

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О.Б.Жильцов

« 04 » 10 2018 року

РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

Психологія та соціологія масової комунікації
Змістовий модуль: Соціологія громадської думки

для студентів

спеціальності 061 «Журналістика»
освітнього рівня другий (магістерський)
освітньої програми «Медіакомунікації»

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти

Програма № 0006/18
Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціали)

« ___ » _____ 20 18 р.

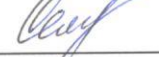
Київ – 2018

Розробники: Хамедова О.А., кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики і нових медіа

Викладачі: Хамедова О.А., кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики і нових медіа

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри (циклової комісії) журналістики та нових медіа

Протокол від « 30 » серпня 2018 року № 1

Завідувач кафедри (голова циклової комісії)  О.О. Семенець

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої (професійної/наукової) програми (керівником проектної групи) _____

26 . 09 20 18 р.

Гарант освітньої (професійної / наукової) програми

(керівник проектної групи)  (М.С. Васьків)

Робочу програму перевірено

03 . 10 20 18 р.

Заступник директора Інституту журналістики  (О.А. Росінська)

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “__” 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “__” 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “__” 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “__” 20__ р., протокол № _____

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
вид дисципліни	нормативна	нормативна
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	українська
Курс	5	5
Семестр	9	9
Кількість змістових модулів з розподілом:	2	2
Обсяг кредитів	2	2
Обсяг годин, в тому числі	60	60
аудиторні	16	8
модульний контроль	4	
семестровий контроль	12	12
самостійна робота	28	40
форма семестрового контролю	іспит	іспит

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Курс "Соціологія громадської думки" покликаний формувати теоретичну базу магістра з журналістики і медіакомунікацій, тому **метою** його вивчення є оволодіння студентами методологією соціологічного дослідження громадської думки, формування уявлень про фундаментальні положення соціології громадської думки як специфічної форми діяльності

Головне **завдання** курсу полягає в тому, щоб сформувати уявлення про специфіку громадської думки, її структуру, функції та роль в житті суспільства та її взаємодію із засобами масової комунікації.

Завданнями курсу є :

- формування знань про історію соціологічних досліджень громадської думки;
- характеристика специфіки функціонування та основних етапів розвитку громадської думки;
- усвідомлення впливу мас-медіа на громадську думку
- вироблення компетентності у виборі необхідної моделі взаємодії мас-медіа з громадською думкою;
- оперування основними методами соціологічного дослідження громадської думки.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

У результаті вивчення курсу "Соціологія громадської думки"
студент знатиме :

- структуру, етапи розвитку, компоненти, функції громадської думки;
- історію досліджень громадської думки;
- вплив на формування громадської думки ЗМК;
- сфери взаємодії громадської думки і ЗМК;
- соціологічні методи дослідження масової комунікації.

Студент вмітиме:

- характеризувати громадську думку як соціальну підсистему;
- використовувати свої знання про громадську думку у сфері масової комунікації;
- розпізнавати маніпулятивні технології мас-медіа щодо їхнього впливу на громадську думку;
- проводити соціологічні дослідження громадської думки;
- досконало проводити дослідження за допомогою методу опитування, анкетування.

У результаті вивчення курсу студенти набувають наступні **компетентності:**

фахові:

- усвідомлення ролі журналістики в суспільстві;
- здатність оперативно збирати інформацію за допомогою соціологічних методів;
- вміння працювати у команді;

загальні:

- здатність до управління у сфері медіа;
- здатність до координації дій з іншими;
- навички емоційного інтелекту;
- здатність до задоволення потреб споживачів;
- здатність до когнітивної гнучкості.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

4.1. Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	усього	Розподіл годин між видами робіт			
		аудиторні		самостійна	
		лекції	семінари		
Змістовий модуль I. Громадська думка як соціальний феномен					
Тема 1. Громадська думка як соціальний феномен і об'єкт досліджень.	14	2	4	8	
Тема 2. Вплив ЗМК на громадську думку.	14	2	4	8	
Модульний контроль	2				
Разом	30	6	8	16	
Змістовий модуль II. Соціологічні дослідження громадської думки у ЗМК					
Тема 3. Методологія дослідження громадської думки	16	2	2	12	
Модульний контроль	2				
Разом	18				
Підготовка та проходження контрольних заходів	12				
Усього	60	6	10	28	

4.2. Тематичний план для заочної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Розподіл годин між видами робіт			
	усього	аудиторні		самостійна
		лекції	семінари	
Змістовий модуль I. Громадська думка як соціальний феномен				
Тема 1. Громадська думка як соціальний феномен і об'єкт досліджень.	19	2	2	15
Тема 2. Вплив ЗМК на громадську думку.	17		2	15
Модульний контроль				
Разом	36	2	4	30
Змістовий модуль II . Соціологічні дослідження громадської думки у ЗМК				
Тема 3. Методологія дослідження громадської думки	12		2	10
Модульний контроль				
Разом	12		2	10
Підготовка та проходження контрольних заходів	12			
Усього	60	2	6	40

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I

Громадська думка як соціальний феномен

Лекція 1. Громадська думка як соціальний феномен і об'єкт досліджень. – 2 год.

Поняття «громадська думка», її визначальні характеристики. Етапи розвитку громадської думки. Структура, основні компоненти. Функції громадської думки. Соціологія громадської думки як наука. Вплив мас-медіа на громадську думку. Історія вивчення взаємодії громадської думки та ЗМІ. Зарубіжна соціологія про вплив мас-медіа на громадську думку: основні етапи розвитку. Вітчизняна соціологія ХХ століття. Сучасні дослідження українських соціологів.

Література основна: 6, 8, 11.

Література додаткова: 2, 3, 6, 8.

Семінар 1. Громадська думка: структура, етапи розвитку, функції.

Лекція 2. Стереотипи у громадській думці і ЗМК. – 2 год.

Теорія громадської думки У.Ліппмана. Стереотипи у громадській думці. Гендерні стереотипи. Вікові, професійні, соціальні стереотипи. Національні стереотипи (гетеростереотипи, автостереотипи) у ЗМІ та шляхи їх подолання. Упередження та фобії громадськості та їхнє функціонування у мас-медіа.
– 2 год.

Література основна: 5, 6, 8, 11.

Література додаткова: 2, 15.

Семінар 2. Стереотипи, фобії, упередження в мас-медіа та їхній вплив на громадську думку (2 год.)

Література основна: 4, 5, 6, 8, 11.

Література додаткова: 1, 2, 7, 27.

Семінар 3. Мас-медіа та “суспільство споживачів” – 2 год.

Література основна: 11.

Література додаткова: 2, 3, 8, 13, 20.

Семінар 4. Медійні технології маніпуляцій громадською думкою - 2 год.

Література основна: 1,2,3

Література додаткова: 4,5,6

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II

Соціологічні дослідження громадської думки

Лекція 3. Методологія дослідження громадської думки.

Опитування (інтерв'ю, телефонне, поштове, роздаткове, он-лайн). Специфіка анкетування, типи запитань. Поради Дж. Геллапа до складання анкет. Метод спостереження: переваги і недоліки. Вивчення документів (контент-аналіз). Соціальний експеримент, його доцільність. Інші соціологічні процедури.

Семінар 5. Опитування як найбільш універсальний соціологічний метод вивчення громадської думки.

Література основна: 1, 2

Література додаткова: 3, 13,14, 17, 26

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	макс.кільк. балів за од.	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	макс.кільк. балів	кількість одиниць	макс.кільк. балів
Відвідування лекцій	1	2	2	1	1
Відвідування семінарських занять	1	4	4	1	1
Робота на семінарському занятті	10	4	40	1	10
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом:			86		47
Максимальна кількість балів	137				
Розрахунок коефіцієнта	$137:60=2,28$				

6.2. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Змістовий модуль I

Громадська думка як соціальний феномен

Тема 1. Прочитати і проаналізувати працю У.Ліппмана “Громадська думка” (Ч.3. Стереотипи. С.93-138).

Тема 1. Прочитати і проаналізувати працю Е.Ноель-Нойман «Громадська думка. Відкриття спіралі мовчання» (Глава 1. Гіпотеза спіралі мовчання; Глава XXI. Засоби масової інформації як одне з джерел громадської думки).

Тема 2. Прочитати і проаналізувати працю Дебри Л. Мерскін “Сексуалізація медіа. Як і чому ми це робимо” (Розділ 3. Сексуалізація мас-медіа. Як діти використовують мас-медіа. С. 122-150).

Змістовий модуль II

Соціологічні дослідження громадської думки

Тема 3. Прочитати і проаналізувати працю З. Баумана “Глобалізація. Наслідки для людини і суспільства”. (Глава 4. Туристи і бродяги. – С. 44 -56).

Тема 3. Прочитати і проаналізувати «Гендер для медій. Підручник із гендерної теорії для журналістики та інших соціогуманітарних спеціальностей / За ред. М.Маєрчик, О.Плахотнік, Г.Ярманової. – К., Критика, 2014. (Частина 2. Гендеровані знання, соціальні інститути та взаємодії. – С.61-165).

Критерії оцінювання самостійної роботи

Перевірка самостійно виконаних завдань здійснюється на контрольній модульній роботі.

Критерії оцінювання відповіді:

- відповідність змісту;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- термінологічна коректність;

- здатність до обґрунтування висновків;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання.

Контрольна модульна робота включає:

1. десять тестових завдань;
2. два питання для перевірки самостійно виконаних завдань.

Критерії оцінювання:

1. Тестові завдання: за кожен правильну відповідь - 1 б.
2. Кожне з питань для перевірки самостійно виконаних завдань - 7,5 б.
(макс.), для цього вони мають відповідати наступним критеріям:
 - відповідність змісту;
 - повнота і ґрунтовність викладу;
 - доказовість і логічність викладу;
 - термінологічна коректність;
 - здатність до обґрунтування висновків;
 - володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Підсумкове оцінювання знань студентів з модуля «Соціологія громадської думки» відбувається у межах комплексного екзамену з дисципліни «Психологія і соціологія масової комунікації». Відповідно екзаменаційна оцінка складається з двох компонентів: блок психології масової комунікації - 20 балів
блок соціології громадської думки - 20 балів.

Студенти з соціології громадської думки виконують завдання, яке включає теоретичний і практичний компоненти, кожний з яких оцінюється по 10 балів.

Критерії оцінювання завдання з соціології громадської думки:

- глибоке знання змісту праць видатних соціологів і рекомендації щодо

- їхнього використання у соціологічних дослідженнях;
- ґрунтовне знання термінологічного апарату соціології громадської думки і коректне його застосування;
 - вміння обґрунтувати доцільність застосування соціологічного методу дослідження громадської думки
 - повнота і змістовність викладу;
 - доказовість і логічність викладу;
 - здатність до обґрунтування висновків;
 - володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю

1. Соціологія громадської думки як наука.
2. Поняття «громадська думка», її визначальні характеристики.
3. Етапи розвитку громадської думки.
4. Структура громадської думки.
5. Функції громадської думки.
6. У.Ліппман та основні тези його роботи «Громадська думка».
7. Вплив мас-медіа на громадську думку.
8. Е.Ноель-Нойман та її праця «Громадська думка. Відкриття спіралі мовчання».
9. Технології маніпуляції громадською думкою.
10. Стереотипи у мас-медіа та громадській думці.
11. Класифікація стереотипів, упереджень та фобій.
12. Шляхи подолання стереотипів у ЗМК.
13. Мас-медіа та «суспільство споживачів».
14. Трансформація архетипних культурних образів у ЗМК.
15. Основні соціологічні методи вивчення громадської думки.
16. Метод спостереження.
17. Метод вивчення документів.
18. Опитування, його типологія.
19. Соціальний експеримент.
20. Інші соціологічні процедури дослідження громадської думки.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ ДО ІСПИТУ

Варіант 1

Пояснити, що таке громадська думка і стереотип за версією У.Ліппмана («Громадська думка»). Навести приклади стереотипів, які функціонують у громадській думці. Навести приклади журналістських матеріалів, які популяризують стереотипи і розвінчують їх.

Варіант 2

Пояснити явище «спіралі мовчання» (Е.Ноель-Нойман) у громадській думці. Подати визначення «маніпулятивна технологія». Навести приклади подібних технологій у мас-медіа, які застосовуються для маніпуляції громадською думкою.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
відмінно	100-90
дуже добре	82-89
добре	75-81
задовільно	69-74
достатньо	60-68
незадовільно	0-59

7. Навчально-методична картка дисципліни

Разом: 60 год., з них лекційних – 6 год., семінарські заняття – 10 год.,
модульний контроль – 4 год.,
самостійна робота – 28 год.

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	
Модулі	Змістовий модуль I					Змістовий модуль II			
Назва модуля	Громадська думка як соціальний феномен					Соціологічні дослідження громадської думки			
Лекції	1					2		3	
Дати									
Теми лекцій	Громадська думка як соціальний феномен і і об'єкт дослідження 1 б.					Стереотипи у громадській думці і ЗМК 1 б.		Основні соціологічні методи дослідження громадської думки 1 б.	
Теми семінарських занять	Громадська думка: структура, етапи розвитку, функції 11 б.		Стереотипи, фобії та упередження у мас-медіа та їхній вплив на громадську думку. – 11 б.		Мас-медіа та “суспільство споживачів” 11 б.	Медійні технології маніпуляцій громадською думкою - 11 б.		Опитування як універсальний соціологічний метод дослідження громадської думки. – 11 б.	
Самостійна робота	У.Ліппман “Громадська думка” 5 б.		Е.Ноель-Нойман “Громадська думка. Відкриття спіралі мовчання” 5 б.		Дебра Л.Мерскін “Сексуалізація медіа. Як і чому ми це робимо?” 5 б.		З. Бауман “Глобалізація. Наслідки для людини і суспільства” 5 б.		“Гендер для медій” /За ред. М.Маєрчик 5 б.
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)					Модульна контрольна робота 2 (25 балів)			
Підсумковий контроль	Іспит (комплексний) 40 балів								

8. Рекомендовані джерела

Основна

1. Єнін М.Н. Соціологія масової комунікації. Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. за спец. «Соціологія», «Реклама та зв'язки з громадськістю». / М.Н. Єнін; держ. закл. «Луган. нац ун-т ім. Тараса Шевченка». – Луганськ: ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2012. – 167 с.
2. Іванов В.Ф. Соціологія масової комунікації. Навч. посіб. / В.Ф. Іванов: Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. Центр вільної преси. – К.: Центр вільної преси, 1999. – 210 с.
3. Лукашевич М., Шандор Ф. Соціологія масової комунікації / Лукашевич М., Шандор Ф. - К.: Знання. - 2015. - 367 с.
4. Історія соціологічної думки: навчальний енциклопедичний словник-довідник. Наук.ред., передмова В. Піча – Львів : Новий Світ - 2000, 2016.

Додаткова

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: Учебное пособие для студентов вузов. — М.: Аспект Пресс, 2005. — 176 с.
2. Бориснёв С.В. Социология коммуникации: Учебное пособие для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 270 с.
3. Бодрийяр, Жан. Символический обмен и смерть. / Пер. и вступ ст. С.Н.Зенкина. – М.: Добросвет, 2000. – 389 с.
4. Бодрийяр, Жан. Симулякры и симуляция / Пер. О.А. Печенкина. – Т., 2013. – 204 с.
5. Бодрийяр, Жан. Система вещей / Ж. Бодрийяр./ Пер. с фр. С.Зенкина. – М.: Рудомино, 1995. – 168 с.
6. Вебер М. Соціологія Загальноісторичні аналізи. Політика. Пер. з нім. / Макс Вебер.- К.: Основи, 1998. – 534 с.
7. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы / Петер Винтерхофф-Шпурк. – Харьков: Гуманитарный центр, 2016. – 266 с.
8. Гендер для медій. Підручник із гендерної теорії для журналістики та інших соціогуманітарних спеціальностей \За ред. М.Маєрчик. – К.: Критика, 2014. – 217 с.
9. Гидденс А. Опосредование опыта // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — С. 169-173.
10. Дмитриев Е.И. Социология журналистики: Конспект лекций. — Мн.: БГУ,

2001. — 150 с.

11.Иванов В.Ф. Соціологія і журналістика: Тексти лекцій. — К.: Навч.-видавн. центр Ін-ту журналістики, 1994.

12. Конечкая В.П. Социология коммуникации: Учебник. — М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997.

13. Липпман У. Общественное мнение. - М., 2004.

14. Мерскин Д.Л. Сексуализация медиа. Как и почему мы это делаем / Д.Л. Мерскин. — Харьков: Гуманитарный центр, 2015. — 380 с.

15. Почепцов Г.Г. Информационные войны. — М.: «Реал-бук», 2000. 576 с.

16. Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика. — К.: Альтер-пресс, 2008. — 408 с.

17.Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. — К: ВПЦ «Київський університет», 1999. — 308 с.

18.Почепцов Г.Г. Теория коммуникации — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2001. — 656 с.

19. Почепцов Г.Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології ХХІ століття. —К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017.

20. Соціологія: Навчальний посібник / За ред. С.О.Макеєва. — 3-тє вид., стер. — К.: Т-во «Знання», КОО, 2005. — 455 с.

21. Соловьев В.Р. Манипуляции: Атакуй и защищайся / Владимир Соловьев. — М.: Эксмо, 2011. — 352 с.

22.Терин В.П. Массовая коммуникация: исследование опыта Запада: 2-е изд., перер. и доп. — М., 2000. — 224 с.

23. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов. — СПб.: Питер, 2003. — 400 с.

24.Фиск Дж. Постмодернизм и телевидение // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — С.174-179.

25.Фрейд З. О сновидениях. Тотем и табу. Очерки по теории сексуальности. О сновидениях. / З. Фрейд; Пер. с нем. — Харьков; Фолио, 2006. — 414 с.

26.Фромм Эрих. Бегство от свободы / Э. Фромм; Пер. с англ. Г.Ф, Швейника. — 2-е изд. — М.: Изд. группа «Прогресс»: Универс, 1995. — 251 с.

27.Фуко Мішель. Історія сексуальності / Фуко Мішель. — Харків: Око. — Т 3: Плекання себе. — 2000. — 264 с.

28. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации: Учебник для вузов. — М.: ИД «Социальные отношения», Изд-во «Перспектива», 2003. — 248 с.

29.Шеремет А.Н. Интернет как средство массовой коммуникации: социологический анализ: Дисс. ... канд. соц. наук. — Екатеринбург, 2003. — 142 с.

30.Шульц В. Процес комунікації // Публіцистика. Масова комунікація. — К.: АУП, ЦВП, 2007. — С. 619-646.

31. Щербина В.Н. Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа (опыт рефлексии становления «киберкоммуникативного континуума) / Бердянский государственный педагогический институт. — Бердянск, 2001. — 252 с.

32. Юнг К.Г. Архетип и символ/ К.Г. Юнг. — М., 1991. — 304 с.

33. Ярош О. ЗМІ як дзеркало громадської думки. Проблеми коректної презентації результатів соціологічних опитувань // Контекст. - № 12. - С. 17-23.