

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Факультет соціології

Кафедра галузевої соціології



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

СОЦІОЛОГІЯ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

для студентів

галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки  
спеціальність 054 «Соціологія»  
освітній рівень бакалавр  
освітня програма «Соціологія»  
вид дисципліни обов'язкова

Форма навчання денна  
Навчальний рік 2020 /2021  
Семестр 8  
Кількість кредитів 3  
Мова викладання, навчання та оцінювання українська  
Форма заключного контролю іспит

Викладачі: Чудовська І.А.

Пролонговано: на 2021/2022 н.р. ( ) « » 20 р.  
(підпис, ПІБ, дата)

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

КИЇВ – 2020

Розробник(и):

Чудовська І.А. д.соц., доцент кафедри галузевої соціології

ЗАТВЕРДЖЕНО

В.о. зав. кафедри галузевої соціології

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

Протокол № 8 від «28» 08 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** – отримання студентами фундаментальних теоретичних знань про природу, структуру, функції, взаємодію сфери масової комунікації та політики, та про методи дослідження масових комунікацій.

**2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:** є наявність знань про соціальну взаємодію та функціонування соціальних інститутів.

**3. Анотація навчальної дисципліни:**

Дисципліна спрямована на те, щоб диференціювати існуючі соціальні комунікативні практики, що мають місце у сучасному суспільстві, включаючи ЗМК як бізнес організації, соціальний інститут, а також як досить поширену комунікативну практику. Практична частина курсу спрямована на покращення розуміння функціонування зазначених комунікативних практик, та використання їх у режимі підвищеної ефективності.

**4. Завдання (навчальні цілі):**

- знати базові поняття ЗМІ, ЗМК, мас-медіа та їх соціологічну інтерпретацію; способи, шляхи і методи дослідження ЗМК; особливості функціонування ЗМК як соціального інституту; роль ЗМК в формуванні, поширенні, модифікації громадської думки; методи емпіричного вивчення ЗМК та особливості їх застосування
- *вміти:* розвивати свій науковий та фаховий потенціал, застосовувати раціональні методи оволодіння знаннями; орієнтуватись у науковій та періодичній соціологічній літературі з актуальних питань вивчення ЗМК, відбирати з цієї інформації найголовніше, систематизувати її, вміти працювати з науково-методичними посібниками; вміти використовувати різноманітні методи в дослідженні масової комунікації

Це спрямовано на формування компетентностей:

- фк2. Здатність застосовувати соціологічні поняття, концепції, теорії та методи для аналізу й інтерпретації соціальних явищ і процесів, соціальних проблем та конфліктів в Україні та світі у їхньому сучасному та/або історичному контексті.
- фк12. здатність визначати теоретико-методологічні засади й формулювати ключові результати досліджень окремих галузей соціологічного знання
- фк17. Вміння аналізувати кількісну та якісну соціологічну інформацію

**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
1.1	Знати місце соціології масових комунікацій в структурі соціологічного знання.	Лекція	Індивідуальні виступи на семінарі.	4
1.2	Знати теоретичні підходи до вивчення масової комунікації.	Лекція, самостійна робота	Індивідуальні виступи на семінарі.	15
1.3	Знати ефекти масової комунікації.	Лекція	Індивідуальні виступи на семінарі.	4
1.4.	Знати, що таке вплив ЗМК.	Лекція	Індивідуальні виступи на семінарі.	4

2.1	Вміти виокремлювати характеристики новин.	Лекція	Індивідуальні виступи на семінарі.	10
2.2.	Вміти використовувати окремі ефекти для підвищення ефективності в масовій комунікації	Лекція	КР	18
2.3	Вміти аналізувати візуальні матеріали.	Лекція, самостійна робота	Індивідуальні виступи на семінарі	5
2.4	Вміти використовувати різні методологічні підходи до дослідження ЗМК	Лекція, самостійна робота	Індивідуальні виступи на семінарі.	10
3.1	Застосовувати знання для аналізу реклами в комунікативних практиках	Лекція, самостійна робота	Індивідуальні виступи на семінарі.	12
4.1	Самостійно використовувати методи для дослідження ЗМК	Лекція, Самостійна робота	КР	18

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

Результати навчання дисципліни (код)	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2.	2.3.	2.4	3.1	4.1
<b>Програмні результати навчання (назва)</b>										
застосовувати інструментарій соціологічної науки в дослідженні різних сфер суспільного життя (прп18)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
визначати теоретико-методологічні та концептуальні засади дослідження окремих галузей соціологічного знання (прп19)		+	+	+	+	+	+	+	+	+

**7.Схема формування оцінки.**

**7.1 Форми оцінювання студентів:**

- семестрове оцінювання:

1. Кр 1 з тем 1-5: РН 1.1, РН 1.2,Р.Н. 1.3.,РН 1.4. -18/10 балів
2. Кр 2 з тем 6-10: РН 2.1., РН2.2 РН 2.3, РН 2.4, РН 3.1, РН. 4.1 -18/10 балів
3. Індивідуальні виступи з тем, участь у груповій дискусії 1-9, РН 1.1, РН 1.2,Р.Н. 1.3.,РН 1.4., РН 2.1., РН2.2 РН 2.3, РН 2.4, РН 3.1, РН. 4.1.- 24/16 балів

- підсумкове оцінювання: у формі іспиту РН 1.1, РН 1.2,Р.Н. 1.3.,РН 1.4., РН 2.1., РН2.2 РН 2.3, РН 2.4 .

- 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 виконання хоча б однієї контрольної роботи.

**7.2 Організація оцінювання:**

1. Контрольна робота 1 з теми 1-5.
2. Контрольна робота 2 з теми 6-10.
3. Індивідуальні виступи з тем 1-10, участь у груповій дискусії – протягом семестру.

**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		
		лекцій	Семінарські	Самостійна робота
<b>Соціальна комунікація в площині соціологічного дискурсу</b>				
1	Тема1. Соціологія масових комунікацій як спеціальна соціологічна теорія.	2	2	5
2	Тема2. Теоретичні підходи до вивчення масової комунікації.	2	2	5
3	Тема3. Новини та їх характеристики .	2	4	5
4	Тема 4. Ефект та ефективність у масовій комунікації.	2	2	5
5	Тема 5. Узагальнення теоретичних підходів до масової комунікації.	2		4
<b>Медіа простір, та методологія його вивчення</b>				
6	Тема 6. Вплив ЗМК .	2	2	5
7	Тема 7. Візуальність як характеристика масової комунікації.	2	4	5
8	Тема 8. Реклама в медіа просторі	2	4	5
9	Тема 9. Методологія дослідження ЗМК	2	4	6
10	Тема 10. Узагальнення вивченого.	2		
<b>Всього</b>		<b>20</b>	<b>24</b>	<b>45</b>

Загальний обсяг 90 год. в тому числі:

Лекцій – 20 год.

Семінари – 24 год.

Самостійна робота - 45 год.

Консультація – 1 год.

#### 9. Рекомендовані джерела:

*Основна: (Базова)*

1. Костенко Н.В. Масова комунікація. / Соціологія. За ред. С. Макеєва. – К., 1998. – С.153. – 180.
2. Луман Н. Реальність масмедіа. – М., 2005. – С. 1- 151 с.
3. Н.Луман. Реальність масмедіа.: [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/3001/3006>
4. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. – Львів, 2010. – С. 254 - 536
5. Медіа. Демократія. Культура / За ред. Н. Костенко, А. Ручки. – К.: Інститут соціології НАН України, 2008. – С. 3 - 126с.
6. Чудовська-Кандиба І. Візуальне у дослідженнях культури / І. А. Чудовська-Кандиба // Якісні дослідження в соціологічних практиках: навч. посіб./ Ін-т соціології НАН України; за ред. Н. Костенко, Л. Скокової. – К., 2009. – С. 96–99.
7. Чудовська-Кандиба І.А. Соціокультурні виміри рекламних практик. – К.: 2010. – 445 с.
8. Штомпки П. Визуальная социология. – М., 2007. – 150 с. [Електронний ресурс] Режим доступу: [library.khpg.org/files/docs/1467544332.pdf](http://library.khpg.org/files/docs/1467544332.pdf)

*Додаткова:*

1. Чудовська І. Соціологія реклами/Посібник. – К., 2019. – С.3-65.
2. Конецкая В.П. К обоснованию категорий и единиц социально-информационной коммуникации // Вестник Московского Университета. – М., 1996. № 1. – С. 34-44.
3. Жюльен Ф. Трактат об эффективности // Пер. с фр. Крушняка Б. – Москва – Санкт-

- Петербург: Московский философский фонд "Университетская книга", 1999. – 232 с.
4. Мельник Г.С. Mass-media: Психологические процессы и эффекты. – Санкт-Петербург. Изд-во С.-Петербургского универ-та, 1996. – С. 3- 29 с.
  5. Костенко Н.В. Парадигмы та фактичності нових мас-медіа // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1998. – № 1-2 – С. 138-151.