



## СИЛАБУС КУРСУ

### МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ ТА ІНФОРМАЦІЯ

Ступінь вищої освіти – бакалавр

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальність 076 Підприємництво та торгівля

Освітньо-професійна програма «Підприємництво та торгівля»

Рік навчання: II, семестр: IV

Кількість кредитів ECTS – 5, мова викладання – українська

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

**Володимирівна**

Контактна інформація: [o.blashkiv@wunu.edu.ua](mailto:o.blashkiv@wunu.edu.ua)

### ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

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.

### СТРУКТУРА КУРСУ

№з/п	Тема	Результати навчання	Завдання
1	<b>1. Комунікація в сучасному інформаційному просторі: становлення та розвиток науки про масову комунікацію</b>	Розуміти і знати: <ul style="list-style-type: none"><li>■ Загальну характеристику основних понять курсу.</li><li>■ Кореляцію понять «комунікація», «спілкування», «соціальні комунікації», «масові комунікації», «інформація», «масова інформація».</li><li>■ Теорію комунікації в системі наук.</li><li>■ Історичні етапи розвитку теорії масової комунікації.</li><li>■ Особливості масової комунікації.</li><li>■ Закони і категорії теорії комунікації.</li><li>■ Методи і функції теорії комунікації.</li></ul>	Тести, питання
2	<b>2. Поняття про масову комунікацію: її система, характер та структура</b>	Розуміти і розрізняти: <ul style="list-style-type: none"><li>■ Масову комунікацію як явище.</li><li>■ Характер масової комунікації.</li><li>■ Визначення масової комунікації.</li><li>■ Функції масової комунікації.</li><li>■ Систему масової комунікації.</li><li>■ Структуру масової комунікації.</li></ul>	Питання, тести

		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Види, форми і формати масової комунікації.</li> <li>▪ Фактори масової комунікації.</li> <li>▪ Періоди розвитку масової комунікації.</li> </ul>	
3	<b>3. Комунікаційний процес: моделі та складові елементи</b>	<p>Знати і розрізняти:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Семіотичні моделі комунікації Р. Якобсона, Ю. Лотмана та У. Еко: суть, структура, особливості.</li> <li>▪ Структурні моделі комунікації (модель Аристотеля; модель Ласвела);</li> <li>▪ Прикладні моделі комунікації К. Шеннона, Н. Вінера, Т. Ньюкомба тощо та їхню специфіку.</li> <li>▪ Соціологічні та психологічні моделі комунікації.</li> <li>▪ Головні елементи комунікаційного процесу.</li> <li>▪ Учасників масовокомунікаційної діяльності.</li> </ul>	Питання, тести
4	<b>4. Теорії масової комунікації</b>	<p>Знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Становлення науки про масову комунікацію.</li> <li>▪ Етапи розвитку науки про масову комунікацію.</li> <li>▪ Новітній етап у розвитку науки про масову комунікацію.</li> <li>▪ Становлення вітчизняної наукової школи масової комунікації.</li> <li>▪ Основні теорії масової комунікації.</li> </ul>	Усне опитування, навчальна дискусія, презентації доповідей
5	<b>5. Поняття мас у системі комунікації</b>	<p>Знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Поняття про маси.</li> <li>▪ Види мас.</li> <li>▪ Розуміти і розмежовувати:</li> <li>▪ Стихійні і штучні маси.</li> <li>▪ Ознаки мас.</li> <li>▪ Фази існування мас.</li> <li>▪ Натовп і публіку.</li> <li>▪ Масову аудиторія.</li> <li>▪ Настрої, думки, свідомість та поведінка мас.</li> </ul>	Питання, тести
6	<b>6. Комунікатори і комуніканти як суб'єкти масової комунікації</b>	<p>Розуміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Поняття про професійного комуніканта.</li> <li>▪ Творче й виробниче в діяльності професійних комунікантів.</li> </ul> <p>Знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Професійний і соціальний аспекти діяльності професійних комунікантів.</li> <li>▪ Типи комунікантів у масовій комунікації.</li> </ul>	Проблемні завдання, питання
7	<b>7. Інформація як основний елемент комунікаційних систем</b>	<p>Знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Природу інформації.</li> <li>▪ Визначення інформації в різних</li> </ul>	Проблемні завдання, питання

		<p>науках.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Основні види інформації.</li> <li>▪ Функції масової інформації.</li> </ul> <p>Розуміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Якість інформації: характеристику основних її форм.</li> <li>▪ Новизну інформації.</li> <li>▪ Цінність та своєчасність інформації.</li> <li>▪ Достовірність інформації.</li> <li>▪ Суспільну й масову інформація та основні її функції.</li> <li>▪ Суспільні ролі масової інформації.</li> <li>▪ Створення й види опрацювання повідомлень масової інформації.</li> </ul>	
8	<b>8. Джерела інформації</b>	<p>Знати і розуміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Методи створення повідомлень.</li> <li>▪ Інформативність тексту.</li> <li>▪ Види аналітико-синтетичного опрацювання повідомлень масової інформації.</li> <li>▪ Автоматизацію опрацювання повідомлень.</li> </ul>	кейси
9	<b>9. Семіотика як складова масової комунікації</b>	<p>Знати і розуміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Поняття про семіотику та її роль у масовій комунікації.</li> <li>▪ Типи знаків за класифікацією Ч. Пірса.</li> <li>▪ Теорію знака Ф. де Соссюра.</li> <li>▪ Означуване й означник.</li> <li>▪ Символ як одиниця комунікації: логіко-психологічні, мовні та соціальні аспекти.</li> <li>▪ Механізми формування та види символів.</li> <li>▪ Поняття про міф у масовій комунікації. Антиміф. Контрміф.</li> </ul>	Питання, тести
10	<b>10. Способи передачі інформації в суспільстві. ЗМІ як суспільний інститут</b>	<p>Знати і розуміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Цінність інформації.</li> <li>▪ Масову комунікацію в державі.</li> <li>▪ Інформаційний простір держави.</li> <li>▪ Закони України про інформацію.</li> <li>▪ Забезпечення власного інформаційного продукту в національному інформаційному просторі.</li> <li>▪ Органи керування інформаційним простором.</li> <li>▪ Суб'єкти національного інформаційного простору.</li> <li>▪ Інформаційну політику держави. Національний інформаційний простір України.</li> <li>▪ Характеристику принципів інформаційних відносин.</li> </ul>	Проблемні завдання, тести, кейси

		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Інформаційну галузь держави.</li> <li>▪ Основні межі національного інформаційного простору України.</li> <li>▪ Інформаційну безпеку держави, інформаційні війни, методи захисту.</li> </ul>	
11	<b>11. Масовокомунікаційний вплив, його сутність, основи та види</b>	<p>Знати і розрізняти:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Поняття про масовокомунікаційний вплив.</li> <li>▪ Масовий вплив як комунікаційний процес.</li> <li>▪ Соціальні технології.</li> <li>▪ Ефективність масовокомунікативного впливу.</li> <li>▪ Ефекти в масовій комунікації.</li> <li>▪ Засади масовокомунікаційного впливу.</li> <li>▪ Види масовокомунікаційного впливу.</li> <li>▪ Засоби, методи, техніки масовокомунікаційного впливу.</li> <li>▪ Медіаосвіту та медіаграмотність як інформаційно-психологічний захист аудиторії від негативного впливу масмедіа.</li> </ul>	
12	<b>12. Технології масовокомунікаційного впливу</b>	<p>Знати і розуміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Основи технології масовокомунікаційного впливу.</li> <li>▪ Інтернет як засіб масової комунікації.</li> <li>▪ Види масовокомунікаційних технологій.</li> <li>▪ ПР-технології.</li> <li>▪ Рекламні технології.</li> <li>▪ Іміджеві технології.</li> <li>▪ Пропагандистські технології.</li> <li>▪ Кризові комунікації.</li> <li>▪ Технології нових медіа як протипага масовокомунікаційним технологіям.</li> </ul>	
13	<b>13. Глобалізаційні процеси в масовій комунікації</b>	<p>Знати і розуміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Масову комунікацію в умовах суспільства постмодерну.</li> <li>▪ Глобалізаційні процеси в масовій комунікації.</li> <li>▪ Позитивний та негативний вплив глобалізаційних процесів у масовій комунікації на суспільство.</li> <li>▪ Вплив глобалізаційних процесів на рекламну комунікацію.</li> <li>▪ Глобалізація «паблік рилейшнз» як комунікативної системи.</li> <li>▪ Міжнародну інформаційну політику.</li> <li>▪ Основні тенденції світової медіаіндустрії.</li> <li>▪ Характеристику українського інформаційного суспільства як системи розвинутих масових</li> </ul>	

		<p>комунікацій.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Концентрацію та конгломерацію українських ЗМК</li> </ul>	
14	<p><b>14. Основні принципи інформаційних відносин. Концепція розвитку телеінформаційного простору України</b></p>	<p>Знати і розуміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Масову комунікацію в державі.</li> <li>▪ Інформаційний простір держави.</li> <li>▪ Закони України про інформацію. Забезпечення власного інформаційного продукту в національному інформаційному просторі.</li> <li>▪ Органи керування інформаційним простором. Суб'єкти національного інформаційного простору.</li> <li>▪ Інформаційну політику держави. Національний інформаційний простір України. Основні межі національного інформаційного простору України.</li> <li>▪ Характеристику принципів інформаційних відносин.</li> <li>▪ Особливості керування інформаційним потоком в інтернеті.</li> <li>▪ Інформаційну безпеку держави.</li> <li>▪ Інформаційні війни, методи захисту.</li> </ul>	

### ***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/zahystzhurnalisttskyhdzherel>.
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-djerel-informatsiji/>

#### ***ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА:***

5. Блашків О. В. Теорія комунікацій. Навчально-методичний посібник. Тернопіль: ТНЕУ, 2019. 107 с.
6. Гуцал О. Найжахливіша помилка – найкращий вчитель» («Якщо стрибнули, то гребіть»). Київ, 2020.
7. Джиджора Є. В. Мовленнєві технології пропаганди : навч.-метод. посіб. для здобувачів I курсу другого (магістер.) рівня вищої освіти спец. 035 Філологія спеціалізації 035.10 Прикладна лінгвістика / Є. В. Джиджора. Одеса : Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, 2022. 118 с.
8. Зражевська Н. І. Теорія медіа та суспільства : навч. посіб. К. : Київ: ун-т ім. Б. Грінченка, 2022. 198 с.
9. Коулман А. Стратегії кризових комунікацій. К.: Фабула, 2023. 200 с.
10. Піпченко Н. Європейські комунікації : навч. посіб. К : Вадекс, 2021. 136с.
11. Померанцев П. Це не пропаганда. Подорож на війну проти реальності : пер. з англ. Київ : Yakaboo Publishing, 2020. 288 с.

12. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с
13. Різун В. В. Теорія масової комунікації. URL: <https://www.academia.edu/>
14. Соціологія масової комунікації: навч.-метод. посіб. для підготовки здобувачів вищої освіти галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки», спеціальність 054 «Соціологія» / уклад.: О.О. Каретна, М.А. Яценко; Національний університет «Одеська юридична академія». Одеса, 2024. 84 с. URL: <http://dspace.onua.edu.ua/handle.net/11300/27401>.
15. Чудовська І. Соціологія масових комунікацій: навч. посіб. К. 2021. 235 с
16. Dimitrova, D.V. Global Journalism: Understanding World Media Systems. Lanham: Rowman&Littlefield, 2021. 258 p.
17. General Curricular Model for Mass Media Education // UNESCO. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000029839>. Назва з екрана. Мова англ.

#### **ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ:**

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

#### **ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ**

**Політика щодо дедлайнів і перекладання.** Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перекладання 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 заборонено.

**Політика щодо відвідування.** 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.

### Оцінювання

Остаточна оцінка за курс визначається як середньозважена величина, в залежності від питомої ваги кожної складової залікового кредиту, наступним чином:

Модуль 1		Модуль 2	Модуль 3
40%	40%	5%	15%
Поточне оцінювання	Модульний контроль	Тренінг	Самостійна робота
Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час практичних занять за темами 1-14 (кожен здобувач оцінюється не рідше як раз на два заняття).	Підсумкова оцінка за виконання модульних завдань за змістовими модулями 1 та 2 в системі Moodle.	Оцінка, отримана за результатами виконання завдань, винесених на тренінг.	Оцінюється за результатами виконання та презентації наскрізного завдання.

Шкала оцінювання студентів:

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	<i>Відмінно</i>	<b>A</b> (відмінно)
85-89	<i>Добре</i>	<b>B</b> (дуже добре)
75–84		<b>C</b> (добре)
65–74	<i>Задовільно</i>	<b>D</b> (задовільно)
60-64		<b>E</b> (достатньо)
35–59	<i>Незадовільно</i>	<b>FX</b> (незадовільно з можливістю повторного складання)
1–34		<b>F</b> (незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни)