

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



«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

Олексій ЖИЛЬЦОВ

2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
**ПСИХОЛОГІЯ ТА СОЦІОЛОГІЯ МАСОВОЇ
КОМУНІКАЦІЇ: СОЦІОЛОГІЯ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

для студентів

спеціальності: 061 Журналістика
освітнього рівня другого (магістерського)
освітньої програми: 061.00.04. Медіа-комунікації



Київ – 2022

Розробники: Ольга ХАМЕДОВА, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики і нових медіа

Викладач: Яна ФРУКТОВА, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики та нових медіа

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри журналістики та нових медіа

Протокол від 2 вересня 2022 р. № 2

Завідувач кафедри  Інга ПОГРЕБНЯК


Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Медіакомунікації»

1 вересня 2022 р.

Гарант освітньої програми  Ніна ЗРАЖЕВСЬКА

Робочу програму перевірено

2 вересня 2022 року

Заступник декана Факультету журналістики  Вікторія СОШИНСЬКА

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	-
самостійна робота	52
Форма контролю	залік

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 компетентції 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 загальносвітовому 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.

ЗК1 Здатність до виокремлення проблеми, дослідження її, окреслення етапів для роботи у подальшому, уміння знаходити ідею, вибрати та оцінити її, спланувати вирішення, залучати людей до її вирішення та діяти.

ЗК 2 Здатність критично оцінювати отриману інформацію, використання логіки і раціональних міркувань, повнота аргументації для оцінки ситуації і правильності обраного шляху розв'язання завдань з урахуванням контексту. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК 5. Готовність будувати комунікацію, базуючись на принципах соціально-психологічної специфіки спілкування; виявляти високу адаптивність до змін

ЗК 6 Здатність людини сприймати, оцінювати і розуміти свої та чужі емоції, вміння керувати емоціями; володіння собою і вміння ефективно налагоджувати взаємодію з оточуючими, а також здатність керувати емоціями інших людей з метою вирішення практичних завдань.

ЗК 8. Здатність до виявлення та задоволення потреб споживачів медіаринку

ФК 1. Розуміти роль журналістики в суспільстві. Здатність розуміти особливості суспільних процесів; мати знання з правових та етичних засад журналістики; володіти процесами журналістської діяльності; визначати роль медіаструктур у формуванні сучасного комунікаційного простору, виявляти небезпеки певних комунікаційних впливів для особистості, соціальної групи, країни;

ФК 2. Знаходити відповідні теми та ракурси, враховуючи поточні події та контекст. Здатність знаходитись у контексті подій; уміння здійснювати моніторингову діяльність; знати характеристики різних ЗМІ; здатність створення матеріалів на основі аналізу потреб медіаринку.

ФК 7. Нести відповідальність за результати журналістської роботи (критична оцінка діяльності).

ПРН-5 В умовах виробничої діяльності різномірно бачити й аналізувати текст і медійний продукт, оцінювати їх з використанням соціокультурних, етнологічних та етнопсихологічних критеріїв; інтерпретувати актуальні явища (у т. ч. фейкові новини, інформаційні атаки, маніпулювання та ін.) масової комунікації для широкої аудиторії, підвищувати рівень її медіа грамотності;

ПРН-7 В умовах виробничої діяльності на основі знань уміти знаходити переконливі аргументи для кожного виду суспільного середовища.

ПРН-8 Здійснювати професійну діяльність в межах існуючого медіа законодавства; здатність очолити процес медіавиробництва, розуміти інформаційні потреби аудиторії, прогнозувати вплив результату журналістської діяльності, нейтралізувати негативні наслідки, пропагувати демократичні цінності та загалом працювати на розвиток українського соціуму

ПРН-9 В умовах виробничої діяльності на основі розуміння соціальної дійсності та управлінської діяльності, знань форм та механізмів управління різноманітними явищами та процесами уміти знаходити оптимальні рішення у процесі виробництва медійного продукту;

ПРН-12 В умовах виробничої діяльності прогнозувати реакцію соціуму на медійні продукти, створювати моделі діяльності відповідно до потреб різних соціальних груп; застосовувати інформаційні технології, необхідні для дослідження соціуму, сучасні технології веб-аналітики та соціології інтернету

ПРН-13 Здатність до системного мислення у професійній журналістській діяльності.

Підвищенню ефективності семінарських занять сприятиме передбачене програмою виконання студентами самостійних робіт, зокрема індивідуальних та групових проектів тощо.

Вивчення магістрантами навчальної дисципліни «Психологія та соціологія МК» завершується комплексним заліком

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 думки. 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 усне і письмове (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	$54:100=0,54$				

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 2. 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 3. 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 4. 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 5. 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 6. 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 під час тестування на платформі ЕНК.

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 спільного заліку з дисципліни «Психологія та соціологія масової комунікації».

Критерії оцінювання 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.

6.6. 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.	Добра 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	Залік					

8. Рекомендовані джерела

Основна

1. Вебер М. Соціологія Загальноісторичні аналізи. Політика. Пер. з нім. / Макс Вебер.- К.: Основи, 2018. – 534 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, 2009. – 210 с.
3. Іванов В.Ф. Соціологія і журналістика: Тексти лекцій. — К.: Навч.-видавн. центр Ін-ту журналістики, 1994.
4. Лубкович І.М. Соціологія і журналістика / І.М.Лубкович. - Львів: ПАІС, 2013. - 232 с.
5. Лукашевич М., Шандор Ф. Соціологія масової комунікації / Лукашевич М., Шандор Ф. - К.: Знання. - 2015. - 367 с.
6. Соціологія: Навчальний посібник / За ред. С.О.Макеєва. — 3-тє вид., стер. — К.: Т-во «Знання», КОО, 2005. — 455 с.
7. Історія соціологічної думки: навчальний енциклопедичний словник-довідник. Наук.ред., передмова В. Піча – Львів : Новий Світ - 2000, 2016.

Додаткова

8. Гендер для медій. Підручник із гендерної теорії для журналістики та інших соціогуманітарних спеціальностей \За ред. М.Маєрчик. – К.: Критика, 2014. – 217 с.
9. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. — К: ВПЦ «Київський університет», 1999. — 308 с.
10. Почепцов Г.Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. –К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська

академія», 2017.

11. Фуко Мішель. Історія сексуальності / Фуко Мішель. – Харків: Око. – Т 3: Плекання себе. – 2000. – 264 с.
12. Шульц В. Процес комунікації // Публіцистика. Масова комунікація. — К.: АУП, ЦВП, 2007. — С. 619-646.
13. Щербина В.Н. Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа (опыт рефлексии становления «киберкоммуникативного континуума) / Бердянский государственный педагогический институт. — Бердянск, 2001. — 252 с.
14. Ярош О. ЗМІ як дзеркало громадської думки. Проблеми коректної презентації результатів соціологічних опитувань // Контекст. - № 12. - С. 17-23.