

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Факультет соціології

Кафедра галузевої соціології



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Соціологічні теорії масової комунікації

для студентів

галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки
спеціальність 054 «Соціологія»
освітній рівень магістр
освітня програма «Соціологія»
вид дисципліни вибіркова

Форма навчання	денна
Навчальний рік	20__/20__
Семестр	3
Кількість кредитів ECTS	4
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Форма заключного контролю	іспит

Викладачі: Чудовська І.А.

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

Розробник(и):
Чудовська І.А. д.соц., доцент кафедри галузевої соціології

ЗАТВЕРДЖЕНО
Зав. кафедри галузевої соціології

(Безрукова О.А.)
(прізвище та ініціали)

Протокол № 8 від «28» серпня 2020 р.

Схвалено науково - методичною комісією факультету соціології

Протокол від «28» серпня 2020 року № 1

Голова науково-методичної комісії _____ Червінська Т.Г.

1. **Мета дисципліни** – створення умов для поглиблення студентами фундаментальних теоретичних знань про природу, структуру, функції, об'єкт і предмет, медіа комунікацій та можливості формування комунікативних компетенцій аналітичного спрямування .

2. **Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:**

1. Знати сучасні теоретичні розробки в сфері медіа
2. Вміти аналізувати інформацію

3. **Анотація навчальної дисципліни:**

Дана дисципліна спрямована на те, щоб сформувати загальне наукове уявлення щодо існуючого наукового дискурсу у напрямку розуміння функціонування медіа комунікацій. Ми матимемо можливість ознайомитися з класичними і сучасним науковими підходами, які пройшли випробування часом і можуть бути використані для пояснення функціонування сучасних медіа практик. Опанування практичною складовою курсу дозволить більш ретельніше підходити до аналізу медіа контенту, а також більш ефективно формувати і просувати свій власний медіа – контент.

4. **Завдання (навчальні цілі):**

- орієнтуватись у науковій та періодичній соціологічній літературі з актуальних питань вивчення медіа комунікацій, відбирати з цієї інформації найголовніше, систематизувати її, вміти працювати з науково-методичними посібниками;
- працюючи з тематичною літературою, самостійно розвивати свій науковий та фаховий потенціал, застосовувати раціональні методи оволодіння знаннями
- коректно вести наукову дискусію, формулювати тези, вміло використовувати аргументацію для доведення своєї позиції, прислухатись до опонентів, враховувати конструктивну критику;
- підготувати і здійснити ефективну презентацію

Це спрямовано на формування компетентностей:

- Здатність організувати та забезпечувати підтримку комунікації в організаціях і творчих групах (фк 22)
- Здатність до використання соціологічної інформації для забезпечення успішної комунікації з представниками різних соціальних організацій (фк 25)

5. **Результати навчання за дисципліною**

Код	Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
	Код	Результат навчання			
1.1		Вміти аналізувати проблеми комунікації: історичність комунікації. Різні сенси комунікації. Знати онтологія масової комунікації.	Лекція, семінарське заняття	Індивідуальні виступи на семінарі. КР	5
1.2		Знати психологічні, семіотичні, соціологічні сфери вивчення соціальної комунікації.	Лекція, семінарське заняття	Індивідуальні виступи на семінарі. КР	10
1.3		Знати підходи до дослідження соціальної комунікації. Теорія обмеженого коду Б.Бершгайна.	Лекція, семінарське заняття	Індивідуальні виступи на семінарі. КР	10
1.4		Знати як відбувається десуб'єктивізація і медіа: зникнення чи конструювання нового суб'єкта в медіа просторі	Лекція, семінарське заняття	індивідуальні виступи на семінарі, есе	20
1.5		Знати як здійснювати управління інформаційними потоками, використовуючи модель Ю.Габермаса щодо публічної сфери.	Лекція, семінарське заняття	Індивідуальні виступи на семінарі.КР.	10

2.1	Вміти інтерпретувати поняття «масове» в концепціях, теоріях, парадигмах: «масове» суспільство, «масова» людина, масова культура	Лекція, семінарське заняття	Індивідуальні виступи на семінарі. КР	5
2.2	Вміти розрізняти методи впливу на соціально –психологічні процеси як контекст сприйняття текстової реальності (роль уваги, уявлення, сприйняття або соціального сприйняття в медіа, емоцій, мислення...)	Лекція, семінарське заняття, самостійна робота	Індивідуальні виступи на семінарі	10
3	Автономно здійснювати аналіз медіа текстів щодо наявності ідеологем і пропаганди.	Лекція, семінарське заняття, самостійна робота	Презентація	15
4	Самостійно здійснювати концептуальне осмислення сучасних медіа (спільно презентаційне заняття на основі презентацій)	Лекція, семінарське заняття, самостійна робота	Індивідуальні виступи на семінарі, дослідницький проект	15

6. **Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання**

Результати навчання дисципліни (код)	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	2.1	2.2	3	4
Програмні результати навчання (назва)									
Демонструвати вміння організувати та забезпечувати підтримку комунікації в організаціях і творчих групах (пн 28)	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Використовувати соціологічну інформацію для забезпечення успішної комунікації з представниками різних соціальних організацій (пн 31)	+	+	+	+		+	+	+	+

7. **Схема формування оцінки.**

7.1 **Форми оцінювання студентів:**

- семестрове оцінювання:

1. Індивідуальний виступ на семінарських заняттях протягом семестру (теми 1-8): РН 1.1, РН 1.2, РН 1.3, РН 1.4, РН 1.5, РН 2.2, РН 2.3. РН 3. – 18 балів (12 мінімальних)
2. Написання есе: РН 1.4 – 12 балів (8 мінімальних)
3. Презентація дослідницького проекту РН 3., РН 4 -10 балів (4 мінімальних)
4. Контрольна робота (теми 1-6) РН 1.1, РН 1.2, РН 1.3, РН 1.5, РН 2.1. - 20 балів (12 мінімальних)

- підсумкове оцінювання у формі іспиту РН 1.1, РН 1.2, РН 1.3, РН 1.4, РН 1.5, РН 2.1. Максимальна оцінка за іспит складає 40 балів і мінімальна не має бути меншою 24 балів.

Письмовий іспит складається з двох видів завдань. Перше завдання тестове на 20 запитань, друге завдання сформоване у вигляді відкритого запитання.

- умови допуску до підсумкового іспиту:

Для студентів, які набрали сумарно меншу кількість балів за критично-розрахунковий мінімум – 36 балів для одержання допуску до іспиту обов'язковим є повторне складання контрольної роботи.

7.2 **Організація оцінювання:**

1. Семінарські заняття оцінюються по факту проведення, бали накопичуються протягом семестру за індивідуальні виступи. Індивідуальний виступ включає опрацювання джерел, які

- пропонуються для семінарських занять і самостійної роботи.
2. Есе виконується за темою 5.
 3. Контрольна робота виконується після вивчення шести тем (Теми 1-6) на лекційному занятті. Контрольна робота складається з тестових запитань (відкритих і закритих).
 4. Презентація дослідницького проекту виконується протягом семестру і має бути представлена на останньому за графіком навчання семінарському занятті.

7.3 Шкала відповідності оцінок

Відмінно / Excellent	90-100
Добре / Good	75-89
Задовільно / Satisfactory	60-74
Незадовільно/ Fail	0-59

8. Структура навчальної дисципліни. Тематичний план лекцій та семінарських занять

№ п/п	Номер і назва теми	Кількість годин		
		лекції	семінарські	Самостійна робота
1	Проблема комунікації: історичність комунікації. Різні сенси комунікації. Онтологія масової комунікації.	2	2	8
2	Філософські, психологічні, семіотичні, соціологічні сфери вивчення соціальної комунікації (маєте необмежений вибір теорій, важливо щоб були обрані ті, які можуть бути застосовані для пояснення сучасних явищ)	2	2	8
3	Підходи до дослідження соціальної комунікації. Теорія обмеженого коду Б.Берштайна.	2	2	8
4	Інтерпретація поняття «масове» в концепціях, теоріях, парадигмах: «масове» суспільство, «масова» людина, масова культура	2	2	8
5	Десуб'єктивізація і медіа: зникнення чи конструювання нового суб'єкта в медіа просторі	2	2	8
6	Соціально – психологічні процеси як контекст сприйняття текстової реальності (роль уваги, уявлення, сприйняття або соціального сприйняття в медіа, емоцій, мислення...)	2	2	8
7	Управління інформаційними потоками. Ю.Габермас і концепція публічної сфери. Медіа і політика.	4	2	8
8	Мережева теорія. Теорія інформаційного капіталізму Мануеля Кастельса та простір потоків.	2	2	8
9	Ідеологія і пропаганда.	2	2	8
10	Концептуальне осмислення сучасних медіа (спільно презентаційне заняття на основі презентацій)		2	8
	ВСЬОГО	20	20	80

Загальний обсяг 120 год., в тому числі:

Лекцій – 20 год.

Семінари – 20 год.

Самостійна робота - 80 год.

9. Рекомендовані джерела:

Основна: (Базова)

1. Медіа. Демократія. Культура / За ред.Н.Костенко, А.Ручки.-К.:Інститут соціології НАН України, 2008.- С. 3- 128.
2. Мінливості культури: соціологічні проєкції / за ред.,Н.Костенко.- К.: Інститут соціології НАН України, 2015.- С. 3-220
3. Скокова Л. Культурні практики в сучасному суспільстві: теоретичні підходи та емпіричні виміри.К.: Інститут соціології НАН України, 2018. – С. 3- 64.
4. Смилова морфологія соціуму / За ред. Н.Костенко.- К : Інститут соціології НАН України, 2012 .- 422с.

5. Пітерс Дж. Д. Слова на вітрі історія ідеї комунікації / Пер.з англ. А.Іщенко.-К.:Вид.дім «КМ Академія», 2004.- С.5-58.
6. Полякова Н. XX век в социологических теория общества. М.:Издательство «Логос», 2004, -С.127-356.
7. Рікер П. Идеология та утопія / Пер.з англ.-К.:ДУХ І ЛІТЕРА, 2005.-386с.

Додаткова:

1. Бауман З. Текучая современность /Пер.с англ. Под ред.Ю.В. Асочакова.- СПб.:Питер,2008.-240с.
2. Хабермас Ю. Комунікативна дія і дискурс - дві форми повсякденної комунікації // Ситниченко Л. Першоджерела комунікативної філософії. - К.: Либідь, 1996. - С. 84-90.
3. Габермас Ю. Інший спосіб подолання філософії суб'єкта: комунікативний versus суб'єктивний розум // Пер. з нім. А. Богачова /Габермас Юрген. Філософський дискурс сучасності. - К.: Український філософський фонд, 1998. - С. 5-37.
4. Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості. - Львів: Літопис, 2000. - 320 с.
5. Габермас Ю. Філософський дискурс Модерну / Пер. з нім. В. Купшіна. - К.: Четверта хвиля, 2001. - 424 с.
6. Кара-Мурза С.Г. Власть манипуляции. / С.Г.Кара-Мурза.- М.:Академический Проект, 2007.- 384с.- (Социально-политические технологии).
7. Кастельс М. Власть коммунікації: учеб. пособие / Пер. с англ. Н.М. Тылевич (под науч. ред. А.И. Черных) - М.: ГУ ВШЭ, 2016. - 563 с.
8. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. - М.: ГУ ВШЭ, 2000. - 608 с
9. Латур Б. Об Интероъективности. Социология вещей. Сборник статей / Под. Ред.В.Вахштайна.-М.:Издательский дом «Территория будущего», 2006. (Серия «Университетская библиотека АлександраПогорельского»).- С. 169-199.
10. Медиа в выборах: между политикой и культурой (контент-анализ политической прессы) / Под ред. Наталії Костенко: - К.:Ин-т социологии НАН Украины, 1999.-с.218.
11. Чудовська І.А. Соціологія реклами//Посібник. Київ. Вид-ство: Каравелла. 2019. – С.3-120.