів впливу.
4. Ефекти. Види ефектів у масовій комунікації.

##### Контрольні запитання:

1. Як ви розумієте поняття «ефективність», «ефективність масової комунікації»?
2. Чим вимірюється ефективність?
3. Коли ефективність можна назвати високою? Коли ефективність можна назвати низькою?
4. Які результати планує отримати професійний комунікант від комунікації?
5. Які умови ефективного масовокомунікаційного впливу?
6. Пояснити поняття «поліос абсолютної ефективності ЗМК».
7. Пояснити поняття «поліос нульової ефективності ЗМК».
8. Як діють ЗМК в умовах наближення до поліосу абсолютної ефективності? Пояснити закон ефективного функціонування ЗМК.
9. Як діють ЗМК в умовах наближення до поліосу нульової ефективності? Пояснити закон «виживання» ЗМК.
10. Пояснити поняття «дієвість засобу масового впливу».
11. Що таке «масовокомунікаційний ефект»?
12. Які ефекти за предметною сферою впливу виділяє Б. Грушин?
13. Які ефекти за основними сферами прояву виділяє Б. Грушин?



14. Які ефекти за ступенем належності до цілей джерела інформації виділяє Б. Грушин?
15. Які ефекти за ступенем усвідомлення ефектів споживачем інформації виділяє Б. Грушин?
16. Які ефекти за часом виникнення та прояву ефектів відповідно до часу споживання інформації виділяє Б. Грушин?
17. Які ефекти за ступенем відповідності суспільним нормам, законам, традиціям виділяє Б. Грушин?
18. Які ефекти за характером модальності відповідно до елементів комунікаційного процесу виділяє Б. Грушин?
19. Які ефекти за здатністю бути підконтрольними мовцю або аудиторії виділяє Б. Грушин?
20. Які ефекти за ступенем реалізації, частотою виникнення, тривалістю виділяє Б. Грушин?
21. Що таке «ефект гуртування»? Які методи його досягнення?
22. Що таке «ефект довіри»? Які методи його досягнення?
23. Що таке «ефект ореолу»? Які методи його досягнення?
24. Що таке «ефект самодостатності у прийнятті рішень»? Які методи його досягнення?
25. Що таке «ефект праймінгу»? Які методи його досягнення?
26. Що таке «ефект десенсибілізації»? Які методи його досягнення?
27. Що таке «ефект культивациі»? Які методи його досягнення?
28. Що таке «заколісуючий ефект»? Які методи його досягнення?
29. Що таке «ефект бумеранга»? Які методи його досягнення?
30. Що таке «ефект переконання»? Які методи його досягнення?
31. Що таке «ефект переконання»? Які методи його досягнення?

### Література:

1. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація» / В. В. Різун. – К.: Видавничий центр «Просвіта», 2008. – 260 с.
2. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. - М.: "Рефл-бук", К.: "Ваклер" - 2001. - 656 с.

### Практичне заняття №6 Методи досліджень План



Посада: Ви – учений.

**Завдання:** дослідити розробку і застосування методів вивчення медіанасильства.

1.1. Опрацювати наукову літературу з приводу методів:

*Брайант, Дженнінгз, Томпсон, Сузан. Основы воздействия СМИ.*— М.: Издательский дом «Вильямс», 2004.— С. 194 і далі.

1.2. Зробити висновки (письмово) щодо використання названих методів.

Обговорення у групі:

**Варіант А:** колективна дискусія в групі навколо визначених питань.

**Варіант Б:** виступи перед групою з визначених питань.

### Практичне заняття №7

#### Підсумкова дискусія на тему “Значення масової комунікації для суспільства”

##### План

1. Поділ курсу на три групи:
  - а) група, що доводитиме позитивний вплив глобалізації систем масової комунікації на суспільство;
  - б) група, що доводитиме негативний вплив глобалізації систем масової комунікації на суспільство;
  - в) група експертів.
2. Виступи представників груп.
3. Аналіз дискусії експертами.

#### Література для підготовки дискусії:

- 1.Різун В. В. Теорія масової комунікації // Електронна бібліотека Інституту журналістики ([www.journ.univ.kiev.ua](http://www.journ.univ.kiev.ua)).
- 2.Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини.— К.: Освіта, 1999.



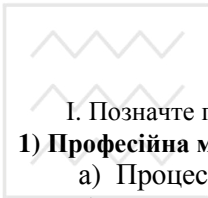
### 3. Індивідуальне навчально-дослідне завдання

Індивідуальне навчально-дослідне завдання передбачає пошук та опрацювання рекомендованої літератури та підготовку рефератів, спрямованих на розвиток самостійності та ініціативності:

1. Написати есе (методика написання есе в Електронна бібліотека Інституту журналістики: Шендеровський К. С. Як написати успішне есе).

2. Самостійно опрацювати тему “Міф як результат масової комунікації” за електронним підручником: Різун В. В. Теорія масової комунікації // Електронна бібліотека Інституту журналістики ([www.journ.univ.kiev.ua](http://www.journ.univ.kiev.ua)):

3. Опрацювати додаткову літературу: Різун В. В. Маси.— К.: ВПЦ “Київський університет, 2003.— с. 15, 16, 70, 71, 97.



### 4. Зразок контрольної роботи

I. Позначте правильну відповідь:

1) **Професійна масова комунікація — це**

- а) Процес встановлення контактів
- б) Процес підтримання контактів;
- в) Майстерно організоване спілкування

2) **Публіка — це**

- а) Фізично об’єднана група людей.
- б) Духовно об’єднана група людей.
- в) І фізично, і духовно об’єднана група людей.

3) **Яке з визначень найбільш коректне?**

а) Глобалізація системи масової комунікації — *то є* процес трансформації комунікаційної системи, такої трансформації, яка пов’язана з утворенням більш широкої мережі комунікаторів, що обслуговуються й покриваються на великому інформаційному просторі єдиною, але розгалуженою системою засобів масової комунікації та контролюються більш організованою спільнотою їх виробників



б) Глобалізація системи масової комунікації — *то є* процес трансформації комунікаційної системи, такої трансформації, яка пов'язана з утворенням більш широкої мережі комунікаторів, що обслуговуються й покриваються на великому інформаційному просторі розгалуженою системою засобів масової комунікації та контролюються більш організованою спілкою їх виробників.

в) Глобалізація системи масової комунікації — *то є* процес трансформації комунікаційної системи, такої трансформації, яка пов'язана з утворенням більш широкої мережі комунікаторів, що обслуговуються й покриваються на великому інформаційному просторі єдиною системою засобів масової комунікації та контролюються більш організованою спілкою їх виробників.

**4) Комунікант — це той, хто**

- а) Говорить.
- б) Слухає.
- в) І говорить, і слухає.

**5) Як правильно називається книга Зернецької О.?**

- а) “Глобальний розвиток систем масової комунікації”.
- б) “Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини”.
- в) “Глобальний розвиток комунікації і міжнародні відносини”.

і т. д. Усього 10 завдань.

**5. Перелік екзаменаційних питань до комплексного державного екзамену з навчальної дисципліни «Теорія масової комунікації»**

1. Предмет і базові аспекти теорії комунікації.
2. Комунікація як предмет вивчення і дослідження.





3. Генезис масових комунікацій.
4. Витоки і основні парадигми соціальної комунікації.
5. Розвиток теорії масової комунікації та інформації в ХХІ ст.
6. Зміст, засоби і мова комунікації.
7. Зміст і засоби мовної комунікації.
8. Семіотика мови.
9. Аудиторія комунікації.
10. Зворотний зв'язок у системі взаємодії комунікатора з масовою аудиторією.
11. Масова комунікація у сферах зв'язків і відносин.
12. Бар'єри комунікації і спотворення інформації.
13. Забезпечення інформаційного обміну в комунікативних системах.
14. Інформація як основний елемент комунікативних систем.
15. Виробництво і отримання інформації.
16. Роль інформації в управлінській діяльності і функціонування комунікативних систем. Забезпечення інформаційної безпеки систем комунікації.
17. Засоби масової інформації як головна комунікативна мережа.
18. Різновиди комунікацій.
19. Міжособисті, спеціалізовані і масові комунікації.
20. Типи, форми і моделі комунікації.
21. Особливості виникнення і розвиток міжособистісної спеціалізованої і масової комунікації.
22. Функції масової комунікації.
23. Міжособисті комунікації.
24. Спеціалізовані комунікації.
25. Сутність масової комунікації. Функції соціальної комунікації.
26. Комунікативні процеси.
27. Комунікативний процес: виробництво, мультиплікація, розповсюдження, прийом, розпізнавання, використання інформації.
28. Проходження інформації по елементам комунікативної системи. Забезпечення процесу комунікацій.
29. Спілкування як комунікативний процес.
30. Комунікатори і комуніканти як суб'єкти комунікації.



31. Цілі комунікатора.
32. Комунікативні ролі. Комунікативна сфера. Комунікативна особистість.
33. Вимоги до якостей комунікатора. Особистість у системі соціальної комунікації.
34. Основні засади масової комунікації.
35. Види суспільства, циркулювання в ньому масової інформації.
36. Схема процесу масової комунікації.
37. Характеристика учасників процесу масової комунікації.
38. Основні потоки масової інформації.
39. Доставлення повідомлення.
40. Сприймання інформації.
41. Споживання масової інформації.
42. Масова інформація як інструмент впливу.
43. Методи пропаганди і реклами.
44. Культура споживання масової інформації. Участь журналістів в ухваленні управлінських рішень.
45. Масова комунікація в державі.
46. Інформаційний простір держави.
47. Органи керування інформаційним простором.
48. Інформаційна політика держави. Інформаційна галузь держави. Інформаційна безпека держави, інформаційні війни, види інформаційної зброї, методи інформаційного захисту.

## **5.1 Перелік екзаменаційних питань до семестрового екзамену «Теорія масової комунікації»**

1. Дайте визначення понять “соціальна комунікація”, “соціальна технологія” та “комунікаційна технологія”.
2. З’ясуйте основні види соціальних і комунікаційних технологій.
3. Ваше розуміння процесу соціалізації особистості, колективу.
4. Як пов’язані між собою процеси комунікації і соціалізації суспільства.
5. Обґрунтуйте взаємозв’язок комунікаційних процесів з механізмами інтелектуалізації і самоорганізації суспільства.



6. Ваше розуміння феномену “комунікативне комунікативне середовище” та його значення для процесу соціалізації суспільства.
7. Поняття пропаганди. Історія розвитку.
8. Пропагандистська комунікація: структура, функції.
9. Комунікативні моделі (теорії) пропаганди.
10. Сучасні технології і методи пропаганди.
11. Психологія і техніки вербальної пропаганди.
12. Паблікрілейшнз як комунікативна дисципліна: поняття, мета і завдання.
13. Особливості менеджменту в галузі ПР.
14. Планування та реалізація ПР-програми (ПР-кампанії).
15. Мас-медіа як основний інструмент ПР-кампанії.
16. Спін-доктор: напрями і методи діяльності.
17. Поняття іміджу. Типи іміджів.
18. Складові іміджу (імідж особи, корпоративний імідж).
19. Характеристики іміджу соціальної групи, партії.
20. Основні чинники творення іміджу.
21. Технології і методи побудови іміджу.
22. Етапи формування іміджу.
23. Імідж нації, держави.
24. Модель комунікації з точки зору реклами. Мотиви реклами: шкала потреб В. Паккарда.
25. Семіотика рекламного тексту. Семіотичні моделі реклами.
26. Рекламна комунікація в масовій культурі.
27. Політична реклама.
28. Бізнес-реклама.
29. Реклама у сфері науки, техніки і медицини.
30. Характеристика комунікації з точки зору пропаганди, реклами і паблікрілейшнз (порівняльний аналіз).
31. Комунікативна основа сучасних виборчих кампаній.
32. Стратегія і тактика виборчої кампанії.
33. Основні етапи і пріоритети виборчої кампанії.
34. Медіа і вибори. Домінація символів і міфів під час виборів.
35. Фактори формування іміджу в рамках виборчої кампанії.
36. Перфоманс. Політичний перфоманс.



37. Методи аналізу текстів політичних лідерів (оперативне кодування, нарративний аналіз, двофакторний контент-аналіз, ролевий аналіз).

38. Кризові ситуації і кризові ПР.

39. Механізми комунікативної дії в умовах кризової ситуації.

40. Аналіз і прогнозування розвитку кризових ситуацій.

41. Комунікативні технології стабілізації/дестабілізації соціальних систем. Варіанти викривлення інформаційного простору.

42. Інформаційна війна: поняття, основні принципи і засоби реалізації.

43. Інформаційна агресія. Інформаційна експансія.

44. Інформаційні війни в минулому.

45. Інформаційні війни в структурі сучасної цивілізації. Асиметричний характер інформаційних війн.

46. Технології і методи проведення інформаційних війн.

47. Інтенсивні моделі впливу (метод “промивання мізків”).

48. Інформаційні війни, психологічні операції і національна безпека.

49. Паблікрілейшнз силових структур і спецслужб. Комунікація у розвідувальній діяльності.

50. Стратегії трансформації інформаційного простору (інформаційний комфорт/дискомфорт, дезінформаційна кампанія, моделі нейтралізації).

51. Інформаційні операції при розв’язанні миротворчих і соціальних проблем.

52. Комунікативний менеджмент міжнародних відносин.

53. Сучасна геоінформаційна ситуація і характер розподілу міжнародних комунікативних потоків.

54. Глобалізація та інформаційна ідентифікація і мобільність нації.

55. Паблікрілейшнз міжнародних проектів.

56. Комунікативний аспект міжнародних конфліктів. Комунікативні чинники “примусової” і “м’якої” дипломатії.

57. Мас-медіа і проблеми боротьби з міжнародним тероризмом.

58. Теорія і технологія переговорів. Досвід ФБР в переговорах з терористами.



59.Інтеркультурна комунікація: детериторіалізація, міграція, транскультурація.

60.Комунікативний трансфер Діаспори.

## 6.РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Базова

1. Джеймс Лалл. Мас-меді, комунікація, культура. Глобальний підхід. – К., 2002. -264 с.

2.Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: Навчальний посібник / За науковою редакцією В. В. Різуна — К.: Центр Вільної Преси, 2010. — 258 с.

3.Квіт С. Масові комунікації: Підручник. - К.: Вид. дім «Кисво-Могилянська академія», 2008. - 206 с.

4. Королько В.Г. Паблікрілейшнз. Наукові основи, методика, практика. – К.,Скарби, 2001. - 400 с.

5.Матвиенко В.Я. Социальные технологии. – К.: Українські пропілеї, 2000.446 с.

6. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. – К.: Вид.центр "КУ", 1999. – 308 с.

7. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX века. – М.- К., 2001. – 352 с.

8. Почепцов Г.Г. Информационные войны. –К.,2001. - 574 с.

9.Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія / За загал. ред. В. Ф.Іванова. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2007. – 780 с.

10. Різун В. В. Маси.— К.: ВПЦ “Київський університет, 2003.- 118 с.

11.Слісаренко І.Ю. Паблікрілейшнз у системі комунікації та управління.: Навч. посіб. – К.: МАУП, 2001. – 104 с.

### Допоміжна

12. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: Учебное пособие для студентов вузов. — М.: Аспект Пресс, 2005. — 176 с.



13. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы действия. – М.: Рип-холдинг, 2003. – 174 с.
14. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ: Пер. с англ. – М.; СПб; К.: Узд. Дом „Вільямс”, 2004. – 426 с.
15. Гриценко О., Шкляр В. Основы теории международной журналистики. – К.: Вид.-полігр. Центр “КУ”, 2002.- 304 с.
16. Зарубежная журналистика в 2003 году (Материалы конференции кафедры зарубежной журналистики и литературы. Февраль 2004 г.). – М.: Факультет журналистики МГУ, 2004. – 245 с.
17. Зернецька О.В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. – К.: Освіта, 1999. – 351 с.
18. Иванов В. Ф. Социология массовой коммуникации: Навчальний посібник. – К.: Центр вільної преси, 1999. – 212 с.
19. Макаренко Є.А. Європейська інформаційна політика. – Київ: Наук.-видав. центр “Наша культура і наука”, 2000. – 368 с.
20. Массовая коммуникация в формировании современного социокультурного пространства // Социс. - 2000.- №7. - С.73-82.
21. Масс-медиа, сектор безопасности и власть. Роль новостных средств массовой информации в контроле и подотчетности сектора безопасности. Научное пособие / Под ред. М. Капарини. – К., 2005. – 280 с.
22. Медиа в выборах: между политикой и культурой. – К., 1999. – 218 с.
23. Мейтленд Ян. Рабочая книга ЗК-менеджера / пер. с англ. – СПб.: Питер, 2008. – 176 с.
24. Москаленко А.З., Губерський Л.В., Иванов В.Ф. Основы масової інформаційної діяльності/Підручник. – К., 1999. – 634с.
25. Почепцов Г.Г. Имиджмейкер. Паблик рилейшенз для политиков и бизнесменов. – К., 1995. – 235 с.
26. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. - М.: "реал-бук", К.: "Ваклер" - 2001.- 656 с.
27. Різун В.В. Маси: Текст лекцій. - К.: Вид.центр "КУ", 2003. – 118 с.
28. Слісаренко І.Ю. Засади громадського мовлення. Світовий досвід та перспективи для України. – К., 1998. – 26 с.



29. Українська журналістика в контексті світової. Збірник наук. праць. Вип. 4. / за заг. ред. проф. Шкляра В.І. – К., 2000. – 117 с.

30. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектора: Методичний посібник / За ред. В. Г. Королька. – К.: 2003. – 216 с.

31. Чекмишев О.В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики: Підручник-практикум. – К.: Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2004. – 130 с.

32. Українське законодавство: засоби масової інформації / Підготовлено Програмою правового захисту та освіти ЗМІ IREX Про-Медіа. – К., 2004. – 368 с.

33. Яковлев И.П. Современные теории массовых коммуникаций. – СПб.: Роза мира, 2004. – 95 с.

