Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет історії та соціальних наук
Кафедра політології та міжнародних відносин

Назва дисципліни	**Теорія масової комунікації**
Освітня програма	**Для всіх ОП**
Компонент освітньої програми	**Вибірковий**
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	**3 кредити / 90 годин**
Вид підсумкового контролю	**Залік**
Мова викладання	**Українська**
Викладач	**Вівчар Інна Володимирівна, кандидат політичних наук, доцент.**
CV викладача на сайті кафедри	
E-mail викладача	**inna.vivchar@rshu.edu.ua**

Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета: ознайомити студентів з основами теорії масового спілкування та інформації, сформулювати уявлення про масову комунікацію як середовище, в якому працюють різні фахівці (професійні комуніканти) за законами цього середовища та про інформацію як відомості про будь-що.

Зміст навчальної дисципліни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1

Масова комунікація як діяльність. Основи теорії інформації

ТЕМА 1. Масова комунікація як сфера професійної діяльності. Поняття інформації.

Сутність понять “комунікація” та “інформація”. “Інформація” і “масова інформація” – види, способи виробництва, напрямки передачі. Розрізнення типів комунікації (кількісні та якісні показники). Види інформації. Масова комунікація, її місце в системі комунікації. Місце ЗМІ в системі масової комунікації. Можливості вивчення масової комунікації. Основи теорії інформації.

ТЕМА 2. Масовість інформації та комунікації

Історичний розвиток масової комунікації його етапи. Фази процесу комунікації (докомунікативна, комунікативна, посткомунікативна). Загальні властивості інформації. Моделі масової комунікації. Зміна уявлень про елементи процесу комунікації від Аристотеля до наших днів. Поняття комунікативної ролі. Розподіл комунікативних ролей.

ТЕМА 3. Види й потоки інформації в суспільстві

Види суспільств з позиції циркулювання в них інформації. Основні види інформації в суспільстві. Мова як основний засіб кодування й передачі інформації. Системи письма: традиційна і спеціальні системи письма. Основні потоки інформації в інформаційному суспільстві.

ТЕМА 4. Масова комунікація як специфічний різновид комунікації

Сутність медіа-орієнтованих та соціально-орієнтованих підходів до масової комунікації. Можливості вивчення масової комунікації в світлі: а) традиційних підходів; б) загальнотеоретичних підходів; в) прикладних підходів; г) філологічних підходів; д) соціально-психологічних підходів.

Сутність деяких сучасних теорій масової комунікації та діяльності ЗМІ: а) теорія акумуляції; б) теорія медіа ефектів; в) теорія ін'єкцій; г) теорія магічної кулі; д) теорія відкривання та закривання е) теорія згортання матеріалів преси ж) теорія вільної преси з) теорія соціальної відповідальності і) теорія "третьої хвилі".

ТЕМА 5. Типологія комунікації

Одиниці аналізу комунікації. Типологія засобів і форм комунікації. Комунікативний простір. Комунікативний процес, його складові. Комунікативне середовище і сфери комунікації. Методи аналізу комунікації.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2

Моделі масової комунікації та прикладні моделі комунікації

ТЕМА 6. Моделі масової комунікації та інформації

Лідери громадської думки. Пропагандистські моделі. Контрпропагандистські моделі. Модель «спіралі мовчання». Модель телевізійної комунікації.

ТЕМА 7. Прикладні моделі комунікації та інформації

Релігійна комунікація. Ділова комунікація. Психоаналіз і психотерапія. Рекламна комунікація. Риторика. Теорія аргументації. Написання промов і професія «спічрайтера».

ТЕМА 8. Моделі аналізу комунікації: теоретичний аналіз розвитку системи масової комунікації. Моделі трансляції інформації

Контент-аналіз продукції масової комунікації. Політичний текст у комунікативному просторі. Рекламний текст у комунікативному просторі. Іміджові матеріали і ПР. Аналіз чуток. Виявлення ознак трансляційності, цілісності, континуальності, процесуальності в тестах обраного типу.

ТЕМА 9. Організація інформації та ефективного спілкування в масовій комунікації

Складові комунікативного простору. Поняття комунікативної мети, стратегії. Поняття комунікативного досвіду, навичок. Поняття комунікативної особистості, ролі. Комунікативна компетенція комуні канта. Етноспецифічність як фактор ефективної комунікації.

ТЕМА 10. Вплив масмедійної інформації як трансформація свідомості аудиторії: особливості і проблеми вимірювання

Вплив телебачення на трансформацію свідомості аудиторії (теорія симулякрів Ж. Бодрійяра). Типи трансформації свідомості під впливом мас-медіа. Телебачення як комунікація? Впливу мас-медіа на аудиторію: синергетичні прогнози на майбутнє. Мас-медіа як ізолятор аудиторії. Мас-медіа як сцена (вплив телебачення та інтернет в теорії Ю. Габермаса). Необмежена свобода слова для масмедіа як інмутація поведінки суспільства.