

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Факультет соціології

Кафедра галузевої соціології



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

СУЧАСНІ ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

для студентів

галузь знань 05 "Соціальні та поведінкові науки"
спеціальність 054 «Соціологія»
освітній рівень бакалавр
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

Викладач: Чудовська І.А.

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

КИЇВ – 2019

Розробник: Чудовська І.А., д.соц.н., доцент, доцент кафедри галузевої соціології

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
Завідувачка кафедри галузевої соціології
_____ *Григорук В.В.*
Протокол № 1 від 30.08.2019 року

Схвалено науково-методичною комісією факультету соціології

Протокол від « 30 » 08 2019 року № 1.

Голова науково-методичної комісії _____ *Петренко-Лисак А.О.*

1. Мета дисципліни – формування системи знань щодо сучасних теорій та парадигм у сфері соціальної комунікації.

2. Дисципліна передбачає знання теоретичних основ соціології, основ соціальної комунікації і загальних методологічних принципів дослідження.

3. Анотація навчальної дисципліни:

Світ сучасності досить різноплановий, але ключовою формою соціальної взаємодії виступає соціальна комунікація у всіх проявах: і як міжособистісна, і як опосередкована (масова чи мережева). Поява нових форм, стимулює нові наукові розвідки, що звичайно сприяє появі нових концептів в поясненні та інтерпретації соціальної комунікації. Відповідно нові теоретичні конструкції с умовами, що забезпечують фундамент для здійснення досліджень у сфері соціальних комунікацій. Саме формування уявлення щодо інноваційного підходу до соціальної комунікації і складатиме «серцевину» дисципліни.

4. Завдання (навчальні цілі):

- оволодіння змістом основних категорій медіа простору;
- опанування як теоретичними знаннями так і практичними навиками щодо дослідження медіа;
- вміння визначати основні компоненти різноманітних методів дослідження текстів;
- знання щодо доцільності використання якісної чи кількісної стратегії в дослідженні медіа.

Це спрямовано на формування компетентностей:

- здатність використовувати понятійний апарат та методологічний інструментарій соціології для дослідження комунікаційних процесів (фк26)
- здатність здійснювати різноманітні аналізи комунікативних практик (як невербальної, так і візуальної та масової (фк28))

5. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікації; 4. автономність та відповідальність)		Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання	Методи оцінювання	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
1.1	Знати різні сенси соціальної комунікації онтологія масової комунікації.	Лекція, практичні заняття, самостійна робота	практичні завдання, КР	10
1.2	Знати психологічні, семіотичні, соціологічні сфери вивчення соціальної комунікації.	Лекція, практичні заняття, самостійна робота	практичні завдання, КР	10
2.1	Вміти здійснювати управління інформаційними потоками, використовуючи модель Ю.Габермаса щодо публічної сфери.	Лекція, практичні заняття, самостійна робота	практичні завдання, КР	15
2.2	Вміти інтерпретувати поняття «масове» в концепціях, теоріях, парадигмах: «масове» суспільство, «масова» людина, масова культура	Лекція, практичні заняття, самостійна робота	практичні завдання, КР, есе	20
2.3	Вміти концептуально осмислювати сучасні медіа, та їх зв'язок з політикою	Лекція, практичні заняття, самостійна робота	практичні завдання, КР	10
2.4	Вміти використовувати мережевий підхід, для пояснення сучасних процесів в суспільстві	Лекція, практичні заняття, самостійна робота	практичні завдання, КР	15
3.1	Автономно здійснювати аналіз медіа текстів щодо наявності ідеологем і пропаганди.	Лекція, практичні заняття, самостійна робота	Презентація власного дослідження	20

6. Результати навчання за дисципліною:

Результати навчання дисципліни (код)	1.1	1.2	2.1	2.2	2.3	2.4.	3.1
Програмні результати навчання (назва)							
використовувати соціологічний інструментарій та методологічний арсенал соціології для аналізу комунікаційних процесів у сучасному суспільстві (прн32).	+	+	+	+	+	+	+
застосовувати теоретичні підходи та методологію аналізу до діагностики та вирішення проблем координації взаємодії соціальних груп українського суспільства(прн33).	+	+	+	+	+	+	+
виявляти стереотипи та знати шляхи їх подолання в сфері масових комунікацій Застосовувати інструментарій соціологічної науки в дослідженні різних сфер суспільного життя (прн34).			+	+	+	+	+

7. Схема формування оцінки.

7.1 Форми оцінювання студентів:

- семестрове оцінювання:

1. Індивідуальний виступ на практичних заняттях протягом семестру (теми 1-8): РН1.1, РН1.2, РН2.1, РН2.2, РН2.3, РН2.4. – 20 балів (12 мінімальних)
2. Контрольна робота 1 (теми 1-4) РН1.1, РН1.2, РН2.1, РН2.2, РН2.3, РН2.4. - 20 балів (12 мінімальних)
3. Контрольна робота 2 у вигляді презентації дослідницького проекту (теми 5-8) . РН2.2, РН2.3, РН2.4, РН 3.1 -20 балів (12 мінімальних)

- підсумкове оцінювання у формі іспиту РН 1.1, РН 1.2, РН 2.1, РН 2.2, РН 2.3, РН2.4, РН 3.1. 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. Практичні заняття оцінюються по факту проведення, бали накопичуються протягом семестру за індивідуальні виступи. Індивідуальний виступ включає опрацювання джерел, які пропонуються для практичних занять і самостійної роботи.
2. Контрольна робота 1, виконується після вивчення чотирьох тем (Теми 1-4) на лекційному занятті.
3. Контрольна робота складається з тестових запитань (відкритих і закритих). Контрольна робота 2, виконується після вивчення чотирьох тем (Теми 5-8) на лекційному занятті у вигляді презентації дослідницького проекту.

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 практичних занять

№ п/п	Номер і назва теми	Кількість годин		
		Лекції	Практичні	Самостійна робота
Онтологія соціальної комунікації				
1.	Різні сенси комунікації.	2	4	6
2.	Філософські, психологічні, семіотичні, соціологічні сфери вивчення соціальної комунікації (масте необмежений вибір теорій, важливо щоб були обрані ті, які можуть бути застосовані для пояснення сучасних явищ)	4	2	6
3.	Б.Берштайн «Теорія універсального коду»	2	4	6
4.	Управління інформаційними потоками. Ю.Габермас і концепція публічної сфери.	2	8	10
	<i>контрольна робота 1</i>	2		
Соціальна комунікація: сучасне теоретичне осмислення				
5.	Медіа і політика.	2	4	8
6.	Ідеологія. Маніпуляція. Пропаганда.	6	4	8
7.	Концептуальне осмислення сучасних медіа	2	4	8
8.	Мережевий підхід.	2	4	8
	<i>контрольна робота 2</i>	2		
	ВСЬОГО	26	34	60

Загальний обсяг 120 год., в тому числі:

Лекцій – 26 год.

Практичні заняття – 34 год.

Самостійна робота - 60 год.

9. Рекомендовані джерела

Основні: (Базова)

1. Культура.-суспільство- особистість: Навчальний посібник /За ред.Л.Скокової.-К.,2006. С.202 -243.
2. Костенко Н.В. Масова комунікація. / Соціологія під. Ред., С. Максева. - К. 2005 -С.153-180.
3. Медіа. Демократія. Культура / За ред.Н.Костенко, А.Ручки.-К.: Інститут соціології НАН України, 2008.- С. 3- 47.
4. Мак – Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів 2010.- С.3-124.
5. Полякова Н.Л. XX век в социологических теориях общества. Москва: Издательство «Логос», 2004.- С. 279-366.

Додаткова:

1. Костенко Н.В. Парадигми та фактичності нових мас-медіа // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1998. – № 1-2 – С. 138-151.
2. Черных А. Мир современных медиа. М. 2007. С.79-99.
3. Чудовська І.А. Соціологія реклами //Посібник. Київ. Вид-цтво: Каравелла.2019.-С.3-89
4. Handbooks of Media and Mass Communication Theory: https://www.academia.edu/19196822/The_Handbook_of_Media_and_Mass_Communication_Theory
5. The Handbook of Media and Mass Communication Theory <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/book/10.1002/9781118591178>