

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Факультет філології

Кафедра журналістики

**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**

Проректор \_\_\_\_\_

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА  
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
ТЕОРІЯ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

спеціальність 061 – Журналістика

Івано-Франківськ – 2022 рік

Робоча програма  
**ТЕОРІЯ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

для студентів за спеціальністю «Журналістика», 2022 – 11 с.

Розробник:

Холод Олександр Михайлович, доктор філологічних наук,  
професор кафедри журналістики

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри журналістики

Протокол від “31”серпня 2022 р. № 1

Завідувач кафедри:

\_\_\_\_\_ Холод Олександр Михайлович

“31”серпня 2022 р.

Схвалено методичною радою факультету філології.

Протокол від “7” вересня 2022 р. № 1

“7”вересня 2022 р.

Голова \_\_\_\_\_ (доц. Мартинець А.М.)

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Освітньо-професійна програма, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 1	Галузь знань <u>06 – Журналістика</u> (шифр і назва) спеціальність <u>061 – Журналістика</u> (шифр і назва)	Нормативна (за вибором)	
Модулів – 1	Спеціальність (професійне спрямування): _____	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 1		1-й	____-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання _____ (назва)		Семестр	
Загальна кількість годин - 90		1-й	____-й
Тижневих годин для денної форми навчання:  аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 8	Рівень вищої освіти: <u>бакалавр</u>	Лекції	
		14 год.	__ год.
		Практичні, семінарські	
		20 год.	__ год.
		Лабораторні	
		__ год.	__ год.
		Самостійна робота	
58 год.	__ год.		
Індивідуальні завдання: __ год.			
Вид контролю: екзамен			

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 33:67 відсотків.

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета** курсу – оволодіти основами теорії масового спілкування, сформулювати уявлення про масову комунікацію як середовище, у якому працюють різні фахівці (професійні комуніканти) за законами цього середовища та про інформацію як відомості про будь-що.

**Загальні компетентності:**

- ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.
- ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

**Фахові компетентності спеціальності:**

- СК 01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності;
- СК 02. Здатність формувати інформаційний контент;
- СК 03. Здатність створювати медіапродукт.

**Програмні результати навчання:**

- ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань
- ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції
- ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації
- ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.

**Програма курсу****Тема 1. Вступ. Теорії і структура масових комунікацій.**

Масові комунікації: визначення й умовності. Масові комунікації, або мас-медіа, у житті суспільства. Групи теоретичних платформ, що аналізують мас-медіа.

**Тема 2. Види масових комунікацій (мас-медіа).**

Критерії класифікації мас-медіа. Друковані медіа. Кіно (кінофільм) як мас-медіа. Телебачення як вид мас-медіа. Вид мас-медіа: радіомовлення. Музика як мас-медіа. Електронні (інтернет) мас-медіа.

**Тема 3. Сучасні моделі мас-медіа.**

Особливості медіатизації інформаційного простору. Моделі мас-медіа. Типові риси сучасних італійських і американських мас-медіа. Французька модель мас-медіа. Двоступенева модель комунікації. Модель “ко-орієнтації”. Моделі мас-медіа в сучасній Україні.

**Тема 4. Масифікація суспільства через мас-медіа.**

Медіа і суспільство: масифікація. Медіа і постмодерне суспільство. Масовий характер кіберпростору. Мережеві технології масифікації.

**Тема 5. Класичні й нові теорії масмедіа.**

Ерік Альфред Хевлок – предтеча інфокомунікаційних теорій. «Критика електричної революції» як теорія мас-медіа в поглядах Герберта Маршалла Маклуена. Класичні медіатеорії: Гарольд Інніс. Нові медіатеорії: Маршалл По.

Режі Дебре як представник французької школи медіадосліджень.

#### **Тема 6. Оцінки діяльності масмедіа.**

Критерії оцінки діяльності мас-медіа. Мас-медіа і політичний стан суспільства. Мас-медіа й ідеологія суспільства. Рівень масової культури суспільства і мас-медіа. Рівень освіти населення і мас-медіа.

#### **Тема 7. Організація масмедійної діяльності та її інмутація.**

Критерії аналізу організації масмедійної діяльності. Вплив фахового сектору на організацію медійної діяльності. Зв'язок керівництва масмедійної діяльності з її організацією. Технічний сектор як важливий фактор організації масмедійної діяльності. Види інмутації масової комунікації. Інмутація масової комунікації, або власне інмутація. Інмутація технологічних і технічних факторів організації масмедійної діяльності.

#### **Тема 8. Форми масмедійного виробництва.**

Критерії диференціації основних форм масмедійного виробництва. Телевізійне кіновиробництво. Радіовиробництво. Інтернет-радіо. Виробництво книжки. Створення масового шоу (свята).

#### **Тема 9. Аудиторія масмедіа.**

Поняття «аудиторія»: особливості тлумачення. Ознаки і види аудиторії масмедіа. Диференціація термінів «аудиторія» і «маси».

## **ПЛАНІ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ**

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I Масова комунікація як діяльність**

#### **Тема 1. Вступ. Теорії і структура масових комунікацій.**

1. Масові комунікації: визначення й умовності.
2. Масові комунікації, або мас-медіа, у житті суспільства.
3. Групи теоретичних платформ, що аналізують мас-медіа.

#### *Завдання для самостійної роботи*

Схарактеризувати процес масової комунікації на основі аналізу друкованого матеріалу газети, глянцевого видання.

**Основна література [1; 9; 10; 11].**

**Додаткова література [2; 3; 4; 8; 12; 13].**

## Тема 2. Види масових комунікацій (мас-медіа).

1. Критерії класифікації мас-медіа.
2. Друковані медіа.
3. Кіно (кінофільм) як мас-медіа.
4. Телебачення як вид мас-медіа.
5. Вид мас-медіа: радіомовлення.
6. Музика як мас-медіа.
7. Електронні (інтернет) мас-медіа.

### *Завдання для самостійної роботи*

Проаналізувати процес масової комунікації каналами ТБ з використанням понять «цілісність, трансляційність, програмність, концептуальність, дискретність».

## Основна література [8; 10].

8. Додаткова література [3; 7; 8; 12].

## Тема 3. Сучасні моделі мас-медіа.

1. Особливості медіатизації інформаційного простору.
2. Моделі мас-медіа.
3. Типові риси сучасних італійських і американських мас-медіа.
4. Французька модель мас-медіа.
5. Двоступенева модель комунікації.
6. Модель “ко-орієнтації”.
7. Моделі мас-медіа в сучасній Україні.

### *Завдання для самостійної роботи*

Схарактеризувати інформацію як продукт споживання, товар і засіб виробництва

## Основна література [8; 10].

Додаткова література [3; 7; 8; 12].

## Тема 4. Масифікація суспільства через мас-медіа.

1. Медіа і суспільство: масифікація.
2. Медіа і постмодерне суспільство.
3. Масовий характер кіберпростору.
4. Мережеві технології масифікації.

### *Завдання для самостійної роботи*

Проаналізувати процес комунікації каналами інтернет за можливими формами, кількісними характеристиками, видами комунікації.

## Основна література [4; 6; 9; 10; 11].

Додаткова література [7; 8].

**Тема 5. Класичні й нові теорії масмедіа.**

1. Ерік Альфред Хевлок – предтеча інфокомунікаційних теорій.
2. «Критика електричної революції» як теорія мас-медіа в поглядах Герберта Маршалла Маклуена.
3. Класичні медіатеорії: Гарольд Інніс.
4. Нові медіатеорії: Маршалл По.
5. Режи Дебре як представник французької школи медіадосліджень.

***Завдання для самостійної роботи***

Проаналізувати телевізійний процес за можливими моделями комунікацій.

**Основна література [6; 9; 10; 11].**

**Додаткова література [3; 12; 14; 15; 16].**

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II.****Моделі масової комунікації та прикладні моделі комунікації****Тема 6. Оцінки діяльності масмедіа.**

1. Критерії оцінки діяльності мас-медіа.
2. Мас-медіа і політичний стан суспільства.
3. Мас-медіа й ідеологія суспільства.
4. Рівень масової культури суспільства і мас-медіа.
5. Рівень освіти населення і мас-медіа.

***Завдання для самостійної роботи***

Зробити аналіз промови лідера громадської думки.

**Основна література [4; 6; 9; 10; 11].**

**Додаткова література [7; 8].**

**Тема 7. Організація масмедійної діяльності та її інмутація.**

1. Критерії аналізу організації масмедійної діяльності.
2. Вплив фахового сектору на організацію медійної діяльності.
3. Зв'язок керівництва масмедійної діяльності з її організацією.
4. Технічний сектор як важливий фактор організації масмедійної діяльності.
5. Види інмутації масової комунікації. Інмутація масової комунікації, або власне інмутація.
6. Інмутація технологічних і технічних факторів організації масмедійної діяльності.

***Завдання для самостійної роботи***

Зробити аналіз мови рекламних текстів.

**Основна література [6; 9; 10; 11].**  
**Додаткова література [3; 12; 14; 15; 16].**

**Тема 8. Форми масмедійного виробництва.**

1. Критерії диференціації основних форм масмедійного виробництва.
2. Телевізійне кіновиробництво.
3. Радіовиробництво.
4. Інтернет-радіо.
5. Виробництво книжки.
6. Створення масового шоу (свята).

***Завдання для самостійної роботи***

Проаналізувати політичні комунікації в українському суспільстві (події – за вибором студента) за комунікативними ролями учасників і роллю ЗМІ.

**Основна література [6; 9; 10; 11].**  
**Додаткова література [12; 17].**

**Тема 9. Аудиторія масмедіа.**

1. Поняття «аудиторія»: особливості тлумачення.
2. Ознаки і види аудиторії масмедіа.
3. Диференціація термінів «аудиторія» і «маси».

***Завдання для самостійної роботи***

Проаналізувати одне з видань національних меншин України (Дуслик, Арагац, Еврейские вести тощо) за ознаками етноспецифічності і факторами забезпечення успішних комунікацій.

**Основна література [8; 9; 10; 11].**  
**Додаткова література [9; 12; 16].**

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ  
 ДО САМОСТІЙНОЇ ТА  
 ІНДИВІДУАЛЬНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ**

Лекційний матеріал курсу відтворює сучасні підходи до вивчення журналістики. Самостійна робота є основним засобом засвоєння студентом навчального матеріалу в час, вільний від обов'язкових навчальних занять, без участі викладача.

Самостійна та індивідуально-дослідна робота студентів покликана сприяти досягненню мети, яка поставлена перед курсом «Теорія журналістики».

Завдання для самостійної та індивідуально-дослідної роботи до кожної з тем направлені на закріплення пройденого матеріалу. Їх виконання не є можливим без



засвоєння основного змісту теми, орієнтації в загальних питаннях. Разом з тим виконання таких завдань потребує творчого підходу з боку студента, вміння самому ставити додаткові питання та давати на них відповіді.

Під час самостійної роботи студентам насамперед слід зосередити свою увагу і зусилля на тих темах і питаннях, які вважаються основними і найважчі для засвоєння. Відповідно до цього, слід визначитись з місцем для самостійної роботи, наявною літературою, ознайомитись з каталогом бібліотеки, де студент планує займатися.

При виборі літератури слід в першу чергу використати найбільш свіжі видання, бажано вітчизняні і вітчизняних авторів, працювати як з монографічними виданнями, так і з періодикою, збірниками і навіть з газетними публікаціями.

Важливо вміти користуватись каталогами, складати список літератури за тематикою, робити виписки і систематизувати виписане в окремі тематичні блоки. При цьому не забувати належним чином оформляти свої записи і виписки, вказувати автора, назву праці, рік видання і відмічати сторінки. Те, що цитується обов'язково береться в «лапки» і робиться посилання: праця, автор, сторінка. Бажано при цьому коментувати прочитане і виписане, висловлювати свої думки чи сумніви, зробити загальний висновок і відмітити, де опрацьований матеріал можна використати і як він допоможе засвоїти програмні теми і питання.

### **ОРІЄНТОВНІ ПИТАННЯ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ**

1. Масові комунікації: визначення й умовності.
2. Масові комунікації, або мас-медіа, у житті суспільства.
3. Групи теоретичних платформ, що аналізують мас-медіа.
4. Критерії класифікації мас-медіа.
5. Друковані медіа.
6. Кіно (кінофільм) як мас-медіа.
7. Телебачення як вид мас-медіа.
8. Вид мас-медіа: радіомовлення.
9. Музика як мас-медіа.
10. Електронні (інтернет) мас-медіа.
11. Особливості медіатизації інформаційного простору.
12. Моделі мас-медіа.
13. Типові риси сучасних італійських і американських мас-медіа.
14. Французька модель мас-медіа.
15. Двоступенева модель комунікації.
16. Модель “ко-орієнтації”.
17. Моделі мас-медіа в сучасній Україні.
18. Медіа і суспільство: масифікація.

19. Медіа і постмодерне суспільство.
20. Масовий характер кіберпростору.
21. Мережеві технології масифікації.
22. Ерік Альфред Хевлок – предтеча інфокомунікаційних теорій.
23. «Критика електричної революції» як теорія мас-медіа в поглядах Герберта Маршалла Маклуена.
24. Класичні медіатеорії: Гарольд Інніс.
25. Нові медіатеорії: Маршалл По.
26. Режі Дебре як представник французької школи медіадосліджень.
27. Критерії оцінки діяльності мас-медіа.
28. Мас-медіа і політичний стан суспільства.
29. Мас-медіа й ідеологія суспільства.
30. Рівень масової культури суспільства і мас-медіа.
31. Рівень освіти населення і мас-медіа.
32. Критерії аналізу організації масмедійної діяльності.
33. Вплив фахового сектору на організацію медійної діяльності.
34. Зв'язок керівництва масмедійної діяльності з її організацією.
35. Технічний сектор як важливий фактор організації масмедійної діяльності.
36. Види інмутації масової комунікації.
37. Інмутація масової комунікації, або власне інмутація.
38. Інмутація технологічних і технічних факторів організації масмедійної діяльності.
39. Критерії диференціації основних форм масмедійного виробництва.
40. Телевізійне кіновиробництво.
41. Радіовиробництво.
42. Інтернет-радіо.
43. Виробництво книжки.
44. Створення масового шоу (свята).
45. Поняття «аудиторія»: особливості тлумачення.
46. Ознаки і види аудиторії масмедіа.
47. Диференціація термінів «аудиторія» і «маси».

### **Література:**

#### **Базова:**

1. Житарюк М. Г. Теорії та моделі масової інформації (Масова комунікація): навч.-метод. посібник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 244 с.
2. Холод О.М. Теорія масової комунікації: курс лекцій. Київ: Інтерсервіс, 2022. 146 с.

#### **Додаткова:**

1. Бежнар Г.П. Теорія масової культури: курс лекцій: навчальний посібник

- [електронне видання]. Київ, 2020. 49 с.
2. Вальорска А.М. Діпфейк та дезінформація: практ. посіб.; пер. з нім. В. Олійника. Київ: Академія української преси; Центр Вільної Преси, 2020. 36 с.
  3. Титаренко М. Комунікація від нуля. Есеї для Мані. Львів : Видавництво Старого Лева, 2019. 232 с.
  4. Шевченко В. Е Мультимедійний контент: навчальний посібник К.: ВПЦ «Київський університет», 2017. 239 с.
  5. Baran S.J. ISE Introduction to Mass Communication Paperback, McGraw Hill; 12th edition, 2022. 464 p.
  6. Baran S.J., Davis D.K. Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future, 8th Edition, Oxford University Press, 2020ю 448 p.
  7. Campbell R., Martin Ch., Fabos B. Media & Culture: An Introduction to Mass Communication, 13 Edition, Bedford/St. Martin's, 2021. 608 p.
  8. Hanson R.E. Mass Communication: Living in a Media World, SAGE Publications, Inc; Eighth edition, 2021. 488 p.
  9. McQuail D., Deuze M. Media and Mass Communication Theory, 7th Edition, SAGE Publications Ltd, 2020. 688 p.
  10. Sanborn F. A Cognitive Psychology of Mass Communication, 8th Edition, Routledge, 2020. 568 p.
  11. Turow J. Media Today: Mass Communication in a Converging World, 7th Edition, Routledge, 2019. 472 p.