

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



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О.Б.Жильцов

« 10 » 09 2020 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Психологія та соціологія масової комунікації:

Соціологія масової комунікації

для студентів

спеціальності 061 «Журналістика»
освітнього рівня другого (магістерського)
освітньої програми «Медіакомунікації»

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Програма № 1694/20

(підпис) (прізвище, ініціали)
« _____ » 20 ____ р.

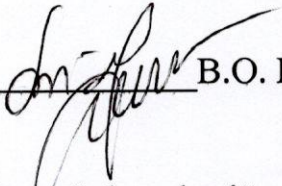
Київ – 2020

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

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

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

Протокол від «9» вересня 2020 року № 1

Завідувач кафедри (голова циклової комісії)  В.О. Гандзюк

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

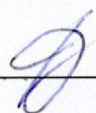
____ . ____ 20 ____ р.

Гарант освітньої (професійної / наукової) програми

(керівник проектної групи)  (Н. І. Зражевська)

Робочу програму перевірено

____ . ____ 20 ____ 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
Психологія та соціологія масової комунікації: Соціологія масової комунікації	
	Заочна
вид дисципліни	Нормативна
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська
Курс	5
Семестр	9
Кількість змістових модулів з розподілом:	2
Обсяг кредитів	2
Обсяг годин, в тому числі	60
аудиторні	8
модульний контроль	-
семестровий контроль	
самостійна робота	52

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальний модуль «Соціологія масової комунікації» у межах дисципліни «Психологія та соціологія масової комунікації» формує теоретичну базу магістра медіакомунікацій, тому метою його вивчення є оволодіння студентами методологією соціологічного аналізу масової комунікації, формування уявлень про специфіку масової комунікації як соціального інституту, моделі взаємодії масової комунікації і громадської думки.

Завданнями курсу є :

- формування знань про сучасні тенденції розвитку медіасоціології;
- аналіз масової комунікації як соціального інституту, який формує культурні-ціннісні установки суспільства, його світогляд та громадянську міфологію;
- усвідомлення впливу мас-медіа на громадську думку;
- характеристика специфіки функціонування та основних етапів розвитку громадської думки;
- вироблення компетентності у виборі необхідної моделі взаємодії мас-медіа з громадською думкою;
- оперування основними методами соціологічного дослідження масової комунікації.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

У результаті вивчення курсу “Соціологія масової комунікації”

студент знатиме :

- провідні соціологічні теорії, які стосуються засобів масової
- комунікації;
- основні технології впливу медіа на суспільство;
- особливості масової комунікації в пострадянському, європейському

- та загальносвіттовому просторі як соціального інституту
- структуру, етапи розвитку, компоненти, функції громадської думки;
- вплив на формування громадської думки ЗМК;
- сфери взаємодії громадської думки і ЗМК;
- соціологічні методи дослідження масової комунікації.

Студент умітиме:

- характеризувати засоби масової комунікації як соціальну підсистему;
- проводити моніторинг медіа щодо поширення ними певної ідеології, культурно-ціннісних установок, встановлення влади певних соціальних інститутів тощо;
- 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, контент-аналізу.

У результаті вивчення курсу студенти набувають такі **компетенції**:

загальні:

ЗК-1 – здатність до комплексного розв'язання проблем.

ЗК-2 – здатність критично мислити.

ЗК-4 – здатність до управління.

ЗК-8 – здатність до задоволення потреб медіаспоживачів.

фахові:

ФК-1 – розуміти роль журналістики в суспільстві.

ФК-2 - знаходити відповідні теми та ракурси, враховуючи поточні події та контекст.

ФК-5 - виявляти основну/необхідну інформацію.

ФК-7– нести відповідальність за результати журналістської діяльності
(критична оцінка діяльності).

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

4.1. Тематичний план для заочної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Розподіл годин між видами робіт			
	усього	аудиторні		Самостійна / семестровий контроль
		лекції	практичні заняття	
Змістовий модуль I. Масова комунікація і громадська думка				
Тема 1. Соціологія МК. Громадська думка як соціальний феномен.	14	2		12
Тема 2. Вплив ЗМК на громадську думку.	22		2	20
Разом	36	2	2	32
Змістовий модуль II. Соціологічні дослідження роботи мас-медіа				
Тема 4. Методологія аналізу ЗМК.	24	2	2	20
Разом	24	2	2	20
Усього	60	4	4	52

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I

Масова комунікація і громадська думка

Лекція 1. Масова комунікація як соціальний інститут. – 2 год.

Соціологія масової комунікації як окрема соціологічна теорія. Завдання соціології МК. Моделі взаємодії МК і суспільства. Специфіка громадської думки. Етапи розвитку громадської думки. Структура, основні компоненти. Функції громадської Вплив мас-медіа на громадську думку. 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.

Практичне заняття 1. 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,

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II

Соціологічні дослідження роботи мас-медіа

Лекція 2. Соціологічні дослідження масової комунікації.

Опитування (інтерв'ю, телефонне, поштове, роздаткове, онлайн). 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.

Практичне заняття 2. Опитування як 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	
		кіль-ть од.	макс. кільк. балів	кіль-ть од.	макс. кільк. балів
Відвідування лекцій	1	1	1	1	1
Відвідування практичних занять	1	1	1	1	1
Робота на практичному занятті	10	1	10	1	10
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	3	15
Разом:		6	27	6	27
Максимальна кількість балів		54			
Розрахунок коефіцієнта	54:60=0,9				

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

Змістовий модуль I

Масова комунікація і громадська думка

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» (Розділ 1. Гіпотеза спіралі мовчання; Розділ 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 роботи мас-медіа

Тема 3. Прочитати і проаналізувати працю Д.Матісона "Медіа-дискурс. Аналіз медіа-текстів. Дослідження медіа і культури" (Розділ 2. Расизм як форма соціального пізнання у спортивних коментарях. - С.202-223)

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. (Розділ 10. Числові дані як створення гендерних дискусій та дискурсів – С. 165-179.).

Тема 3. Прочитати і проаналізувати статтю Мовчана П. Медіа-конструювання та громадська думка. Режим доступу: <http://veche.kiev.ua/journal/961/>

Критерії оцінювання самостійної роботи

Перевірка самостійно виконаних завдань здійснюється на практичному занятті, а також на іспиті.

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.

6.4. Форми проведення підсумкового контролю та критерії оцінювання

Підсумкове оцінювання знань студентів з модуля «Соціологія масової комунікації» 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 і блок соціології масової комунікації - 20 балів.

Студенти з соціології масової комунікації виконують завдання з теоретичним і практичним компонентами. Оцінка за завдання – 20 б.

Критерії оцінювання завдання з соціології масової комунікації:

- 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 підсумкового контролю.

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: лекційні – 4 год., практичні – 4 год., самостійна робота – 52 год.

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI
Модулі	Змістовий модуль I Масова комунікація і громадська думка			Змістовий модуль II Соціологічні дослідження мас-медіа		
Лекції	1			2		
Теми лекцій	Масова комунікація як соціальний інститут. 1 б.			Соціологічні дослідження масової комунікації. 1 б.		
Теми практичних занять	Стереотипи, фобії та упередження у мас-медіа та їхній вплив на громадську думку. – 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.	Д.Матісон “Медіа-дискурс”- 5 б.	“Гендер для медій” /За ред. М.Маєрчик - 5 б.	П.Мовчан “Медіа-конструювання і громадська думка” 5 б.
Підсумковий контроль	Іспит (комплексний) 40 балів					

8. Рекомендовані джерела

Основна

1. 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.

2. Лубкович І.М. Соціологія і журналістика / І.М.Лубкович. - Львів: ПАІС, 2013. - 232 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 Мишель. История сексуальности / Фуко Мишель. – 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.