

**Перелік питань для підготовки до диференційованого заліку
з дисципліни «Масова інформація та комунікація»**

1. Теорія комунікації в системі наук. Історичні етапи розвитку теорії масової комунікації.
2. Характеристика понять: комунікація, соціальні комунікації, масова комунікація, інформація, масова інформація.
3. Генезис масових комунікацій. Комунікативні революції.
4. Витоки і основні парадигми теорії комунікації. Основні теорії масової комунікації.
5. Становлення вітчизняної наукової школи масової комунікації.
6. Масова комунікація як явище. Функції масової комунікації.
7. Поняття «маса», «масове суспільство». Структура масової комунікації.
8. Види, форми і формати масової комунікації. Фактори масової комунікації.
9. Поняття мас у системі комунікації. Види мас.
10. Види мас. Стихійні і штучні маси.
11. Ознаки мас. Фази існування мас.
12. Натовп і публіка.
13. Масова аудиторія.
14. Настрої, думки, свідомість та поведінка мас.
15. Інформація як основний елемент комунікаційних систем.
16. Визначення та властивості інформації.
17. Канали передачі та носії інформації.
18. Масова інформація як різновид соціальної інформації: природа, ознаки.
19. Види та функції масової інформації в масовокомунікаційній діяльності.
20. Інформаційне суспільство: визначення поняття, ознаки.
21. Специфічні властивості масової інформації.
22. Масова інформація та процес її сприйняття.
23. Суспільні ролі та функції масової інформації.
24. Поняття про масовокомунікаційний вплив, його сутність, основні ознаки.
25. Масовий вплив як комунікаційний процес. Соціальні технології.
26. Ефективність масовокомунікаційного впливу. Ефекти в масовій комунікації.
27. Види масовокомунікаційного впливу. Види масовокомунікаційного впливу.
28. Засоби, методи, техніки масовокомунікаційного впливу.
29. Масове зараження, його характеристика.
30. Механізм керування масами. Етапи керування.
31. Медіа-освіта та медіа-грамотність як інформційно-психологічний захист аудиторії від негативного впливу мас-медіа.
32. ЗМІ як суспільний інститут. Суспільні ролі масової інформації як засобу масової комунікації.
33. Критерії свободи ЗМІ та проблеми медіа-виховання аудиторії.
34. Функції ЗМІ в тоталітарних та демократичних суспільствах.
35. Культура споживання масової інформації.
36. Масова інформація як інструмент впливу в масовокомунікаційній діяльності.
37. Технології масовокомунікаційного впливу.
38. Інтернет як засіб масової комунікації.
39. Види масовокомунікаційних технологій. ПР-технології.
40. Рекламні технології.
41. Іміджеві технології.

42. Пропагандистські технології.
43. Технології проектування та зміни соціального простору.
44. Ознаки технології масового впливу в рамках концепту «четверта влада» (переконання, безапеляційність, преференційність, симуляція тощо).
45. Кризові комунікації.
46. Інформаційні війни як комунікаційна технологія.
47. Технології нових медіа як протипага масовокомунікаційним технологіям.
48. Масова комунікація в умовах цифрового суспільства.
49. Концептуальні основи впливу в масовій комунікації. Поняття ефективності масової комунікації.
50. Неefективна комунікація. Причини зниження ефективності комунікації.
51. Міфологічна комунікація та її функції у системі комунікаційних процесів.
52. Технології політичних комунікацій. Класифікація видів пропаганди.
53. Спін-доктор у системі політичних комунікацій, його функції.
54. Глобалізація систем масової комунікації.
55. Професійні комуніканти в системі масової комунікації. Типи комунікантів у масовій комунікації.
56. Інформаційне поле держави. Структура, суб'єкти та функції інформаційного поля держави.
57. Перепони для процесу масової комунікації.
58. Генеза теорій масових і соціальних комунікацій та інформації у XX-XXI ст.
59. Вплив мас-медійної інформації як трансформація свідомості аудиторії.
60. Феномен масової свідомості та громадської думки. Масова поведінка.