

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Филологический факультет
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ
проректор

_____ П.А. Машаров
«16» апреля 2026 г.
МП

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ТЕОРИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Укрупненная группа направлений подготовки	42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело
Программа высшего образования	Программа бакалавриата
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы	Реклама и связи с общественностью
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очная, заочная

Рабочая программа может быть адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2026

Рабочая программа дисциплины **«Теория массовых коммуникаций»** для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль: Реклама и связи с общественностью) составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 года №512 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2026 года.

Разработчик:
профессор кафедры журналистики,
д.н. по соц. ком., доц.

И.М. Артамонова

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры журналистики.
Протокол от 27.03.2026 г. № 8

Заведующий кафедрой

И.М. Артамонова

СОГЛАСОВАНО:

Декан филологического факультета
15.04.2026 г.

Н.А. Ярошенко

Учебно-методическая комиссия филологического факультета
Протокол от 15.04.2026 г. № 4.
Председатель

А.Н. Стебунова

Руководитель основной образовательной
программы, д-р наук по соц. ком., доц.
14.04.2026 г.

И.М. Артамонова

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы бакалавриата: Теория журналистики, Введение в специальность, Журналистский практикум: телевидение, Журналистский практикум: Интернет-СМИ.

1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

при написании выпускной квалификационной работы.

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль: Реклама и связи с общественностью)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.Б. 37. Теория массовых коммуникаций
Часть образовательной программы	Базовая часть
Количество зачетных единиц / всего часов	4/ 144

В случае предъявления от обучающегося или его родителя (законного представителя) заявления на обучение по адаптированной образовательной программе высшего образования, подкрепленного заключением психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) или медико-социальной экспертизы (МСЭ) с рекомендациями создания индивидуальной программы реабилитации и абилитации (ИПРА), данная рабочая программа может быть адаптирована с учетом индивидуальных особенностей здоровья обучающегося.

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	3	6	34	-	34	76	144	экзамен
Заочная	3	6	8	-	6	130	144	экзамен

3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины «Теория массовых коммуникаций» – выявить место и социальную роль МК в современном мире. Рассмотреть содержание и эвристические возможности структурно-функциональных подходов к анализу МК. Рассмотреть теории и модели МК, выявить специфику социальной точки зрения на МК

Задачи курса:

- сформировать практические навыки рассмотрения МК как социальной системы, выполняющей широкий спектр социальных функций;
- исследовать эвристические возможности концептуальных построений медиа, в основе которых лежат системно-структурные представления.

**4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ
ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ
И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ**

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знает: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Умеет: применять в профессиональной деятельности совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Владеет: навыком применения в профессиональной деятельности совокупностей политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
		Знает: свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы Умеет: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы Владеет: навыком осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
Раздел 1. Массовая коммуникация как теоретический объект	
Тема 1. Коммуникация как	Массовая коммуникация. Основные

объект исследования. Основные переходные периоды в истории человеческой коммуникации.	особенности mass communication: использование высокоскоростных и репродукционных средств связи и информации, быстрое распространение сообщений, относительно небольшая потребительская стоимость получаемой информации. Л.В. Петров об уникальных свойствах массовой коммуникации: диахронность, диаатопность, мультиплицирование, simultaneity, репликация. Условия возникновения и функционирования массовой коммуникации. Социальная направленность массовой коммуникации. Функции массовой коммуникации. Роль массовой коммуникации в обществе.
Тема 2. Виды коммуникации. Уровни коммуникации Прикладное использование МК. Специальности, которые базируются на МК.	Понятие вербальной и невербальной коммуникации. Формы невербальной коммуникации: оптико-кинетическая система (жесты, мимика, пантомимика), пара- и экстралингвистика, проксемика, визуальный контакт глазами, ольфакторная система. Возрастные особенности коммуникативных свойств личности. Гендерные различия в использовании вербальных и невербальных средств общения. Мужской и женский стили общения. Свойства личности, влияющие на эффективность общения (экстравертированность — интровертированность, эмпатийность, ригидность, властность, агрессивность, тревожность, конфликтность, толерантность застенчивость и др.).
Тема 3. Теории медиа. Классификация теорий.	Нормативные теории. Авторитарная теория. Либертарианская теория. Теория социальной ответственности. Советская коммунистическая теория. Теория для медиа периода развития. Теория демократического участия.
Тема 4. Теории массового общества и пропаганды. Концепция пропаганды. Теория «магической пули».	Отражение взаимозависимости и взаимосвязи властных институтов и средств массовой коммуникации. Определение понятия и сущность теорий массового общества, пропаганды и "магической пули". Анализ роли масс-медиа в социальной и политической жизни страны.
Тема 5. Эффекты массовой коммуникации общественного и	Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном уровне: планируемые и непланируемые (преднамеренные и непреднамеренные), краткосрочные и

индивидуального уровня.	долгосрочные (индивидуальный отклик – индивидуальная реакция, кампания в СМИ – коллективная реакция, распространение инноваций – социальный контроль). Эффекты массовой коммуникации на общественном уровне: установление «пунктов повестки дня», «спираль молчания» Э. Ноэль-Нойман и др. Формирование стереотипов. Эффекты индивидуального уровня. Эффект прайминга как актуализация фиксированной установки. Преступления копии как патологические проявления эффекта прайминга. «Эффект первичности», интернализации информации, «эффект ореола» или «эффект нимба», «эффект Барнума», эффект Бартлета, эффект насыщения и «бумеранга», эффект реактенса и др. Концепция лидеров мнения. Изменения установок. Селективная теория.
Тема 6. Особенности массовой коммуникации: структура и функции. Теория диффузии и инноваций. Феноменологическая теория. Элитарный плюрализм.	Коммуникация, массовая коммуникация как сигнальная система: инфогенез, информационное поле, информационный поток, информационный обмен, связь. Способы передачи информации. Способы переработки информации. Качественный и количественный анализ информации. Проблема старения информации. Плотность и интенсивность инфопотоков, их стихийность и управляемость. Информационная эпоха. М. Кастельс о массовой культуре как предтече информационной эпохи. Технократические концепции «информационного общества» (Д. Белл, З. Бжезинский, А. Тоффлер). «Экономика информации» Д. Белла. «Информационный вирус» и концепция человека К. Хефнера. Эпоха Интернета. Компьютерная футурология (Г. Саймон, Д. Сандерс).
Тема 7. Теории социального научения. Катарсис. Социальное научение.	Возможности когнитивизма, в изучении массовой коммуникации. Понятие ментальных схем (особенности опыта реципента) и сценариев (когнитивные схемы действий из СМК). Когнитивные теории убеждающей коммуникации
Тема 8. Теории активной аудитории. Теория игры. Теории заговора и медиазависимости. Выстраивание приоритетов. Спираль	Теоретико-методологический анализ новейших подходов к изучению средств массовой информации: социально-когнитивного (а в его рамках теорий

молчания.	прайминга, культивации, распространения инноваций), а также теорий активной аудитории (теорий использования и удовлетворения, игры, заговора и медиазависимости, выстраивания приоритетов, спирали молчания, установления приоритетности новостей, лидеров мнений, социального научения).
Тема 9. Коммуникативная теория (Р.Дебре). Медиа и информационная безопасность (Дж.Арквилла).	Становление основных методологических подходов к вопросу о возникновении и развитии информационной безопасности в социуме. Проблема, связывающая становление информационного пространства с возникновением и развитием информационной безопасности социума. Контуры средств информационных коммуникаций. Социальный феномен как осознание человеком наличия "своих" и альтернативных социальных систем (человеческих обществ, государств и т.д.), определенных интересов, которым может быть нанесен ущерб путем воздействия на средства информационных коммуникаций, наличие и развитие которых обеспечивает информационный обмен между различными элементами социума.
Раздел 2. Основные модели массовой коммуникации и их применение в практической деятельности	
Тема 10. Классические модели массовой коммуникации.	Массовая коммуникация как объект моделирования. Практическая потребность в моделировании массовой коммуникации. Различные аспекты моделирования массовой коммуникации. Технологическая модель Шеннона и Уэвера. Первые модели «волшебной пули» Ласуэлла и Лазарфельда: коммуникация как процесс влияния и убеждения. Модели Ховланда и Брэдока: ограничение бихевиоризма и контекстуализация акта коммуникации. Модель коммуникационного процесса Де Флера. Тематическое поле, языковой код, регистр (тональность) и способ (канал) коммуникации – важнейшие структурные компоненты.
Тема 11. Теории и модели коммуникативного воздействия. Этапы развития теории	Массовая коммуникация как конструирование значений. Знаки и коды. Теория знака Ч. С. Пирса и Ч. Морриса. Типы и особенности знаков.

коммуникативного воздействия. Обретение пользы и удовлетворения. Теория культивации.	Структурная лингвистика Ф. де Соссюра о языке как системе. Денотация и семантический треугольник: означаемое, означающее и знак. Высказывание как единица коммуникативного анализа. Нарратив и нарратология. Сюжетный структурный анализ: В.Я. Пропп. У. Эко об «отсутствующей структуре» как характеристике современного дискурса. Современная «мифология» и правила организации мифа в структурализме Р. Барта и Леви-Стросса: понятие глубинных схем и бинарных оппозиций мышления. Современное общество как общество «символического обмена» в философии Ж. Бодрийара: понятие симулякра. Особенности медиатекста. Участие аудитории в производстве медиаконтента. Современные медиа и дальнейшее развитие языка коммуникаций.
Тема 12. Модели эффективности медиа. Манипулятивная. Усиливающая. Теория независимых эффектов. Теория когнитивного диссонанса.	Аудитория как социально-психологический феномен. Общая характеристика аудитории. Типология аудитории. Сегментация аудитории. Мотивации и ожидания в механизме обращения к аудитории. Аудитории разных медиа. Модели описания медиа аудитории: аудитория как-масса, аудитория-как-объект и аудитория-как-агент. Пассивность и активность аудитории. Лидеры мнений и основная масса аудитории. Влияние социальной ситуации на потребление аудиторией сообщений массовой коммуникации. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации. Пользователи – аудитория интерактивных медиа. Микромультимедиа.
Тема 13. Семиотические модели. Ю. Лотман. Дж. Фиск. У. Эко. Б. Бернстейн. К. Леви-Строс. Дж. Шеер.	Семиотика как наука, ее основные понятия. Особенности развития представлений о знаках и языках. Семиотические модели коммуникации Р. Якобсона, М. Лотмана и У. Эко. Семиотические модели в рекламе. Семиотика в культурной сфере. Функции языка в культуре.
Тема 14. Культурологические модели. Ю. Лотман. Символический интеракционизм.	Два аспекта взаимовлияния массовой коммуникации и культуры: ценностное (культурное) содержание сообщений массовой коммуникации и современные коммуникационные технологии, оказывающие влияние на культуру общества.

	Массовая коммуникация как производство культурных смыслов. Массовая коммуникация и ценности. Быстрота трансформационных процессов, универсальность и децентрация – основные черты современного социокультурного контекста. Трансформация представлений о культуре: от элитарной и массовой к потребительской и партикулярной. Дж. Фiske, У. Эко о функционировании массовой культуры и роли массовой коммуникации в этом процессе. Британская школа культурных исследований массовой коммуникации (Р. Хоггарт, С. Холл). Теория культивации Дж. Гербнера. Мультикультурность и межкультурная коммуникация (Э. Холл, Р. Льюис, Г. Хофстеде, Ф. Тромпенаарс); культурный империализм. Современные коммуникационные технологии – культурная детерминанта. Канадская школа (Г. Иннис, М. Маклюэн, Э. Хевлок) о роли коммуникации в смене культурных эпох. Социокультурная динамика А. Моля. Р. Уильямс о технологическом детерминизме: новые технологии как условия для социальных перемен и прогресса.
Тема 15. Критические теории МК. Неомарксистские теории. Франкфуртская школа. Британские культурные исследования.	Политическая теории медиа, оперирующей в рамках критической парадигмы, ее цифровому, или дигитальному, направлению. Перспективы применения ряда дигитальных концепций для раскрытия конфликтного потенциала и противоречий медиатизированного сетевого общества. Представители Франкфуртской школы Т. Адорно и М. Хоркхаймер как основатели критической теории современного индустриального общества, в рамках которой значительное внимание уделялось изменению функций культуры и появлению феномена «индустрии культуры».
Тема 16. Канадская школа исследований МК. Г. Иннис. М. Маклюэн.	Основные положения теории коммуникации канадских ученых, представителей Торонтской школы коммуникации, Х.-А. Инниса и Г.-М. МакЛюэна. Основные тенденции в оценке критиками трудов канадских исследователей и перспективах изучения их наследия.
Тема 17. Теория мягкой силы Дж. Ная. Теория фреймов Дж.	Концепции «мягкой силы» в контексте теорий международных отношений.

Лакоффа.	Процесс формирования концепции, а также проблемы, послужившие в качестве предпосылок ее возникновения. Принципы либеральной теории международных отношений, основанные на концепции «мягкой силы», а также связи с теорией неореализма. Понятие «мягкая сила» как часть либеральной теории международных отношений и компонент теории неореализма.
Тема 18. Психология масс. Г. Лебон. С.Московичи. Ортега-и-Гассет.	Смысловое наполнение терминов масса, толпа и публика исследователями XX века. Проблема наличия противоречий между системами разных исследователей, а также внутри одной концепции. Причины некорректного смешения значений терминов толпа, масса и публика.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Форма обучения – очная, курс – 3, семестр – 6

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Массовая коммуникация как теоретический объект	16		16	38	70
Тема 1. Коммуникация как объект исследования. Основные переходные периоды в истории человеческой коммуникации.	2		2	4	8
Тема 2. Виды коммуникации. Уровни коммуникации Прикладное использование МК. Специальности, которые базируются на МК.	2		2	4	8
Тема 3. Теории медиа. Классификация теорий.	2		2	4	8
Тема 4. Теории массового общества и пропаганды. Концепция пропаганды. Теория «магической пули».	2		2	4	8
Тема 5. Эффекты массовой коммуникации общественного и индивидуального уровня.	1		1	4	6
Тема 6. Особенности массовой коммуникации: структура и функции. Теория диффузии и инноваций. Феноменологическая теория. Элитарный плюрализм.	1		1	4	6
Тема 7. Теории социального научения. Катарсис. Социальное научение.	2		2	4	8
Тема 8. Теории активной	2		2	4	8

аудитории. Теория игры. Теории заговора и медиазависимости. Выстраивание приоритетов. Спираль молчания.					
Тема 9. Коммуникативная теория (Р.Дебре). Медиа и информационная безопасность (Дж.Арквила).	2		2	6	10
Раздел 2. Основные модели массовой коммуникации и их применение в практической деятельности	18		18	38	74
Тема 10. Классические модели массовой коммуникации.	2		2	4	8
Тема 11. Теории и модели коммуникативного воздействия. Этапы развития теории коммуникативного воздействия. Обретение пользы и удовлетворения. Теория культивации.	2		2	4	8
Тема 12. Модели эффективности медиа. Манипулятивная. Усиливающая. Теория независимых эффектов. Теория когнитивного диссонанса.	2		2	4	8
Тема 13. Семиотические модели. Ю. Лотман. Дж. Фиск. У. Эко. Б. Бернштейн. К. Леви-Строс. Дж. Шеер.	2		2	4	8
Тема 14. Культурологические модели. Ю. Лотман. Символический интеракционизм.	2		2	4	8
Тема 15. Критические теории МК. Неомарксистские теории. Франкфуртская школа. Британские культурные исследования.	2		2	4	8
Тема 16. Канадская школа исследований МК. Г. Иннис. М. Маклюэн.	2		2	4	8
Тема 17. Теория мягкой силы Дж. Ная. Теория фреймов Дж. Лакоффа.	2		2	4	8
Тема 18. Психология масс. Г. Лебон. С.Московичи. Ортега-и-Гассет.	2		2	6	10
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП	34	-	34	76	144

6.2. Форма обучения – заочная, курс – 3, семестр – 6

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Массовая коммуникация как теоретический объект	5		3	63	71
Тема 1. Коммуникация как объект исследования. Основные переходные периоды в истории человеческой коммуникации.	0,25		0,25	7	7,5

Тема 2. Виды коммуникации. Уровни коммуникации. Прикладное использование МК. Специальности, которые базируются на МК.	0,25		0,25	7	7,5
Тема 3. Теории медиа. Классификация теорий.	0,25		0,25	7	7,5
Тема 4. Теории массового общества и пропаганды. Концепция пропаганды. Теория «магической пули».	1,5		0,25	7	8,75
Тема 5. Эффекты массовой коммуникации общественного и индивидуального уровня.	1		1	7	9
Тема 6. Особенности массовой коммуникации: структура и функции. Теория диффузии и инноваций. Феноменологическая теория. Элитарный плюрализм.	0,25		0,25	7	7,5
Тема 7. Теории социального научения. Катарсис. Социальное научение.	0,5		0,25	7	7,75
Тема 8. Теории активной аудитории. Теория игры. Теории заговора и медиависимости. Выстраивание приоритетов. Спираль молчания.	0,5		0,25	7	7,75
Тема 9. Коммуникативная теория (Р.Дебре). Медиа и информационная безопасность (Дж.Арквилла).	0,5		0,25	7	7,75
Раздел 2. Основные модели массовой коммуникации и их применение в практической деятельности	3		3	67	73
Тема 10. Классические модели массовой коммуникации.	0,25		0,25	7	7,5
Тема 11. Теории и модели коммуникативного воздействия. Этапы развития теории коммуникативного воздействия. Обретение пользы и удовлетворения. Теория культивации.	0,25		0,25	7	7,5
Тема 12. Модели эффективности медиа. Манипулятивная. Усиливающая. Теория независимых эффектов. Теория когнитивного диссонанса.	0,25		0,25	7	7,5
Тема 13. Семиотические модели. Ю. Лотман. Дж. Фиск. У. Эко. Б. Бернштейн. К. Леви-Строс. Дж. Шеер.	0,25		0,25	7	7,5
Тема 14. Культурологические модели. Ю. Лотман. Символический интеракционизм.	1		1	7	9
Тема 15. Критические теории МК.	0,25		0,25	7	7,5

Неомарксистские теории. Франкфуртская школа. Британские культурные исследования.					
Тема 16. Канадская школа исследований МК. Г. Иннис. М. Маклюэн.	0,25		0,25	7	7,5
Тема 17. Теория мягкой силы Дж. Ная. Теория фреймов Дж. Лакоффа.	0,25		0,25	7	7,5
Тема 18. Психология масс. Г. Лебон. С.Московичи. Ортега-и-Гассет.	0,25		0,25	11	11,5
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП	8	-	6	130	144

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Контрольные вопросы

1. Авторитарная теория МК.
2. Виды коммуникации.
3. Виды профессионально-ориентированной коммуникации.
4. Канадская школа исследований МК (Г. Иннис, М. Маклюэн).
5. Катарсис.
6. Классические модели МК: Аристотель, Шеннон – Уивер, Лассуэл.
7. Коммуникативная теория (Р. Дебре).
8. Коммуникации как объект исследования.
9. Концепция лидеров мнения.
10. Концепция пропаганды.
11. Критические теории МК.
12. Культурологические модели (Ю.Лотман).
13. Либертарианская теория.
14. Медиа и информационная безопасность (Дж. Арквилла).
15. Модели эффективности медиа: манипулятивная.
16. Модели эффективности медиа: усиливающая.
17. Неомарксистские теории.
18. Нормативные теории.
19. Обретение пользы и удовлетворения.
20. Основные переходные периоды в истории человеческой коммуникации.
21. Особенности массовой коммуникации: структура и функции.
22. Понятие информации, коммуникации и массовой коммуникации.
23. Прикладное использование МК.
24. Селективная теория.
25. Семиотические модели (Ю. Лотман).
26. Советская коммунистическая теория.
27. Специальности, которые базируются на МК.
28. Спираль молчания.
29. Теории и модели коммуникативного воздействия. Этапы развития теории коммуникативного воздействия.
30. Теории медиа. Классификация теорий.
31. Теории социального научения.

32. Теория «магической пули».
33. Теория «спирали молчания».
34. Теория активной аудитории.
35. Теория выстраивания приоритетов.
36. Теория демократического участия.
37. Теория диффузии и инноваций.
38. Теория для медиа периода развития.
39. Теория заговора и медиазависимости.
40. Теория игры.
41. Теория изменения установок.
42. Теория когнитивного диссонанса.
43. Теория культивации.
44. Теория массового общества и пропаганды.
45. Теория мягкой силы Дж. Ная.
46. Теория независимых эффектов.
47. Теория социальной ответственности.
48. Уровни коммуникации.
49. Феноменологическая теория.
50. Франкфуртская школа.
51. Элитарный плюрализм.
52. Эффекты коммуникации.

7.2. Образец содержания экзаменационного билета

Донецкий государственный университет	
Филологический факультет	
Кафедра журналистики	
Программа высшего образования	Программа бакалавриата
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки	Реклама и связи с общественностью
Форма обучения	Очная, заочная
Семестр	Шестой
Дисциплина	Теория массовых коммуникаций

Экзаменационный билет № 1

1. Эффекты коммуникации
2. Селективная теория.

Утверждено на заседании кафедры журналистики, протокол № __ от __._____.2026 г.
 Заведующий кафедрой И.М. Артамонова
 Экзаменатор И.М. Артамонова

В случае ведения учебного процесса с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, содержание билета может отличаться от приведенного.

7.3 Темы письменных работ (типы задач)

Контрольная работа по проверке теоретических знаний – по всем темам, с использованием указанных выше контрольных вопросов.

8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

8.1. Семестр 6, форма обучения очная

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-2	Организационно-учебная работа в аудитории	30
	Самостоятельная работа	10
	Контрольная работа по теоретическому материалу	20
ИТОГО		60
Экзамен		40
Общий итог за семестр		100

8.2. Семестр 6, форма обучения заочная

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-2	Организационно-учебная работа в аудитории	10
	Самостоятельная работа	30
	Контрольная работа по теоретическому материалу	20
ИТОГО		60
Экзамен		40
Общий итог за семестр		100

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- 3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Для проведения лекционных и практических занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных,

материально-техническая база учебной лаборатории кафедры информационных систем управления (ауд. 206а).

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ». При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

11. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

1. Бакулев, Г.П. Конвергенция медиа и журналистика / Г.П. Бакулев. – М.: ИПК РТ, 2002. – 201 с.
2. Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции / Г.П. Бакулев. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 176 с.
3. Боров, В.Ю. Культура и массовая коммуникация / В.Ю. Боров - М.: Наука, 1986 – 302 с.
4. Ким, М. Н. Журналистика: методология профессионального творчества: учеб. пособие / М. Н. Ким. — СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004. 496 с.

Дополнительная литература

5. Голуб О. Ю., Тихонова С. В. Теория коммуникации: Учебное пособие. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2011 -338 с., [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/644> с.

12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.
2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
3. Научная электронная библиотека **«КиберЛенинка»:** сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
4. Электронно-библиотечная система **«Лань»:** [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
5. **ЭБС Юрайт:** электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ:** сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/>

(дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.

8. **Электронный архив ДонГУ**: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

9. Электронная библиотека «Книги по журналистике»: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Index.php

10. Федеральный портал «Российское образование»: URL: http://www.edu.ru/index.php?page_id.

11. Портал «Гуманитарное образование»: URL: <http://www.humanities.edu.ru/>.

12. 1Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов»: <http://shool-collecion.edu.ru>.

13. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).