

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА
ФАКУЛЬТЕТ ІНФОРМАЦІЙНИХ І ПРИКЛАДНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

В. Ю. Василенко

ТЕОРІЯ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Тематика лекційних, практичних занять, завдань
для позааудиторної роботи для здобувачів вищої освіти
спеціальності 061 (С7) Журналістика ОП «Журналістика»

Вінниця
2025

УДК 316.774:070(076.5)

Т 338

*Затверджено вченою радою
факультету інформаційних і прикладних технологій
Донецького національного університету імені Василя Стуса
(протокол № 4 від 24.10.2025)*

Укладач:

Валерія ВАСИЛЕНКО, кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики та соціальних комунікацій Донецького національного університету імені Василя Стуса.

Рецензенти:

Ірина АВРАМЕНКО, медіаекспертка Інституту демократії імені Пилипа Орлика;

Наталія СТЕБЛИНА, доктор політичних наук, професор кафедри журналістики та соціальних комунікацій ДонНУ імені Василя Стуса.

Т 338 Теорія масових комунікацій: тематика лекційних, практичних занять, завдань для позааудиторної роботи для здобувачів вищої освіти ОС «Бакалавр» спеціальності 061 (С7) Журналістика ОП «Журналістика» / уклад.: В. Ю. Василенко. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2025. 20 с.

У виданні розкрито специфіку, основні напрями, мету, визначено основні завдання, з'ясовано зміст і порядок організації навчального процесу за дисципліною «Теорія масових комунікацій», визначено тематику практичних занять і запропоновано завдання для самоперевірки та позааудиторної роботи, обґрунтовано критерії оцінювання.

Рекомендовано для здобувачів вищої освіти денної форми навчання ОС «Бакалавр» спеціальності 061 Журналістика освітньої програми «Журналістика».

УДК 316.774:070(076.5)

© Василенко В. Ю., 2025

© ДонНУ імені Василя Стуса, 2025

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Тематика лекційних занять.....	6
Зміст програми практичних занять.....	8
Завдання для позааудиторної самостійної роботи.....	11
Тести для самоконтролю	13
Перелік питань для підготовки до іспиту	15
Список рекомендованих джерел.....	19

ВСТУП

ОК «Теорія масової комунікації» є дисципліною професійної та практичної підготовки (фахова), формує компетентності та результати навчання, які відповідають змісту та фокусу освітньої програми «Журналістика».

Метою вивчення навчальної дисципліни є вивчення природи масової комунікації як комплексного явища задля врахування медіаефектів і впливів на маси у професійній діяльності журналіста.

Завдання навчальної дисципліни:

- 1) зрозуміти зміст основних теорій та моделей масової комунікації;
- 2) знати особливості впливу ЗМК на масу, розуміти зміст медіаефектів;
- 3) вміти ефективно використовувати теорії масової комунікації у професійній діяльності.

Взаємозв'язок із іншими навчальними дисциплінами. Дисципліна «Теорія масової комунікації» є концептуальним підґрунтям для розуміння функціонування сучасних медіа, комунікативних процесів та їх впливу на суспільство. Її зміст узгоджений з такими курсами: «Основи журналістики» – надають базові знання про структуру журналістської діяльності, види ЗМІ, жанри та підходи до висвітлення інформації. Теорія масової комунікації поглиблює ці знання шляхом аналізу механізмів впливу медіа на аудиторію та суспільство загалом; «Історія медіа» – висвітлює еволюцію засобів масової інформації, розвиток комунікаційних технологій і трансформацію публічної сфери. Цей історичний контекст дає змогу глибше зрозуміти виникнення і розвиток ключових теорій масової комунікації; «Соціальна філософія (медіа та комунікації)» – формує світоглядне бачення ролі комунікації у суспільному бутті, підкреслює ціннісні, етичні та онтологічні аспекти інформаційного обміну. Взаємозв'язок із філософією дає змогу осмислити глибинні смисли масової комунікації та її вплив на формування громадської думки; «Політологія» – надає знання про політичні інститути, ідеології та механізми влади, які нерозривно пов'язані з масовими комунікаціями. Теорії пропаганди, маніпуляції, побудови дискурсу й інформаційної політики мають спільне поле дослідження з політологією.

За результатами вивчення дисципліни треба очікувати такі:

• **Інтегральна компетентність:**

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов.

• **Загальні компетентності здобувачів вищої освіти:**

– Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності (ЗК02).

– Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя (ЗК10).

- **Спеціальні компетентності здобувачів вищої освіти:**

- Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності (СК01).

- **Результати навчання здобувачів вищої освіти:**

- Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції (ПР02).

- Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень (ПР10).

- Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікаційних наук (ПР13).

ТЕМАТИКА ЛЕКЦІЙНИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль 1

Поняття про масову комунікацію, її роль у суспільно-політичному житті

Тема 1

Загальне визначення масової комунікації, її мета, цілі, типи, завдання та функції

1. Поняття масової комунікації та її відмінність від інших типів комунікації.
2. Основні цілі та завдання масових комунікаційних процесів.
3. Типологія масової комунікації: традиційна, електронна, цифрова.
4. Функції масової комунікації у суспільстві: інформаційна, інтегративна, виховна, маніпулятивна.

Тема 2

Канали соціальної комунікації

1. Класифікація каналів комунікації (вербальні, невербальні, медіаканали).
2. Особливості масових каналів комунікації: преса, радіо, телебачення, інтернет, соціальні мережі.
3. Поняття «ключового комунікатора» та його роль у сучасному медіапросторі.

Тема 3

Моделі масової комунікації

1. Класичні моделі: модель Лассвелла, модель Шеннона–Вівера, модель Шрамма.
2. Європейські концепції: «двоступенева модель», «спіраль мовчання», «agenda-setting».
3. Сучасні моделі: інтерактивні, мережеві, цифрові.
4. Переваги та обмеження різних моделей у практиці журналістики.

Тема 4

Масовий вплив як комунікаційний процес

1. Сутність поняття «масовий вплив».
2. Механізми формування громадської думки.
3. Засоби маніпуляції свідомістю аудиторії.
4. Межа між інформаційним впливом, переконанням і пропагандою.

Змістовий модуль 2

Особливості та специфіка масової комунікації

Тема 5

Комунікативні технології пропаганди

1. Історичні форми та сучасні інструменти пропаганди.
2. Пропагандистські технології: апеляція до емоцій, повтор, маніпуляція символами, створення стереотипів.

3. Відмінність пропаганди від реклами та PR.
4. Приклади пропагандистських кампаній у XX–XXI ст.

Тема 6

Основні школи досліджень масової комунікації

1. Чиказька школа соціології та комунікацій.
2. Франкфуртська школа та критичні дослідження медіа.
3. Британські культурологічні студії.
4. Порівняння європейських і американських підходів до вивчення масової комунікації.

Тема 7

Теорії масової комунікації

1. Гіподермічна теорія (теорія «голки»).
2. Теорія обмеженого ефекту медіа.
3. Теорія «agenda-setting».
4. Теорія «фреймінгу».
5. Теорія «культивації» (G. Gerbner).
6. Сучасні підходи: мережеві та цифрові теорії комунікації.

Тема 8

Професійні комунікатори.

Основні технології масово-комунікаційного впливу

1. Поняття професійного комунікатора: журналіст, редактор, PR-менеджер, блогер.
2. Характеристика «ключового комунікатора» та його функції.
3. Технології впливу: маніпуляція, переконання, іміджмейкінг, дезінформація.
4. Використання стереотипів, символів, архетипів у медіа.
5. Межа між етикою та маніпуляцією.
6. Приклади з політичних і медійних практик.

Тема 9

Ефекти масової комунікації

1. Поняття «ефекти медіа» та їх класифікація.
2. Класичні ефекти: «голки», двоступенева комунікація, культивация, «спіраль мовчання».
3. Сучасні ефекти: agenda-setting, framing, праймінг, ефекти цифрових медіа (інформаційні бульбашки, «ехо-камери»).
4. Механізми впливу на індивіда й соціальні групи.
5. Проблема відповідальності ЗМІ за наслідки медіаефектів.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Тема 1

Загальне визначення масової комунікації, її мета, цілі, типи, завдання та функції

Завдання

1. Навести конкретний приклад переходу даних у знання в інформаційній піраміді «дані – інформація – знання».
2. Навести приклади ситуацій, коли в процесі комунікації зворотний зв'язок не є обов'язковим елементом.

Тема 2

Канали соціальної комунікації

Завдання

1. Виділити основні інструменти реалізації масової комунікації.
2. Визначити, який з інструментів є найефективнішим у сучасному суспільстві, та аргументувати відповідь.
3. Представити особливості використання професійних прийомів «ключового комунікатора».

Тема 3

Моделі масової комунікації

Завдання

1. Представити аналіз та доречність використання різних каналів комунікації (на прикладі не менше трьох інтерв'ю).
2. Обрати одну-дві моделі масової комунікації, охарактеризувати їх та навести приклади застосування.
3. Підготувати презентацію з візуалізацією обраної моделі (схема, діаграма або інфографіка).

Тема 4

Масовий вплив як комунікаційний процес

Завдання

1. Підготувати модульну контрольну роботу у формі тестових і відкритих запитань.
2. Проаналізувати приклади сучасних інформаційних кампаній (новини, пости, відео) на предмет їх впливу на масову свідомість.
3. Визначити межу між переконанням, пропагандою та маніпуляцією (приклади з сучасних українських медіа).

Тема 5
Комунікативні технології пропаганди
Завдання

1. Обрати або знайти приклад медіатексту (відео, стаття, пост у соцмережах, політична реклама, інфографіка), який містить ознаки пропаганди.
2. Провести аналіз повідомлення за такими критеріями:
 - Хто є джерелом / відправником повідомлення?
 - Яка цільова аудиторія?
 - Які емоції викликає повідомлення?
 - Які образи, символи, стереотипи використано?
 - Які технології / прийоми пропаганди застосовано? (повтор, апеляція до страху, «свій / чужий», виривання з контексту, демонізація тощо).
3. Представити результати у вигляді презентації.

Тема 6
Основні школи досліджень масової комунікації
Завдання

1. Обрати одну зі шкіл досліджень соціальної комунікації (Чиказьку, Франкфуртську, Британську культурологічну) та охарактеризувати її.
2. Визначити представників обраної школи та їхній внесок у розвиток теорії комунікації.
3. Підготувати презентацію з аналізом прикладів досліджень.

Тема 7
Теорії масової комунікації
Завдання

1. Обрати одну з теорій масової комунікації («гіподермічна голка», «agenda-setting, framing», «культивація» тощо).
2. Розкрити її сутність і застосування на прикладі конкретного медіатексту.
3. Підготувати мультимедійну презентацію з прикладами.

Тема 8
Професійні комунікатори.
Основні технології масово-комунікаційного впливу
Завдання

1. Визначити ключові риси професійного комунікатора (журналіста, редактора, PR-менеджера).
2. Навести приклади використання технологій масового впливу у сучасних українських чи зарубіжних медіа.
3. Підготувати есе на тему «Межа між професійною журналістикою та маніпуляцією».

Тема 9
Ефекти масової комунікації
Завдання

1. Навести приклади прояву класичних медіаефектів («спіраль мовчання», «культиваци́я», «agenda-setting»).
2. Проаналізувати, які ефекти характерні для соціальних мереж («інформаційні бульбашки», «ехо-камери»).
3. Підготувати коротке повідомлення (3–5 хв) про вплив конкретного ефекту масової комунікації на сучасне українське суспільство.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПОЗААУДИТОРНОЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Самостійна робота здобувачів вищої освіти є важливим складником вивчення дисципліни «Теорія масової комунікації» і спрямована на закріплення, поглиблення та систематизацію знань, здобутих під час лекційних і практичних занять.

Виконання завдань позааудиторної самостійної роботи передбачає:

- опрацювання рекомендованої літератури;
- аналіз медіатекстів та практичних кейсів;
- підготовку есе, повідомлень та мультимедійних презентацій;
- виконання індивідуальних та групових проєктів.

Завдання за темами

Тема 1

Загальне визначення масової комунікації, її мета, цілі, типи, завдання та функції

1. Опрацювати лекційний матеріал і рекомендовану літературу.
2. Підготувати короткий конспект про функції масової комунікації у сучасному суспільстві.

Тема 2

Канали соціальної комунікації

1. Дослідити один із сучасних каналів комунікації (ТБ, радіо, онлайн-медіа, соцмережі) та підготувати приклади його використання у професійній журналістиці.
2. Написати есе «Роль соціальних мереж у формуванні громадської думки».

Тема 3

Моделі масової комунікації

1. Порівняти дві моделі масової комунікації (на вибір здобувача) та підготувати таблицю з їх перевагами й обмеженнями.
2. Підготувати схему (інфографіку), що візуалізує обрану модель.

Тема 4

Масовий вплив як комунікаційний процес

1. Опрацювати приклади медіакампаній і проаналізувати їх вплив на аудиторію.
2. Написати коротке повідомлення (2–3 сторінки) на тему «Межа між інформаційним впливом і маніпуляцією».

Тема 5

Комунікативні технології пропаганди

1. Обрати медіатекст з ознаками пропаганди та провести його письмовий аналіз (за поданими критеріями).
2. Підготувати мультимедійну презентацію з прикладами історичних і сучасних форм пропаганди.

Тема 6

Основні школи досліджень масової комунікації

1. Написати есе про внесок однієї з комунікаційних шкіл у розвиток сучасної журналістики.
2. Підготувати коротку доповідь (5–7 хв) про відмінності між європейськими та американськими підходами у дослідженні масової комунікації.

Тема 7

Теорії масової комунікації

1. Обрати одну теорію масової комунікації та підготувати приклад її застосування на основі сучасних українських або зарубіжних ЗМІ.
2. Скласти словник ключових термінів за обраною теорією.

Тема 8

Професійні комунікатори.

Основні технології масово-комунікаційного впливу

1. Написати есе на тему «Ключовий комунікатор у сучасному суспільстві: журналіст, блогер чи лідер думок?».
2. Проаналізувати приклади використання маніпулятивних технологій у медіа та оцінити їх вплив на аудиторію.

Тема 9

Ефекти масової комунікації

1. Скласти таблицю з класифікацією ефектів масової комунікації (класичні та сучасні).
2. Підготувати мінідослідження (3–4 сторінки) на тему «Ефекти масової комунікації у цифрову добу: «інформаційні бульбашки» та «ехо-камери».

ТЕСТИ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Хто з науковців запропонував модель комунікації у вигляді формули «Хто? Що? Кому? Яким каналом? З яким ефектом?»

- а) Г. Лассвелл;
- б) К. Шеннон;
- в) М. Маклюен;
- г) Е. Ноель-Нойман.

2. Яка функція масової комунікації полягає у формуванні громадської думки та контролі за владою?

- а) інтегративна;
- б) інформаційна;
- в) контрольна;
- г) розважальна.

3. Модель «спіралі мовчання» належить:

- а) Е. Ноель-Нойман;
- б) М. Маклюену;
- в) Г. Гербнеру;
- г) У. Ліпману.

4. Яка теорія передбачає, що медіа здатні встановлювати порядок денний суспільства?

- а) agenda-setting;
- б) культивацийна;
- в) гіподермічної голки;
- г) фреймінгу.

5. Що є головним елементом моделі Шеннона–Вівера?

- а) повідомлення;
- б) канал;
- в) ефект;
- г) фрейм.

6. Ефект культивациї пояснює:

- а) формування поведінкових установок через телебачення;
- б) виникнення «ехо-камер» у соцмережах;
- в) домінування тем у суспільному порядку денному;
- г) вибіркоче сприйняття інформації.

7. Хто з учених пов'язаний із дослідженням «двоступеневої комунікації»?

- а) П. Лазарсфельд;
- б) Е. Ноель-Нойман;

- в) М. Маклюен;
- г) Г. Лассвелл.

8. Який із наведених прикладів є ознакою маніпуляції у ЗМІ?

- а) надання різних поглядів;
- б) використання емоційно забарвленої лексики;
- в) баланс експертних думок;
- г) пряме цитування джерела.

9. Основною характеристикою професійного комунікатора є:

- а) використання виключно цифрових медіа;
- б) уміння впливати на масову свідомість;
- в) нейтральність і відстороненість;
- г) анонімність у комунікації.

10. До сучасних ефектів масової комунікації належить:

- а) теорія патристики;
- б) agenda-setting;
- в) аннали;
- г) софістика.

11. Що таке «фреймінг» у масовій комунікації?

- а) використання повтору для впливу;
- б) вибір певної рамки інтерпретації подій;
- в) використання лідерів думок;
- г) приховування джерела інформації.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ІСПИТУ

1. Загальне визначення масової комунікації. Моделі масової комунікації.
2. Періоди становлення та трансформації масової комунікації.
3. Ознаки, форми та види масової комунікації.
4. Масифікація. Роль ЗМК у масифікації.
5. Поняття та ознаки масової аудиторії.
6. Професійні комуніканти: сутність, види, ознаки.
7. Масово-комунікаційні технології. Нові комунікаційні технології.
8. Методи масово-комунікаційного впливу. Види ефектів у масовій комунікації.
9. Шість теорій преси (нормативні теорії преси та теорії Д. Мак-Квейла).
10. Теорія «порядок денний», або теорія визначення пріоритетності новин. Gatekeeper model в теорії масової комунікації.
11. Теорія комунікативної дії Ю. Габермаса.
12. Лінійна теорія Г. Лассвела. Теорія пропаганди. Теорія змови, або теорія «пропагандиська модель».
13. Теорія технологічного детермінізму (розширення відчуття) Маклюєна.
14. Соціально-когнітивна теорія та теорія соціального навчання А. Бандури.
15. Теорія «спіраль мовчання» Е. Ноель-Нойманн.
16. Масифікація та демасифікація в теорії Е. Тоффлера.
17. Теорія фреймінгу. Створення фреймів та рефреймінг у медіа.
18. Теорія медійної залежності. Мертон і Лазерфельд про наркотизацію соціуму з боку медіа.
19. Теорія медійної грамотності. Інформаційна безпека та методи інформаційного захисту споживача.
20. Теорія праймінгу та її використання сучасними медіа.
21. Інформаційна війна: види, основні теорії, сучасні виміри.
22. Теорія смислової війни Георгія Почепцова.
23. П. Бурдьє: теорія сучасних медіа та ролі телебачення в них.
24. Ж. Бодрійяр та його теорія масової комунікації як міфології споживання.
25. Семантичні теорії масової комунікації. Модель рецепції (сприймання): кодування й декодування висловлювання.
26. Теорії використання і задоволення. Роль телебачення в соціалізації індивіда.
27. Теорія медійної гегемонії. Медіа як четверта влада. Медіакратія.
28. Конвергентна теорія сучасних медіа.
29. Сучасні плюси та загрози нових медіа.
30. Маніпуляції засобами масової комунікації: основні види та способи захисту аудиторії.

Підсумкова форма контролю – іспит або індивідуальне творче завдання у вигляді двох робіт: написання наукового есе та наукова робота здобувача вищої освіти з дисципліни у вигляді написання тез або проходження курсів за тематикою дисципліни та отримання сертифікатів про успішне проходження. Загальна

підсумкова оцінка з навчальної дисципліни виставляється відповідно до методики накопичення балів за результатами поточного та підсумкового контролю.

Критерії оцінювання іспиту

Екзаменаційний білет складається з трьох питань, кожне з яких оцінюється по 10 балів (разом 30 балів).

Відповідь має відповідати п'яти критеріям (кожен по 2 бали, разом 10):

- повнота розкриття питання;
- логіка викладу, культура мовлення;
- впевненість, емоційність і аргументованість;
- аналітичні міркування;
- уміння робити порівняння, висновки.

АЛЬТЕРНАТИВА ІСПИТУ

Наукове есе (10 балів)

Суть наукового есе – обґрунтування певної позиції чи ідеї за допомогою фактів із надійних джерел та думок експертів, створення дискурсу на ту чи іншу тему.

Вимоги до написання:

1. Чітка структура. Есе повинно мати чітку структуру. Це стосується як поділу тексту на вступ, основну частину та висновок, так і структури абзацу та речення.

План:

– вступ (формування теми, визначення її актуальності, структура побудови теми, перехід до основного судження);

– основна частина (формування суджень і аргументів, які висуває автор (2–3 шт.). Докази, факти, приклади на підтримку авторської позиції;

– висновок.

2. Обґрунтування тези. Кожне есе повинне мати тезу (thesis statement) – чітко сформульовану і дискусійну основну думку, а кожна ідея та факт наведений у есе повинен відповідно обґрунтовувати цю тезу.

3. Розмір: від 2 до 5 сторінок формату А4.

4. Оформлення:

– шрифт Times New Roman, розмір 14 пунктів, інтервал 1,5, формат А4, береги: лівий – 30 мм, верхній і нижній – 20 мм, правий – 10 мм;

– максимально допустимий відсоток запозичення – 15 %;

– у разі використання джерел, обов'язкове посилання на них (оформлення за ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання»);

Критерії оцінювання есе (з максимальною кількістю балів за відмінне виконання – 10 балів):

– дотримання технічних вимог до оформлення – 1 бал;

– дотримання структури есе (вступ, основна частина з аргументацією та авторські висновки) – 1 бал;

– розкриття теми, креатив, авторський погляд, творчий підхід – 4 бали;

– аргументованість викладу матеріалу (використання думок експертів, використання реальних кейсів, статистичних матеріалів тощо – з посиланням на джерело) – 4 бали.

Наукова робота (20 балів)

Наукова робота – це участь у конференції та опубліковані протягом вивчення курсу тези за тематикою дисципліни. Альтернативним завданням може вважатись проходження курсів (мінімум двох) на онлайн-платформах (Coursera, Prometheus, MOOC, EdEra) за тематикою дисципліни та отримання сертифікатів про успішне проходження.

Підготовка тез наукової доповіді є першою спробою здобувача вищої освіти виявити свої здібності до науково-дослідної діяльності. **Тези** (від гр. *tess* – «положення, твердження») – це коротко, точно, послідовно сформульовані ідеї, думки, положення наукової доповіді, повідомлення, статті або іншої наукової праці. Вони містять матеріали, положення, категорії, які автор вперше вводить у науковий обіг. Обсяг тез становить зазвичай 2–3 сторінки друкованого тексту через інтервали 1–1,5. Можливий і інший обсяг, якщо його визначають організатори конференції або семінару, на яких автор збирається виступати з доповіддю чи повідомленням.

Критерії оцінювання тез:

- гармонійність – 2 бали;
- ступінь розкриття предмета дослідження – 4 бали;
- оригінальність теми роботи – 2 бали;
- наявність узагальнень альтернативних теоретичних підходів у межах досліджуваної проблеми – 2 бали;
- обсяг та якість опрацьованих інформаційних джерел – 2 бали;
- наявність і обґрунтованість авторських розробок або пропозицій за досліджуваною проблемою, ступінь їх теоретичної значущості та практичної цінності – 8 балів.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основна література

1. Квіт С. Масові комунікації. Друге видання, виправлене і доповнене. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с.
2. Лебон Г. Психологія мас / пер. з англ. Я. Мишанича. Київ: Анронум, 2021. 138 с.
3. Лукашевич М., Шандор Ф. Соціологія масової комунікації. Київ: Знання, 2015. 367 с.
4. Носке Г. Журналістика: що треба знати та вміти: кн. для читання та підручник; пер. з нім. В. Климченка. Київ: Академія української преси, 2017. 312 с.

Допоміжна література

1. Гончарук-Чолач Т., Джугла Н. Теорія та практика політичної пропаганди: практичний посібник. Київ: Ліра-К, 2020. 254 с.
2. Городенко Л., Цимбаленко Є., Гащенко І. Соціально-комунікаційні технології розбалансування у соціальних мережах. *Evropsky politicky a pravni diskurz*. 2018. № 5. С. 210–216.
3. Романовська О. О., Романовська Ю. Ю., Романовський О. О. Досвід вищої освіти Сполучених Штатів Америки ХХ–ХХІ ст. Кн. 3. Особливості інноваційного розвитку сфери вищої освіти США другої половини ХХ – початку ХХІ ст. Київ: НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. 248 с.
4. Суська О. Мотиваційна парадигма інформаційного вибору за умов персоніфікації медіа-комунікативного простору. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2016. № 2. С. 141–150.
5. Холод О. Інмутація суспільства під впливом інмутації масової комунікації. *Медіанпростір*. 2015. № 8. С. 35–41.

Інформаційні ресурси

1. Квіт С. М. Масові комунікації. *Політологія бібліотека*. 2018. URL: https://www.academia.edu/44950226/Масові_комунікації (дата звернення: 22.06.2025).
2. Почепцов Г. *Детектор медіа*. 2020. URL: <https://ms.detector.media/authors/9/> (дата звернення: 22.06.2025).
3. Бібліотека масової комунікації та медіаграмотності. *Академія Української Преси*. URL: <https://www.aup.com.ua/category/library/> (дата звернення: 22.06.2025).

Навчальне видання

Василенко Валерія Юріївна

ТЕОРІЯ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Тематика лекційних, практичних занять, завдань
для позааудиторної роботи для здобувачів вищої освіти
спеціальності 061 (С7) Журналістика ОП «Журналістика»

Редактор О. А. Солдатова
Технічний редактор Т. О. Важеніна-Гопрак

Підписано до друку 17.12.2025
Формат 60×84/16. Папір офсетний.
Друк – цифровий. Умовн. друк. арк. 1,16.
Тираж 30. Зам. 115.

Донецький національний університет імені Василя Стуса
21021, м. Вінниця, 600-річчя, 21.
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру
серія ДК № 5945 від 15.01.2018