**ВСТУП**

Навчальна дисципліна «Сучасні теорії масової комунікації» є однією з основних для розвитку комунікативних навичок у журналістів, рекламістів та піарників. У межах модуля студенти поглиблюють знання про природу масової комунікації і комунікативний процес, вивчають теорії, моделі масової комунікації, наукові школи і напрями досліджень, методи аналізу процесів масової комунікації, здобувають знання про сучасні тенденції в масовій комунікації, специфіку масової комунікації в політиці, рекламі, PR, пропаганді тощо. Вивчення модуля має практичне значення, оскільки журналіст, рекламіст, піарник належать до професійних комунікантів, які працюють у середовищі масової комунікації. Студенти опановують НД на другому році навчання, у ІІІ семестрі.

Дисципліна складається з кількох змістових блоків, які орієнтують майбутніх фахівців уміти застосовувати здобуті знання в медійній практиці. Передбачено такі тематичні компоненти: 1) основні поняття масової комунікації та комунікативного процесу; 2) історичні віхи виникнення та розвитку масовокомунікаційних теорій; 3) особливості моделей масової комунікації; 4) розвиток теорій масової культури, актуальні проблеми медіакультури; 5) новітні наукові напрямки дослідження масової комунікації та застосування класних теорій для вирішення нагальних проблем. Відтак студенти навчаються розрізняти види, форми і моделі масової комунікації, здійснювати аналіз процесу комунікації, ідентифікувати методи пропаганди, а також здобувають навички з підготовки інформаційних повідомлень із наперед заданим ефектом сприйняття інформації масовою аудиторією, готують творчі промо-проєкти з використанням різних комунікаційних технологій тощо.

Вивчення дисципліни передбачає приділення значної уваги аналізу комунікативних повідомлень, комунікативних подій. Акцент зроблено на максимальному зв’язкові з реальною журналістською практикою, рекламою, сферою PR.

Лекційні та лабораторні заняття розроблені для студентів освітніх програм «Журналістика», «Міжнародна журналістика», «Реклама та зв’язки з громадськістю», як вже прослухали курс «Основи масової комунікації». Відтак студенти вже мають теоретичну базу, практичні вміння та навички для ефективної комунікації, здобули ази з журналістикознавства, теорії і методики журналістської творчості, а також розуміють систему функціонування ЗМІ, розповсюдження інформації, соціальні зв’язки у суспільстві, рекламну справу, паблік рілейшнз тощо.

Курс «Сучасні теорії масової комунікації» розроблено з урахуванням досвіду викладання такої дисципліни в Інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка та інших провідних центрах журналістики (Києво-Могилянської академії, Львівського національного університет у ім. І. Франка, Харківського університету ім. В. Каразіна, Ужгородського університету), а також відповідно до інших програм професійно-орієнтованих дисциплін, які викладають в УжНУ.

Лекційна частина курсу базується на працях відомих вітчизняних та зарубіжних дослідників у галузі масової комунікації (В. Різуна, С. Квіта, В. Іванова, О. Зернецької, Н. Зражевської, Д. Мак-Квейла, та інших).

У методичному посібнику подаємо теоретичні питання лекційних занять, завдання до лабораторних занять та додаткові матеріали для глибшого засвоєння курсу.

Загалом курс розділено на дві частини. Для полегшення засвоєння матеріалу виділено основну літературу і завдання за темами, наведено схеми аналізу комунікативних актів, а також зразки вправи для модульної контрольної роботи, перелік контрольних запитань до курсу.

**ТЕМИ І ПЛАНИ ЛАБОРАТОРНИХ ЗАНЯТЬ**

**Частина І.**

**Тема 1. Особливості масової комунікації та комунікативного процесу**

**План**

1. Основні підходи до розуміння масової комунікації.
2. Стадії масової комунікації.
3. Комунікативний процес як складний соціолінгвістичний комплекс.
4. Поняття про комунікативні бар’єри, їхні типи.

**Лабораторні завдання**

1. Підготуватися і взяти участь у дискусії на тему: «Чи можна назвати комунікаційною революцією винахід писемності, виготовлення друкарського верстату, впровадження електронних масмедіа?».
2. Написати есе на запропоновану тему: «Усі глобальні проблеми людства – це проблеми комунікації».
3. На конкретних прикладах, запропонованих викладачем, продемонструвати різні типи комунікативних бар’єрів і пояснити можливості їхнього усунення.

**Література до теми**

1. Косенко Ю. В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. Суми: Сумський державний університет, 2011.
2. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів: Літопис, 2010. 538 с.
3. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація». Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.
4. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації: підруч. Черкаси: Чабаненко Ю. А., 2011.
5. Семенюк О.А., Паращук В.Ю. Основи теорії мовної комунікації. К., ВЦ «Академія», 2010. 240 с.
6. Титаренко М. Комунікація від нуля. Есеї для Мані. Львів : Видавництво Старого Лева, 2019. 232 с.

**Тема 2. Комунікатори і комуніканти як суб’єкти комунікації**

**План**

1. Комунікативна сфера як об’єкт комунікативної діяльності людини.
2. Вимоги до учасників комунікативного процесу
3. Цілі і якості комунікатора.
4. Комунікативна особистість у системі соціальної комунікації.

**Лабораторні завдання**

1. Розробити і представити перед аудиторією публічний виступ на тему «Вегетаріанство серед студентів», попередньо розподілившись на три групи комунікантів: журналісти, пропагандисти і піарники (кожна з груп враховує принципи діяльності комунікантів і створює виступ відповідно до мети і завдань їхньої діяльності).
2. Переглянути випуск улюбленої телевізійної програми. Проаналізувати поведінку телеведучих на предмет цілей і якостей комунікатора.
3. Проаналізувати за схемою первинного аналізу комунікативного акту (Додаток. Схема 1) комунікативну поведінку політичного діяча на прикладі відеофрагменту, запропонованого викладачем.

**Література до теми**

* + - 1. Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини: монографія. К.: Освіта, 1999. 351 с.

1. Кривошеїн В. В. Місце і роль спін-технологій у процесі легітимації політичної влади. *Бористен*. № 4, 2011. С. 14–15.
2. Лизанчук В. Просвітницька і маніпулятивна пропаганда в умовах нинішньої російсько-української війни. *Теле- та радіожурналістика.* 2018. Випуск 17. С. 22–51.
3. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація». Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.
4. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації: підруч. Черкаси: Чабаненко Ю. А., 2011. 350 с.
5. Семенюк О.А., Паращук В.Ю. Основи теорії мовної комунікації. К., ВЦ «Академія», 2010. 240 с.
6. Шарапа М. В. Формування професійної комунікативної компетенції майбутніх журналістів. *Соціум. Документ. Комунікація. Серія: Історичні науки.* 2018. Вип. 5. С. 105-112. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/colscart\_2018\_5\_9

**Тема 3. Аудиторія в масовій комунікації**

**Лекція 1. Зворотний зв’язок у системі взаємодії комунікатора з масовою аудиторією**

**План**

1. Аудиторія як адресат комунікації. Об’єктивні й суб’єктивні характеристики.
2. Типологія аудиторій.
3. Методи дослідження аудиторії.
4. Способи комунікативного впливу на аудиторію.

**Лабораторні завдання**

1. Підготувати п’ять визначень терміну «маніпуляція».
2. Довести або спростувати положення про те, що маніпуляція є системою.
3. Скласти рекламний текст із застосуванням кількох маніпулятивних технологій.
4. За схемою функціонального аналізу комунікативних актів (Додаток. Схема 3) здійснити аналіз передвиборчих агітаційних відеороликів (за вибором).

**Лекція 2. Особливості взаємодії комунікатора й аудиторії**

**План**

1. Поняття про опосередковану комунікацію з аудиторією.
2. Опосередкована взаємодія через «лідерів думок».
3. Вплив через переконання.
4. Сфери діяльності професійних комунікаторів.

**Лабораторні завдання**

1. Пояснити принципи власної поведінки у ролі лідера і члена групи з погляду сформованості комунікативних навичок.
2. Підготувати і продемонструвати по 2-3 приклади ефективної і неефективної комунікації у вашій групі.
3. Підготувати публічні виступи на довільну тему для аудиторій різних типів: умовні і нецільові, регулярні і нерегулярні, реальні і потенційні.
4. Дати загальну характеристику упливу / керування різними аудиторіями.

**Література до теми**

1. Горпинич О. В., Архипова А. О. Соціологія масових комунікацій та медіапланування: навчальний посібник. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2018. 255 с. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/l\_1633\_68263693.pdf.
2. Забузова В. В. Методи дослідження аудиторій масової комунікації: Преса, радіо, телебачення та Інтернет. *Наукові записки. Соціологічні науки.* Т. 96. С. 55–60.
3. Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини: монографія. К.: Освіта, 1999. 351 с.
4. Іванова О., Мойсеєва О., Стеблина Н. Місцева преса: посібник для ЗМІ. Як регіональним журналістам працювати за часів нових медіа та кризи демократії. / Під ред. О. Іванової. Київ: ТОВ «Бізнесполіграф», 2019. 232 с.
5. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація». Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.
6. Семенюк О. А., Паращук В. Ю. Основи теорії мовної комунікації. К., ВЦ «Академія», 2010. 240 с.
7. Титаренко М. Комунікація від нуля. Есеї для Мані. Львів : Видавництво Старого Лева, 2019. 232 с.

**Тема 4. Сучасний комунікативний дискурс**

**План**

1. Поняття про дискурс.
2. Особливості функціонування дискурсу у комунікативному середовищі.
3. Теле-, радіо-, газетний дискурс та їх специфіка.
4. Театральний, літературний та кінодискурс.
5. Комунікативний дискурс у сфері реклами та PR.
6. Загальні ознаки сучасного політичного дискурсу.

**Лабораторні завдання**

1. Підготувати доповідь про один із типів дискурсів.
2. За схемою функціонального аналізу комунікативних актів (Додаток. Схема 3) здійснити функціональний аналіз дискурсів у виші, сім’ї, на підприємстві. Які функції комунікації переважають у кожному з випадків?
3. Перерахувати категорії розважальних програм на популярних українських телеканалах. Проаналізувати дискурси таких програм.
4. Написати есе на тему «Журналістика — це мистецтво приготування інформації».

**Література до теми**

* + - 1. Зражевська Н. І. Масова комунікація і культура: лекції. Черкаси, 2006. 195 с.

1. Косенко Ю. В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. Суми: Сумський державний університет, 2011. 187 с.
2. Макітра Я. Маніпуляція свідомістю та політична телереклама. *Українська правда.* URL: https://www.pravda.com.ua/articles/2006/03/3/3073014/ (дата звернення: 27.08.20).
3. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів: Літопис, 2010. 538 с.
4. Манфред М. Медіа-політика в інформаційному суспільстві / Пер. з нім. В. Климченко та В. Олійник; За ред. В. Іванова. К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2011. 286 с.
5. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації: підруч. Черкаси: Чабаненко Ю. А., 2011. 350 с.

**Тема 5. Функціональний аналіз комунікативної діяльності**

**План**

1. Ієрархія людських потреб та цілі комунікації.
2. Комунікативна мімікрія, її різновиди.
3. Прагматичний аналіз комунікативних процесів.
4. Теорія мовних актів Джона Сьорля.

**Лабораторні завдання**

1. Здійснити функціональний аналіз улюбленого рекламного ролика. Розглянути відеоряд, звуковий ряд, зображення, текст та інші елементи рекламних повідомлень. Дати відповіді на такі запитання: 1) Які функції виконує кожен з елементів? 2) Чи трапляються випадки поліфункціональності повідомлень? 3) Чи є випадки синкретизму засобів для виконання однієї функції? 4) Чи спостерігається комунікативна мімікрія?
2. Створити різні типи повідомлень з одним інформаційним приводом: представити подію в негативному світлі; представити подію в позитивному світлі.
3. Підготувати по 2-3 приклади поведінки учасників масових демонстрацій, мітингів, які несуть попереду зображення різних діячів, президентів, зірок тощо. Відповісти на запитання: хто є отримувачем інформації у таких випадках і яку комунікативну функцію виконують портрети-повідомлення?

**Література до теми**

1. Забузова В. В. Методи дослідження аудиторій масової комунікації: Преса, радіо, телебачення та Інтернет. *Наукові записки. Соціологічні науки.* Т. 96. С. 55–60.
2. Квіт С. Масові комунікації. Друге видання, виправлене і доповнене. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с.
3. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів: Літопис, 2010. 538 с.
4. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація». Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.
5. Семенюк О. А., Паращук В. Ю. Основи теорії мовної комунікації. К., ВЦ «Академія», 2010. 240 с.

**Тема 6. Ефективність комунікації**

**План**

1. Поняття ефективності комунікації. Зворотний зв’язок.
2. Вплив складових частин і конфігурації комунікативного ланцюга на ефективність комунікації.
3. Фактори підвищення ефективності міжособистісної комунікації.
4. Сумісність партнерів як комунікативних особистостей.

**Лабораторні завдання**

1. Підготувати по 2-3 приклади з журналістської практики, коли у спілкуванні адресат неправильно зрозумів зміст повідомлення. Які фактори впливають на успішність міжособистісної комунікації?
2. Взяти участь у дискусії на тему: «Чи є подарунок засобом міжособистісної комунікації?» (Що прийнято дарувати у тому чи іншому соціальному середовищі? Від чого це залежить? Яка знакова функція подарунку у тому чи іншому контексті? Поміркувати про подарунки чиновникам, лікарям, вчителям).
3. Описати ефекти масової комунікації на індивідуальному рівні: плановані і незаплановані, навмисні і ненавмисні, короткострокові і довгострокові.

**Література до теми**

1. Лукашевич М. П. Соціологія масової комунікації: підручник / М. П. Лукашевич, Ф. Ф. Шандор. 2-ге вид., переробл. і доповн. К.: Знання, 2015. 367 с.
2. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів: Літопис, 2010. 538 с.
3. Новітні медіа та комунікаційні технології: комплекс навчальних програм для спеціальностей «журналістика», «видавнича справа та редагування», «реклама та зв’язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. 412 с.
4. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація». Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.
5. Титаренко М. Комунікація від нуля. Есеї для Мані. Львів : Видавництво Старого Лева, 2019. 232 с.

**Частина ІІ.**

**Тема 1. Комунікологія в сучасних наукових дослідженнях**

**План**

1. Наукові підходи до трактування ролі масової комунікації у суспільстві.
2. Визначення масової комунікації за Д. де Флер та Е. Деніс, Д. Мак-Квейлом, В. Різуном, О. Чекмишевим, О. Кузнєцовою, В. Шульцом.
3. Дефініції МК в сучасних дослідженнях.
4. Класифікація медіа за Д. Мак-Квейлом.

**Лабораторні завдання**

1. Пояснити суть біхевіоризму, структурно-функціонального, культурологічного і соціологічного підходів як підґрунтя для зародження комунікаційних технологій.
2. Взяти участь у дискусії на тему: «Роль символьної комунікації на етапі декомунізації в Україні».
3. Прочитати вислів Наполеона, написати за ним есе, використовуючи знання, здобуті під час лекції, дібрати назву. «Я більше боюся трьох газет, ніж ста тисяч багнетів; ви бачите мене господарем Франції, але я не взявся би правити нею і три місяці при вільній пресі».

**Література до теми**

1. Житарюк М. Г. Теорії та моделі масової інформації (Масова комунікація) : навч.-метод. посібник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 244 с.
2. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація». Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.
3. Квіт С. Масові комунікації. Друге видання, виправлене і доповнене. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с.
4. Лукашевич М. П. Соціологія масової комунікації: підручник / М. П. Лукашевич, Ф. Ф. Шандор. 2-ге вид., переробл. і доповн. К.: Знання, 2015. 367 с.
5. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів: Літопис, 2010. 538 с.

**Тема 2. Класичні та сучасні теорії масової комунікації**

**План**

1. Співвідношення понять «теорія» і «модель» у МК.
2. Функції теорій масової комунікації.
3. Тенденції розвитку теорій.
4. Фундаментальні теорії масового спілкування.
5. Соціокомунікативні теорії ХХ ст.

**Лабораторні завдання**

1. З-поміж теорій, запропонованих на лекції, обрати три й написати про них у власному журналістському мінітворі, використовуючи приклади з життя.
2. Зважаючи на теорію А. Бандури, пояснити дію психологічного механізму підкріплення на самостійно підібраних телевізійних прикладах.
3. Розробити стратегію пропагування культури у місті, застосовуючи знання про теорії масової комунікації. Презентувати власні дослідження.

**Література до теми**

1. Житарюк М. Г. Теорії та моделі масової інформації (Масова комунікація) : навч.-метод. посібник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 244 с.
2. Іванов В. Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики: навч. посібник / за науковою редакцією В. В. Різуна. К.: Центр вільної преси, 2010. 258 с.
3. Квіт С. Масові комунікації. Друге видання, виправлене і доповнене. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с.
4. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів: Літопис, 2010. 538 с.
5. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація». Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.

**Тема 3. Моделі масової комунікації: теоретичний і прикладний аспекти**

**Лекція 1. Західні моделі масової комунікації**

**План**

1. Підходи до оцінювання комунікаційного процесу в теорії комунікації
2. Поняття моделі. Класифікація моделей.
3. Лінійні, нелінійні, циркулярні, семіотичні моделі.
4. Трансмісійні моделі МК.
5. Моделі ритуалу, рóзголосу, рецепції.
6. Синтетична модель Гобана Класа.

**Лабораторні завдання**

1. Пояснити 2-3 приклади моделей, які використовують у рекламі політичних партій.
2. На основі спостережень поміркувати над комунікацією у власній сім’ї, з однолітками, у лікарні, в церкві, у супермаркеті. Чи проявляються певні моделі у такому середовищі?
3. Розробити план рекламної кампанії з пропаганди здорового способу життя, зокрема, бігу, використовуючи будь-яку масовокомунікаційну модель. Презентувати власні напрацювання.

**Література до теми**

* + - 1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: моногр. К.: МАУП, 2005. 440 с.
      2. Житарюк М. Г. Теорії та моделі масової інформації (Масова комунікація) : навч.-метод. посібник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 244 с.

1. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація». Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.
2. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації: підруч. Черкаси: Чабаненко Ю. А., 2011. 350 с.
3. Betteke van Ruler (2018) Communication Theory: An Underrated Pillar on Which Strategic Communication Rests, International Journal of Strategic Communication, 12:4, 367-381, DOI: 10.1080/1553118X.2018.1452240

**Лекція 2. Технологічний потенціал моделей комунікації**

**План**

1. Модель міфологічної комунікації.
2. Модель аргументуючої комунікації.
3. Модель іміджевої комунікації.
4. Модель пропагандистської комунікації.

**Лабораторні завдання**

1. Переглянути відеозвернення 2-3 президентів України. Визначити, які з моделей найбільше проявляються у виступах політиків.
2. Використовуючи модель аргументуючої комунікації, написати доповідь на актуальну тема для своїх одногрупників. Публічно виголосити її.
3. Підготувати приклади з історії, де простежуються ознаки моделі пропагандистської комунікації.
4. Написати пропагандистський текст для будь-якої політичної партії, застосовуючи знання про модель пропагандистської комунікації.
5. Підготуватися і взяти участь у дискусії про долю політичних символів комунізму (серп і молот) та фашизму (свастики) в історії і сучасності.

**Література до теми**

1. Зражевська Н. І. Масова комунікація і культура: лекції. Черкаси, 2006. 195 с.
2. Іванов В. Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики: навч. посібник / за науковою редакцією В. В. Різуна. К.: Центр вільної преси, 2010. 258 с.
3. Косенко Ю. В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. Суми: Сумський державний університет, 2011. 187 с.
4. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація». Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.
5. Семенюк О. А., Паращук В. Ю. Основи теорії мовної комунікації. К., ВЦ «Академія», 2010. 240 с.

**Тема 4. Методи аналізу повідомлень масової комунікації**

**План**

1. Загальна типологія методів аналізу повідомлень масової комунікації.
2. Характеристика контент-аналізу як методу.
3. Вимоги до контент-аналізу.
4. Аналіз пропагандистських повідомлень та їх інтерпретація.
5. Аналіз чуток як складової масової комунікації.
6. Методи аналізу текстів політичних лідерів.
7. Психологічний аналіз.
8. Рольовий аналіз.

**Лабораторні завдання**

1. Підготуватися і взяти участь у дискусії на тему: «Чи можуть бути записи політичних лідерів у соціальних мережах пропагандистськими повідомленнями?»
2. Здійснити контент-аналіз одного випуску щоденної газети на предмет виявлення маніпулятивних технологій.
3. Здійснити контент-аналіз одного випуску політичного ток-шоу.

**Література до теми**

1. Забузова В. В. Методи дослідження аудиторій масової комунікації: Преса, радіо, телебачення та Інтернет. *Наукові записки. Соціологічні науки*. Т. 96. С. 55–60.
2. Костенко Н. В., Іванов В. Ф. Досвід контент-аналізу: Моделі та практики: монографія. К.: Центр вільної преси, 2003.
3. Мараховська Н. О. Контент-аналіз як метод дослідження політичної комунікації: теоретичні засади. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. № 6, ч. 1. С. 179–182.
4. Новітні медіа та комунікаційні технології: комплекс навчальних програм для спеціальностей «журналістика», «видавнича справа та редагування», «реклама та зв’язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. 412 с.
5. Семенюк О. А., Паращук В. Ю. Основи теорії мовної комунікації. К., ВЦ «Академія», 2010. 240 с.

**Тема 5. Масова комунікація та індустрія культури**

**План**

1. Причини масифікації суспільства.

2. Виникнення масової культури. Роль ЗМІ.

3. Ознаки масової культури.

4. Види маскульту.

5. Медіакультура як продукт взаємовпливу масової культури і масової комунікації.

6. Таблоїдизація, інфотейнмент, едьютейнмент як наслідки впливу масової культури.

**Лабораторні завдання**

1. Взяти участь у дискусії на тему: «Шопоголізм, анорексія, невротизація – психологічні наслідки захопленням глянцевими журналами».
2. Пригадати приклади впливу масової культури на характер, поведінку себе і своїх рідних, друзів або приклади опору маскульту.
3. Написати публічний виступ про масову культуру в житті своїх однолітків. Виголосити його перед аудиторією.

**Література до теми**

* + - 1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: моногр. К.: МАУП, 2005. 440 с.
      2. Бежнар Г.П. Теорія масової культури: курс лекцій: навчальний посібник [електронне видання]. Київ, 2020. 49 с.

1. Зражевська Н. І. Масова комунікація і культура: лекції. Черкаси, 2006. 195 с.
2. Іванова О., Мойсеєва О., Стеблина Н. Місцева преса: посібник для ЗМІ. Як регіональним журналістам працювати за часів нових медіа та кризи демократії. / Під ред. О. Іванової. Київ: ТОВ «Бізнесполіграф», 2019. 232 с.
3. Манфред М. Медіа-політика в інформаційному суспільстві / Пер. з нім. В. Климченко та В. Олійник; За ред. В. Іванова. К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2011. 286 с.
4. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація». Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.

**Тема 6. Сучасні тенденції в масовій комунікації**

**План**

1. Глобалізація та її наслідки.
2. Різновиди глобальних медіа.
3. Концентрація і конгломерація у мас-медіа.
4. Нові медіа у системі традиційних ЗМІ.

**Лабораторні завдання**

1. Підготувати і виголосити доповідь про сучасні закарпатські онлайн-медіа (3-5 сайтів): їхню специфіку, рубрикацію, тенденції розвитку.
2. Взяти участь у дискусії на тему: «Процеси глобалізації, комерціалізації, монополізації, візуалізації, дегуманізації в сучасних мас-медіа».
3. Поміркувати, чому новітні медіа можуть бути корисні і небезпечні для дітей? Навести аргументи у формі публічного виступу.
4. Написати есе на тему «Цифрова нерівність: реалії сьогодення».

**Література до теми**

* + - 1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: моногр. К.: МАУП, 2005. 440 с.

1. Зражевська Н. І. Масова комунікація і культура: лекції. Черкаси, 2006. 195 с.
2. Квіт С. Масові комунікації. Друге видання, виправлене і доповнене. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с.
3. Крецу І. Н., Гузун М. Василик Л. Є. Підручник з крос-медіа / Іоанна Нанчіса Крецу, Міхаіл Гузун, Любов Василик. Німеччина-Румунія: Schiller Publishing House, 2015.
4. Манфред М. Медіа-політика в інформаційному суспільстві / Пер. з нім. В. Климченко та В. Олійник; За ред. В. Іванова. К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2011. 286 с.
5. Новітні медіа та комунікаційні технології: комплекс навчальних програм для спеціальностей «журналістика», «видавнича справа та редагування», «реклама та зв’язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. 412 с.
6. Титаренко М. Комунікація від нуля. Есеї для Мані. Львів : Видавництво Старого Лева, 2019. 232 с.

**Список літератури до курсу**

**Основна література**

* + - 1. Бежнар Г.П. Теорія масової культури: курс лекцій: навчальний посібник [електронне видання]. Київ, 2020. 49 с.
      2. Горпинич О.В., Архипова А.О. Соціологія масових комунікацій та медіапланування: навчальний посібник. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2018. 255 с. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/l\_1633\_68263693.pdf.
      3. Житарюк М. Г. Теорії та моделі масової інформації (Масова комунікація) : навч.-метод. посібник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 244 с.
      4. Забузова В. В. Методи дослідження аудиторій масової комунікації: Преса, радіо, телебачення та Інтернет. Наукові записки. Соціологічні науки. Т. 96. С. 55–60.
      5. Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини: монографія. К.: Освіта, 1999. 351 с.
      6. Зражевська Н. І. Комунікаційні технології: лекції. Черкаси: Брама-Україна, 2010. 224 с.
      7. Зражевська Н. І. Масова комунікація і культура: лекції. Черкаси, 2006. 195 с.
      8. Іванов В. Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики: навч. посібник / за науковою редакцією В. В. Різуна. К.: Центр вільної преси, 2010. 258 с.
      9. Інформаційне суспільство. Антологія: навчальний посібник / М. А. Ожеван, І. М. Новохатько, О. В. Зернецька та ін. К.: Центр вільної преси, 2006. 916 с.

1. Іванова О., Мойсеєва О., Стеблина Н. Місцева преса: посібник для ЗМІ. Як регіональним журналістам працювати за часів нових медіа та кризи демократії. / Під ред. О. Іванової. Київ: ТОВ «Бізнесполіграф», 2019. 232 с.
2. Кашкин В. Б. Основы теории коммуникации. М.: АСТ Восток-Запад, 2007. 256 с.
3. Квіт С. Масові комунікації. Друге видання, виправлене і доповнене. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с.
4. Косенко Ю. В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. Суми: Сумський державний університет, 2011. 187 с.
5. Костенко Н. В., Іванов В. Ф. Досвід контент-аналізу: Моделі та практики: монографія. К. : Центр вільної преси, 2003. 200 с.
6. Лукашевич М. П. Соціологія масової комунікації: підручник / М. П. Лукашевич, Ф. Ф. Шандор. 2-ге вид., переробл. і доповн. К.: Знання, 2015. 367 с.
7. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів: Літопис, 2010. 538 с.
8. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація». Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.
9. Різун В. В., Іванов В. Ф. Історія досліджень медіавпливів. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2013. Випуск 20. С. 4–6.
10. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації: підруч. Черкаси: Чабаненко Ю. А., 2011. 350 с.
11. Семенюк О.А., Паращук В.Ю. Основи теорії мовної комунікації. К., ВЦ «Академія», 2010. 240 с.
12. Шарапа М. В. Формування професійної комунікативної компетенції майбутніх журналістів. *Соціум. Документ. Комунікація. Серія: Історичні науки.* 2018. Вип. 5. С. 105-112. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/colscart\_2018\_5\_9
13. Betteke van Ruler (2018) Communication Theory: An Underrated Pillar on Which Strategic Communication Rests, International Journal of Strategic Communication, 12:4, 367-381, DOI: 10.1080/1553118X.2018.1452240
14. Communication in the Real World: An Introduction to Communication Studies. University of Minnesota Libraries Publishing. 2013. 801 p. URL: https://open.lib.umn.edu/communication/
15. Deuze M. The Role of Media and Mass Communication Theory in the Global Pandemic. Communication Today, 2020, Vol. 11, No. 2. P. 4–16.
16. Introduction to Communication. URL: https://courses.lumenlearning.com/introductiontocommunication/
17. Understanding Media and Culture: An Introduction to Mass Communication. University of Minnesota Libraries Publishing. 2016. URL: https://open.lib.umn.edu/mediaandculture/

**Допоміжна література**

* + - 1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. К. : ВЦ «Академія», 2004. 342 с.
      2. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: моногр. К.: МАУП, 2005. 440 с.
      3. Діпфейк та дезінформація : практ. посіб. / Аґнєшка М. Вальорска ; пер. з нім. В. Олійника. К. : Академія української преси ; Центр Вільної Преси, 2020. 36 с.
      4. Журналістика та медіа: Довідник / Зігфрид Вайшенберґ, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьорксен / Перекл. з нім. П. Демешко та К. Макєєв: за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2011. 529 с.
      5. Крецу І. Н., Гузун М. Василик Л. Є. Підручник з крос-медіа / Іоанна Нанчіса Крецу, Міхаіл Гузун, Любов Василик. Німеччина-Румунія: Schiller Publishing House, 2015.
      6. Кривошеїн В. В. Місце і роль спін-технологій у процесі легітимації політичної влади. Бористен. № 4, 2011. С. 14-15.
      7. Лизанчук В. Просвітницька і маніпулятивна пропаганда в умовах нинішньої російсько-української війни. *Теле- та радіожурналістика.* 2018. Випуск 17. С. 22–51.
      8. Макітра Я. Маніпуляція свідомістю та політична телереклама. *Українська правда.* URL: https://www.pravda.com.ua/articles/2006/03/3/3073014/ (дата звернення: 27.08.20).
      9. Манфред М. Медіа-політика в інформаційному суспільстві / Пер. з нім. В. Климченко та В. Олійник; За ред. В. Іванова. К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2011. 286 с.
      10. Новітні медіа та комунікаційні технології: комплекс навчальних програм для спеціальностей «журналістика», «видавнича справа та редагування», «реклама та зв’язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. 412 с.
      11. Титаренко М. Комунікація від нуля. Есеї для Мані. Львів : Видавництво Старого Лева, 2019. 232 с.
      12. Шевченко В. Е Мультимедійний контент: навчальний посібник К.: ВПЦ «Київський університет», 2017. 239 с.

1. Як співпрацювати з медіа та достукатись до людей, які для вас важливі : посібник / Людмила Смоляр, Отар Довженко. Центр журналістики Київської школи економіки, 2020. 36 с.

**Інформаційні ресурси в мережі Інтернет**

1. Гугл-академія. URL: https://scholar.google.com.ua/

2. Детектор медіа. URL: https://detector.media/

3. Інститут масової інформації. URL: https://imi.org.ua/

4. Медіаграмотність. URL: https://ms.detector.media/

5. Медіакритика. URL: www.mediakrytyka.info

6. Навчальний курс МедіаДрайвер. URL: http://mediadriver.online/

7. Наукова бібліотека ДВНЗ «Ужгородський національний університет». URL: http://www.lib.uzhnu.edu.ua/

8. Наукова електронна бібліотека Національної бібліотеки ім. В. Вернадського. URL: http://www.nbuv.gov.ua/

9. Онлайн-курс «Медіаграмотність: практичні навички». Prometheus. URL: https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:CZ+MEDIA102+2018\_T3/course/

**Оцінювання знань**

Курс «Сучасні теорії масової комунікації» складається з двох змістових модулів. Знання студентів у кожному змістовому модулі оцінюються за 100-бальною шкалою. Максимум 50 балів припадає на результати опанування теоретичної частини курсу у вигляді модульних контрольних, а інші 50 – на підсумки виконання лабораторної роботи. При цьому 25 балів відводиться на участь у лабораторних заняттях, а 25 – на виконання різних творчих проєктів.

Модульні контрольні роботи складаються із завдань різного ступеня складності, які розподіляються за варіантами. Типовий приклад такого варіанту:

Варіант 1

1. Назвати основні елементи комунікативного процесу.
2. Дати визначення поняття «аудиторія».
3. Дати визначення поняття «ефективність комунікації».
4. Пояснити діяльність агітатора як професійного комуніканта.
5. Що таке дискурс? Назвати типи дискурсів.
6. Назвати ознаки масової культури.
7. «Масова комунікація» – це:

А. Система взаємозв’язків, що дозволяє отримати одночасний доступ до соціально значущих повідомлень значній кількості людей, незалежно від місця розташування, соціального статусу.

Б. Система взаємозв’язків, яка дозволяє отримати обмежений доступ до соціально значущих повідомлень великій кількості людей, незалежно від місця розташування, соціального статусу.

В. Система взаємозв’язків, що дозволяє отримати доступ до соціально значущих повідомлень малій кількості людей в залежності від місця розташування, соціального статусу.

1. Внутрішньоособистісна комунікація виникає:

А. Усередині індивідуума, якщо людина обговорює проблеми сама з собою.

Б. Усередині індивідуума, якщо людина обговорює проблеми з керівництвом.

В. Усередині індивідуума, якщо людина обговорює проблеми з групою.

1. У формі мініесе дайте відповідь на запитання: «Хто така комунікативна особистість і як нею стати?» (15 б).

Щодо творчих проєктів, вони можуть мати різний характер. Типові приклади:

1. Написати есе (5-7 сторінок друкованого тексту) на тему: «Масова комунікація у роботі журналіста».
2. Виконати дослідницький проєкт на тему: «Маніпуляції закарпатських політиків у виборчий і поствиборчий періоди (на прикладі кількох ЗМІ)».
3. Провести пресконференцію у межах університету за участі однокурсників на тему: «Масова культура – чинник формування хороших чи поганих смаків у суспільстві?»
4. Пригадати знаки, символи, міфи у масовій комунікації періоду Революції Гідності, повномасштабної війни. Написати лист-послання до нащадків з використанням цих елементів семіотики.

У цілому знання студентів оцінюються в межах загальноприйнятих норм за національною шкалою та шкалою ЄКТС:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Сума балів за всі види навчальної діяльності** | **Оцінка за національною шкалою** | |
| **для екзамену, курсового проекту (роботи), практики** | **для заліку** |
| **90-100 (А)** | **відмінно** (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок) | **зараховано** |
| **82-89 (B)** | **дуже добре** (вище середнього рівня з кількома помилками) |
| **74-81 (C)** | **добре** (у цілому правильна робота з певною кількістю значних помилок) |
| **64-73 (D)** | **задовільно** (непогано, але зі значною кількістю недоліків) |
| **60-63 (E)** | **достатньо** (виконання задовольняє мінімальні критерії) |
| **35-59 (FX)** | **незадовільно** (з можливістю повторного складання) | **не зараховано** з можливістю повторного складання |
| **0-34 (F)** | **незадовільно** (з обов’язковим повторним вивченням дисципліни) | **не зараховано** з обов’язковим повторним вивченням дисципліни |

**Перелік контрольних запитань до курсу**

**«Сучасні теорії масової комунікації»**

1. Основні елементи комунікативного процесу.
2. Комунікативний процес: виробництво, мультиплікація, розповсюдження, прийом, розпізнавання, використання інформації.
3. Забезпечення процесу комунікацій.
4. Комунікативна сфера як об’єкт комунікативної діяльності людини.
5. Комуніканти як суб’єкти комунікації.
6. Цілі і якості комунікатора.
7. Комунікативна особистість у системі соціальної комунікації.
8. Аудиторія як адресат комунікації. Об’єктивні і суб’єктивні характеристики.
9. Загальні вимоги до комунікатора і адресата (аудиторії).
10. Підбір інформації для аудиторії з урахуванням її актуальності, комунікативних норм і правил, соціальної, політичної, професійної та іншої орієнтації аудиторії.
11. Способи комунікативного впливу на аудиторію.
12. Ефективність комунікації. Зворотний зв’язок.
13. Бар’єри комунікації і шляхи їх подолання.
14. Фактори підвищення ефективності міжособистісної комунікації.
15. Поняття про дискурс.
16. Особливості функціонування дискурсу у комунікативному середовищі.
17. Теле-, радіо-, газетний дискурс та їх специфіка.
18. Театральний, літературний та кінодискурс.
19. Комунікативний дискурс у сфері реклами та PR.
20. Загальні ознаки сучасного політичного дискурсу.
21. Визначення масової комунікації за Д. де Флер та Е. Деніс, Д. Мак-Квейлом, В. Різуном, О. Чекмишевим, О. Кузнєцовою, В. Шульцом.
22. Класифікація медіа за Д. Мак-Квейлом.
23. Основні теорії масової комунікації.
24. Теорії на основі психодинамічної моделі К. Говленда.
25. Макквейлова теорія масової комунікації.
26. Моделі трансмісії.
27. Моделі ритуалу.
28. Моделі розголосу.
29. Моделі рецепції (сприймання).
30. Соціологічні й психологічні моделі комунікацій.
31. Семіотичні моделі комунікації.
32. Модель міфологічної комунікації.
33. Модель аргументуючої комунікації.
34. Модель іміджевої комунікації.
35. Модель пропагандистської комунікації.
36. Загальна типологія методів аналізу повідомлень масової комунікації.
37. Контент-аналіз текстів масової комунікації.
38. Аналіз пропагандистських повідомлень та їх інтерпретація.
39. Аналіз чуток як складової масової комунікації.
40. Методи аналізу текстів політичних лідерів.
41. Виникнення масової культури.
42. Поняття масової культури, її ознаки.
43. Елітарна, популярна і масова культура.
44. Медіакультура як продукт взаємовпливу масової культури і масової комунікації.
45. Глобалізація у мас-медіа.
46. Різновиди глобальних мас-медіа.
47. Міжнародний потік інформації.
48. Конгломерація і конвергенція у медіа.
49. Концепція «інтерактивного суспільства».
50. Журналістика в контексті нових медіа.

**Додаток**

**Схеми аналізу комунікативних актів**

*(за підручником Кашкина В. Б. Основы теории коммуникации. М.: АСТ Восток-Запад, 2007. 256 с.)*

**1. Схема первинного аналізу комунікативного акту**

***Завдання:*** *здійснити первинний аналіз комунікативного акту (події). Дати відповіді на запитання:*

*1. Хто є відправником / джерелом повідомлення (індивід або організація)?*

*2. Що є змістом повідомлення (письмового або друкованого тексту, усного мовлення, міміки, жестів, пози і просторового розташування, зображення, фільму, ролика, відеоряду, логотипу, символіки тощо) і в якій формі здійснюється комунікація?*

*3. Кому направлено повідомлення, хто є адресатом (індивід, організація, народ тощо) і який тип комунікації (міжособистісна, групова, внутрішньоорганізаційна, масова, міжкультурна)?*

*4. Яким каналом передається і приймається повідомлення (візуальний, слуховий, кінестетичний)?*

*5. Які цілі і функції комунікації у цьому випадку (вираз, звернення, повідомлення, поетична, фатична, метакомунікаційна)? Які потреби вона обслуговує?*

**Таблиця аналізу комунікативного акту**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Джерело** | **Повідомлення й форма** | **Адресат і тип** | **Канал** | **Мета й функції** |
| хто? | що повідомляє? | кому? | у який спосіб? | навіщо? |
|  |  |  |  |  |

**2. Схема типологічного аналізу комунікативного акту**

***Завдання:*** *здійснити типологічний аналіз комунікативного акту (події). Які засоби переважають у цьому повідомленні (події) і чому? Яким чином це пов'язано з типологічними характеристиками?*

**Таблиця аналізу комунікативного акту**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Джерело** | **Код** | **Форма повідомлення** | **Канали** | **Засоби комунікації** | **Види комунікації** | **Адресат** |
| індивід,  колектив-  ний відправник | вербаль-на мова,  невербальний код | письмо-ва, усна, візуаль-на, змішана | слуховий, візуаль-ний, тактиль-ний, смако-вий,  кілька каналів | природні (голос, частини тіла);  технічні (друк, шрифти, картинки, фільм, фото, графіка тощо) | основні (міжособистісна, групова, масова);  підвиди (міжкуль-турна, організаційна) | інди-від,  колек-тивний адре-сат |

**3. Схема функціонального аналізу комунікативного акту**

***Завдання****:*

*1. Здійснити функціональний аналіз комунікативного акту / події, вказати засоби виконання тієї чи іншої функції.*

*Заповнити таблицю для тієї комунікативної події, яку ви спостерігали (презентація фірми, інавгурація президента, візит іноземної делегації, продаж нового продукту, рекламне оголошення, зустріч директора школи з батьками майбутніх школярів, рекламна кампанія тощо).*

*2. Які функції домінують у цьому комунікативному акті / події (функціональний фокус комунікативного акту / події)?*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Функції** | | **Засоби** |
| 1 | Емотивна функція | Адресант безпосередньо висловлює своє ставлення до теми і ситуації: модальні слова і звороти тощо |
| 2 | Конативна функція | Увага зосереджена на адресатові: звертання й імперативи, привернення уваги, спонукання тощо |
| 3 | Референтна функція | Увага зосереджена на ситуативному контексті комунікації: об'єкті, темі, змісті дискурсу. |
| 4 | Поетична функція | Увага зосереджена на самому повідомленні |
| 5 | Фатична функція | Використання комунікативної системи для встановлення контакту, підтримки і закінчення спілкування. |
| 6 | Метакомунікативна функція | Зосередження уваги на самому коді: встановлення і опис параметрів комунікації та інтерпретації. |

**4. Схема прагматичного аналізу комунікативного акту**

***Завдання****:*

*1. Здійснити прагматичний аналіз комунікативного акту / події, вказати засоби виконання тієї чи іншої прагматичної функції.*

*2. Що ви можете сказати про наявність непрямих комунікативних актів у повідомленні (комунікативній події)? Через які типи комунікативних актів вони виражаються?*

*3. Який прагматичний фокус повідомлення (тексту, події), його основна прагматична функція?*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Прагматична функція** | **Засіб**  **(на прикладі дієслів)** | **Мета / перлокутивний ефект** |
| ***Асертив*** | *стверджувати, заперечувати, відповідати тощо* |  |
| ***Директив*** | *попросити, наказати, командувати, благати, дозволити, запросити, порадити* |  |
| ***Комісив*** | *обіцяти; давати обітницю, клятву, слово; прийняти план дій* |  |
| ***Експресив*** | *дякувати, поздоровляти, просити вибачення, співчувати* |  |
| ***Декларатив*** | *давати ім'я, хрестити, оголошувати чоловіком і дружиною, видавати указ, подавати у відставку* |  |

**5. Схема особистісного аналізу комунікативного акту**

***Завдання****: здійснити особистісний аналіз комунікативної події.*

*1. Які типологічні характеристики комунікантів?*

*Відправник (індивідуальний, колективний)*

*Одержувач (індивідуальний, колективний)*

*2. Які особистісні комунікативні характеристики учасників спілкування?*

*Тип комунікативної особистості (домінантний, мобільний, інтровертний комунікант).*

*3. Які засоби підтверджують характеристики комунікантів?*

*Вербальні (лексика, граматика, інтонація, фонетика, швидкість мовлення, ритм тощо)*

*Невербальні (одяг і прикраси, жести, міміка, положення тіла, проксеміка, тактильна комунікація).*

*Загальнокомунікативні (стратегія, тактика, комунікативна компетентність, етикет).*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Тип комуні-канта** | **Вербальні засоби** | **Невербальні засоби** | **Стратегія і тактика** |
| ***Відправник*** |  |  |  |  |
| ***Отримувач*** |  |  |  |  |

**ДЛЯ НОТАТОК**

**ЗМІСТ**

**Вступ** 3

**Частина І.**

**Тема 1.** Особливості масової комунікації та комунікативного процесу 5

**Тема 2.** Комунікатори і комуніканти як суб’єкти комунікації 6

**Тема 3.** Аудиторія в масовій комунікації 7

**Тема 4.** Сучасний комунікативний дискурс 9

**Тема 5.** Функціональний аналіз комунікативної діяльності 10

**Тема 6.** Ефективність комунікації 11

**Частина ІІ.**

**Тема 1.** Комунікологія в сучасних наукових дослідженнях 13

**Тема 2.** Класичні та сучасні теорії масової комунікації 14

**Тема 3.** Моделі масової комунікації: теоретичний і прикладний аспекти 15

**Тема 4.** Методи аналізу повідомлень масової комунікації 17

**Тема 5.** Масова комунікація та індустрія культури 18

**Тема 6.** Сучасні тенденції в масовій комунікації 19

**Список літератури до курсу** 21

**Оцінювання знань** 25

**Перелік контрольних запитань до курсу**  28

**Додаток. Схеми аналізу комунікативних актів** 31