

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан соціологічного факультету
Олена МУРАДЯН


«31» серпня 2023 р.

Робоча програма навчальної дисципліни
Соціологія масової комунікації

рівень вищої освіти перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
галузь знань 06 - Журналістика
спеціальність 061 - Журналістика
освітня програма Журналістика
спеціалізація _____
вид дисципліни обов'язкова
факультет філологічний

2023/2024 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

« 28 » червня 2023 року, протокол № 6

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: Субота Марина Миколаївна, доцент кафедри прикладної соціології і соціальних комунікацій

Програму схвалено на засіданні кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна.

Протокол від « 05 » червня 2023 року № 14

Завідувач кафедри прикладної соціології
та соціальних комунікацій



_____ (Ірина СОЛДАТЕНКО).
(підпис) (прізвище та ініціали)

Гарант освітньої (професійної) програми «Журналістика»

_____ Лариса КОПИЛОВА

Програму погоджено науково-методичною комісією соціологічного факультету

Протокол від « 26 » червня 2023 року № 9

Голова науково-методичної комісії



_____ Юлія СОРОКА
(підпис) (прізвище та ініціали)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Соціологія масової комунікації» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів спеціальності 061 – Журналістика освітньої програми Журналістика.

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. *Мета викладання навчальної дисципліни:* розуміння студентами принципів науково-теоретичної дослідницької роботи у галузі соціологічного, журналістського та міждисциплінарного вивчення сучасних проблем масової та медіакомунікації, набуття ними відповідних навичок теоретичних та практичних досліджень; аналіз основних теоретичних напрямів досліджень масової комунікації; розгляд теорій і моделей функціонування масової комунікації у сучасному світі; аналіз традиційних і нових форм медіа; аналіз сучасного українського і світового контексту функціонування медіа, реалізований на засадах інтеграції традиційних і новаторських теоретико-методологічних і методичних підходів.

1.2. *Основні завдання вивчення дисципліни:*

- навчити розуміти сутність масової комунікації як складного, багатоаспектного соціального явища, з яким безпосередньо пов'язана діяльність журналістів та фахівців у галузі медіа аналітики та медіакритики;

- надати знання про витоки, історію та специфіку розвитку соціологічної теорії масової комунікації;

- сформулювати уявлення про цілісну систему соціологічного знання в області масових комунікацій;

- вивчити основні теоретичні концепції та ідеї, які обґрунтовують діяльність нових медіа в умовах сучасного інформаційно-комунікативного суспільства і діджиталізації комунікацій;

- вивчити основні методи емпіричного соціологічного дослідження масових комунікацій;

- навчити застосовувати на практиці емпіричного соціологічного дослідження контенту масових комунікацій;

- розглянути і проаналізувати основні тенденції розвитку сучасних засобів масової комунікації;

- дослідити особливості традиційних і нових медіа у контексті професійних практик журналістів та фахівців у галузі медіааналітики та медіакритики.

1.3. *Кількість кредитів – 3*

1.4. *Загальна кількість годин – 90*

1.5. Характеристика навчальної дисципліни

Нормативна	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
4-й	5-й
Семестр	
8-й	10-й
Лекції	
36 год.	12
Практичні, семінарські заняття	
0 год.	0 год.
Лабораторні заняття	
0 год.	0 год.

Самостійна робота	
54 год.	78 год.
у тому числі індивідуальні завдання	

1.6. *Заплановані результати навчання.* Згідно до вимог освітньо-професійної програми, здобувачі повинні набути компетентності та демонструвати такі результати навчання:

Перелік предметних компетентностей здобувача вищої освіти:

Загальні компетентності:

- ЗК1. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.
- ЗК2. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності
- ЗК3. Здатність бути критичним і самокритичним.
- ЗК4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- ЗК6. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК7. Здатність працювати в команді.
- ЗК8. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.
- ЗК9. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
- ЗК10. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.
- ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.

Фахові компетентності:

- ФК1. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.
- ФК2. Здатність формувати інформаційний контент.
- ФК4. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.
- ФК5. Здатність до провадження безпечної медіа діяльності.

Програмні результати навчання:

Знання:

- ПРЗ 1. Пояснювати свої виробничі дії та операції на сонові отриманих знань.
- ПРЗ 2. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.
- ПРЗ 3. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована самостійно або разом з колегами.
- ПРЗ 4. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціокомунікаційних наук.
- ПРЗ 4. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.

Уміння:

- ПРУ 1. Використовувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.
- ПРУ 2. Використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.
- ПРУ 5. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.

Комунікація:

ПРК1. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.

ПРК 2. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.

Автономність і відповідальність:

ПРА 1. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.

ПРА 2. Оцінювати діяльність колег як носіїв прав і обов'язків членів суспільства, представників громадянського суспільства.

ПРА 3. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО СОЦІОЛОГІЧНОГО АНАЛІЗУ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Тема 1. Вступ до соціології масової комунікації

Вступ до курсу. Організаційні питання. Теорія масової комунікації як наука і навчальна дисципліна. Міждисциплінарна і мультипарадигмальна природа теорії масової комунікації. Теорія та теорії масової комунікації. Основні поняття курсу. Визначення понять «комунікація», «інформація», «маса», «публіка», «аудиторія». Визначення феномена масової комунікації. Відмінність масової комунікації та міжособистісного спілкування. Масова комунікація як процес та як сукупність структурних елементів. Базові моделі масової комунікації. «Масова комунікація», «засоби масової комунікації», «засоби масової інформації», «мас-медіа», «медіа»: подібності та відмінності цих понять. Демасифікація сучасних ЗМК. Класифікація теорій масової комунікації: нормативні, суспільно-наукові, теорії «здорового глузду».

Тема 2. Масова комунікація як соціальний інститут. Нормативні теорії і принципи функціонування ЗМК

Специфічні риси ЗМК як соціального інституту. Нормативні теорії функціонування масової комунікації: авторитарна теорія, радянська система масової комунікації, лібертіанська теорія, теорія соціальної відповідальності, модель демократичного представництва, модель розвитку. Свобода слова та об'єктивність як нормативні принципи діяльності мас-медіа. Співвідношення свободи і відповідальності. Принципи об'єктивності, різноманіття та якості інформації. ЗМК як «четверта влада». ЗМК і громадянське суспільство.

Тема 3. Характеристика і дослідження нових медіа

Риси нових медіа: децентралізація; висока пропускна здатність; інтерактивність; гнучкість форм, змісту, використання. Сучасні тенденції у масових комунікаціях: глобалізація, демасовизація, конгломерація, конвергенція тощо. Тенденції формування нових мас-медіа. Соціальні наслідки мережевих комунікацій або «спілкування» в Інтернеті. Концепція «інтерактивного», «інформаційно-комунікативного» суспільства. «Міфологія» глобалізації через медіа.

Тема 4. Становлення соціології масової комунікації: основні ідеї та етапи

Концепції масового суспільства. Теорії «магічної кулі». Виникнення американської традиції дослідження масової комунікації. Роль стереотипів у масовій комунікації; мас-медіа і громадська думка (У. Липпман). Концепція пропаганди (Г. Лассуел). Системно-структурні уявлення про масову комунікацію, або структурний функціоналізм у дослідженнях масової комунікації. Перші дослідження ефектів масової комунікації. «Лідери думок». Двоступінчата модель масової комунікації. «Масове переконання» (К. Ховланд). Типологія функцій (основних завдань масової комунікації).

Тема 5. Розвиток соціологічних досліджень масової комунікації

Теорія соціального навчання. Теорія отримання користі та задоволення. Теорія змови та медіазалежності. Підсумки перших етапів дослідження масової комунікації: 20-30-ті роки «Мас медіа і політичний процес» (Г. Ласуелл, П. Лазарсфельд, Б. Берельсон), 40-50-ті роки – «Мас медіа та особистість» (К. Ховленд, Дж. Клеппер), «Мас медіа та управління» (Н. Вінер і К. Шеннон), 60-70-ті роки «Мас медіа та соціальний контроль» (Ч.Р. Мілс, Г. Маркузе, Г. Шіллер).

Тема 6. Новітній етап соціологічних досліджень масової комунікації

Теорії медіа в культурній перспективі. Основні ідеї Торонтської (Г. Інніс, М. Мак-Люен), Анненбергської (теорія культивуації (Дж. Гербнер)) та Бірмінгемської шкіл щодо масової комунікації. Соціально-сімеотичний підхід до аналізу масової комунікації. Проблема конструювання соціальної реальності мас-медіа. Поняття постмодерну. Медіа епохи постмодерну: медіа і суспільство спектаклю (Г. Дебор), медіа і гіперреальність (Ж. Бодрійяр).

Розділ 2. НАПРЯМИ І МЕТОДИ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Тема 7. Ефекти впливу мас-медіа

Мас-медіа як об'єкт і суб'єкт впливу. Поняття ефекту. Ефект та ефективність. Періодизація та типологія досліджень ефектів впливу ЗМК. Види ефектів у масовій комунікації. Загальна характеристика сучасного етапу вивчення ефектів масової комунікації. Масова паніка як один з ефектів масової комунікації. Теорія отримання користі та задоволення. Теорії інформаційного дефіциту. Концепції ефектів масової комунікації на рівні групи, суспільства.

Тема 8. Мас-медіа і громадська думка. Дослідження аудиторії мас-медіа

Поняття та сутність феномену громадської думки. Дж. Геллап і наукове вивчення громадської думки. Порядок денний для суспільства (agenda setting theory). Конструювання соціальних проблем масовою комунікацією. Концепція «спіралі мовчання» Е. Ноель-Нойман. Медіаметричні дослідження аудиторії.

Тема 9. Дослідження змісту масової комунікації

Сутність та особливості контент-аналізу як кількісно якісного методу аналізу змісту масової комунікації. Сутність та особливості дискурс-аналізу як якісного методу аналізу змісту масової комунікації. Поняття дискурсу. Дискурс аналіз як теоретичний напрямок. Дискурс-аналіз як метод дослідження змісту масової комунікації. Стратегія дискурс-аналізу Т.А. ван Дейка.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усьог о	у тому числі					усьог о	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р		л	п	лаб	інд	с.р
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Розділ 1. Теоретичні підходи до аналізу масової комунікації												
Тема 1. Вступ до соціології масової комунікації	10	4		-	-	6	10	1	-	-	-	9
Тема 2. Масова комунікація як соціальний	10	4		-	-	6	10	1	-	-	-	9

інститут. Нормативні теорії і принципи функціонування ЗМК												
Тема 3. Характеристика і дослідження нових медіа	10	4		-	-	6	10	1	-	-	-	9
Тема 4. Становлення соціології масової комунікації: основні ідеї та етапи	10	4		-	-	6	10	1	-	-	-	9
Тема 5. Розвиток соціологічних досліджень масової комунікації	10	4		-	-	6	10	1	-	-	-	9
Тема 6. Новітній етап досліджень масової комунікації	10	4		-	-	6	10	2	-	-	-	8
Разом за розділом 1	60	2 4		-	-	36	60	7	-	-	-	53
Розділ 2. Напрями і методи соціологічних досліджень масової комунікації												
Тема 7. Ефекти впливу мас-медіа	10	4		-	-	6	10	1	-	-	-	9
Тема 8. Мас-медіа і громадська думка. Дослідження аудиторії мас- медіа	10	4		-	-	6	10	2	-	-	-	8
Тема 9. Дослідження змісту масової комунікації	10	4		-	-	6	10	2	-	-	-	8
Разом за розділом 2	30	1 2				18	30	5	-	-	-	25

	90	36		-	-	54	90	12	-	-	-	78
--	-----------	-----------	--	---	---	-----------	-----------	-----------	---	---	---	-----------

4. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
-	-	

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин
1	<p>Читання, конспектування першоджерел. Підготовка відповідей на запитання: 1. Визначте, у чому полягає відмінність масової комунікації та міжособистісної. 2. Розкрийте основні «параметри масової комунікації» 3. Обміркуйте, яку роль відіграють ЗМК у сучасному суспільстві. 4. Які можливості масова комунікація відкрила для сучасного суспільства. 5. Обміркуйте, чому сьогодні надається перевага термінам «ЗМК», «мас-медіа», а не «ЗМІ». 6. Визначте, у чому полягає відмінність комунікації та інформації. 7. Визначте, у чому полягає відмінність між масою та аудиторією. 8. Поміркуйте, чому фахівці пропонують відмовитися від слова «масові» по відношенню до сучасних медіа? Що є причиною «демасифікації медіа» та в чому вона полягає. 10. Поміркуйте, у може полягати вплив масової комунікації на аудиторію. 11. Визначте, з яких структурних елементів складається масова комунікація.</p> <p>Написання самостійної роботи «Мій медіадень»</p>	6
2	<p>Читання, конспектування першоджерел. Підготовка відповідей на запитання: 1. Дайте визначення поняття соціальний інститут та розкрийте специфічні риси ЗМК як соціального інституту. 2. Охарактеризуйте медіа як організації. 3. Охарактеризуйте масову комунікацію як конституційно-правову сферу. 4. Визначте, у чому полягає специфіка нормативних теорій функціонування масової комунікації? 5. Визначте, у чому полягає відмінність ідей лібертаріанської моделі та моделі демократичного представництва. Чи можна говорити про повну відмову від радянської комуністичної моделі в діяльності сучасних українських медіа? 6. Проаналізуйте свободу слова і об'єктивність як нормативні принципи діяльності мас-медіа. 7. Охарактеризуйте сутність поняття «четверта влада» щодо медіа.?</p>	6

	Написання есе «Чи мас-медіа «четвертою владою» у нашому суспільстві?»	
3	Читання, конспектування першоджерел. Підготовка доповідей: 1. Основні риси нових медіа. 2. Основні тенденції в сучасній масовій комунікації. 3. Основні соціальні наслідки мережевих комунікацій або «спілкування» в Інтернеті. 4. «Нова масовість» нових медіа. Написання есе : «Чи є громадянська журналістика соціальним інститутом сучасного суспільства?»	6
4	Читання, конспектування першоджерел. Підготовка відповідей на запитання: 1. Розкрийте перші теоретичні уявлення про масову комунікацію в межах концепцій масового суспільства. 2. Визначте, у чому полягає сутність теорій масової комунікації, які об'єднує метафорична назва «теорії магічної кулі» (Magic Bullet Theory in Mass Media)? 3. Розкрийте уявлення про масову комунікацію як про поширення стереотипів (В. Липпман). 4. Розкрийте основні положення концепції пропаганди . Лассуела. 5. Поміркуйте, чому у сучасному суспільстві пропаганда залишається ефективною та як вона трансформувалась. 6. Визначте, у чому полягає сутність двоступінчатої моделі масової комунікації. 7. Поміркуйте, яким чином таке явище, як гейткіпінг, реалізується в умовах сучасних медіа. 8. Визначте, хто є «лідером думок» у світі сучасних мас-медіа? 9. Розкрийте сутність системно-структурних уявлень про масову комунікацію.10. Охарактеризуйте головні ідеї П. Лазарсфельда і Р. Мертона щодо впливу масової комунікації на аудиторію.	6
5	Читання, конспектування першоджерел. Підготовка відповідей на запитання: 1. Розкрийте основні ідеї Торонтської школи (Г. Інніс, М. Мак-Люен) щодо масової комунікації. 2. Розкрийте, як ви розумієте тезу М. Мак-Люена, що засіб комунікації і є повідомленням (<u>the medium is the message</u>). 3. Аргументуйте, чи є сьогодні актуальною метафора «глобального села»? 4. Розкрийте концепції «Мозаїчної культури А. Моля.	6
6	Читання, конспектування першоджерел. Підготовка відповідей на запитання: 1. Розкрийте, у чому полягають основні ідеї Анненбергської школи (теорія культивування, Дж. Гербнер). 2. Розкрийте семіотичний підхід у дослідженні масової комунікації. 3. Розкрийте концепцію міфу Р.Барта. 4. Розкрийте основні ідеї Бірмінгемської школи культурних досліджень щодо масової комунікації. 5. Розкрийте теорію кодування і декодування С. Голла. 6. Розкрийте основні ідеї медіа-групи Університету Глазго щодо масової комунікації. 7.Розкрийте поняття та зміст «цінностей новин». 8. У чому полягає сутність семіотичного підходу до аналізу масової комунікації? 9. Охарактеризуйте основні ідеї щодо медіа епохи постмодерну. 10. Аргументуйте, чи є Інтернет утіленням постмодерну. Виконання самостійної роботи Порівняльний аналіз порядку денного теленовин (Порівняльний аналіз теленовин методом якісно-кількісного контент-аналізу).	6
7	Читання, конспектування першоджерел. Підготовка відповідей на запитання: 1. Дайте визначення поняття «ефект масової	6

	<p>комунікації». 2. Визначте періодизацію досліджень ефектів впливу ЗМК («сильні» та «слабкі ефекти»). 3. Які види ефектів у масовій комунікації можна виділити? 4. Охарактеризуйте сучасний етап вивчення ефектів масової комунікації. 4. Розкрийте основні положення теорії отримання користі та задоволення в контексті ефектів масової комунікації. 5. Розкрийте, у чому полягає теорія інформаційного дефіциту. Виконання самостійної роботи Порівняльний аналіз порядку денного теленовин (Порівняльний аналіз теленовин методом якісно-кількісного контент-аналізу).</p>	
8	<p>Читання, конспектування першоджерел. Підготовка доповідей: 1. Поняття «громадська думка». Наукове вивчення громадської думки. 2 Ефект встановлення порядку денного для суспільства засобами масової комунікації (agenda setting theory). 3. Конструювання соціальних проблем масовою комунікацією. 4. Основні положення концепції «спіралі мовчання» Е. Ноель-Нойман. 5. Сутність та особливості сучасних медіа метричних досліджень аудиторії мас-медіа. Написання самостійної роботи: «Відмінності між медіа метричними та соціологічними дослідженнями аудиторії мас-медіа». Виконання самостійної роботи Порівняльний аналіз порядку денного теленовин (Порівняльний аналіз теленовин методом якісно-кількісного контент-аналізу).</p>	6
9	<p>Читання, конспектування першоджерел. Порівняльний аналіз теленовин методом якісно-кількісного контент-аналізу та створення мультимедійної презентації його результатів. Підготовка доповідей на запитання: 1. Охарактеризуйте контент-аналіз як кількісно-якісний метод дослідження змісту масової комунікації. 2. Охарактеризуйте історію розвитку методу контент-аналітичних досліджень масової комунікації. 3. Розкрийте поняття «дискурс». 4 Охарактеризуйте дискурс-аналіз як теоретичний напрямок досліджень сучасного соціуму та масової комунікації зокрема. 5. Охарактеризуйте дискурс-аналіз як дослідницький метод при вивченні масової комунікації. 6. Охарактеризуйте стратегію дискурс-аналізу новинних повідомлень Т.А. Ван-Дейка. Написання самостійної роботи: у чому полягають відмінності між методами контент-аналізу та дискурс-аналізу у дослідженнях масової комунікації..</p>	6
	Разом	54

7. Індивідуальні завдання

8. Види навчальної діяльності (змішане навчання, лекції, семінарські заняття)

Тема	Класифікація	Попередня підготовка	Подача нової інформації	Тренування	Зворотній зв'язок
Розділ 1. Теоретичні підходи до аналізу масової комунікації					
Тема 1. Вступ до соціології масової	Вступна лекція	Ознайомлення або повторення	Мультимедійна презентація в	Робота з літературою	Обговорення навчального матеріалу

комунікації		я термінології, необхідної для роботи з темою	аудиторії та на платформі Classroom (відеоконференція)		
Тема 2. Масова комунікація як соціальний інститут. Нормативні теорії і принципи функціонування ЗМК	Інформацій на лекція	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	Мультимедійна презентація в аудиторії та на платформі Classroom (відеоконференція)	Робота з літературою Робота з кейсами;	Обговорення навчального матеріалу Завдання у Classroom
Тема 3. Характеристика і дослідження нових медіа	Інформацій на лекція	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	Мультимедійна презентація в аудиторії та на платформі Classroom (відеоконференція)	Робота з літературою Робота з кейсами;	Обговорення навчального матеріалу Завдання у Classroom
Тема 4. Становлення соціології масової комунікації: основні ідеї та етапи	Інформацій на лекція	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	Мультимедійна презентація в аудиторії та на платформі Classroom (відеоконференція)	Робота з літературою Робота з кейсами;	Обговорення навчального матеріалу
Тема 5. Розвиток соціологічних досліджень масової комунікації	Інформацій на лекція	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	(Мультимедійна презентація в аудиторії та на платформі Classroom (відеоконференція)	Робота з літературою Робота з кейсами;	Обговорення навчального матеріалу Завдання у Classroom
Тема 6. Новітній етап досліджень масової комунікації	Інформацій на лекція	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної	Мультимедійна презентація в аудиторії та на платформі Classroom	Робота з літературою Робота з кейсами;	Обговорення навчального матеріалу

		для роботи з темою	(відеоконференція)		
Розділ 2. НАПРЯМИ І МЕТОДИ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ					
Тема 7. Ефекти впливу мас-медіа	Інформацій на лекція, семінар	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	Мультимедійна презентація в аудиторії та на платформі Classroom (відеоконференція)	Робота з літературою Робота з кейсами;	Обговорення навчального матеріалу
Тема 8. Мас-медіа і громадська думка. Дослідження аудиторії мас-медіа	Інформацій на лекція	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	Мультимедійна презентація в аудиторії та на платформі Classroom (відеоконференція)	Робота з літературою Робота з кейсами;	Обговорення навчального матеріалу
Тема 9. Дослідження змісту масової комунікації	Інформацій на лекція	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	Мультимедійна презентація в аудиторії та на платформі Classroom (відеоконференція)	Робота з літературою Робота з кейсами;	Обговорення навчального матеріалу

7. Методи навчання

- **лекції** – розкриваються принципові та найбільш важливі аспекти визначених тем дисципліни із застосуванням мультимедійних засобів навчання. Інтерактивні лекції з елементами групової дискусії. Застосовуються метод активізації навчально-пізнавальної діяльності студента з дисципліни (зокрема аналіз кейсів з історичної та сучасної практики функціонування вітчизняних і закордонних мас-медіа), метод проблемного викладу матеріалу, частково-пошуковий, або евристичний, метод, які орієнтуються на компетентнісний підхід в навчанні.
- **самостійна робота** – поглиблене самостійне здобування знань (конспектування, тезування, анотування, рецензування, тощо), удосконалення вмінь та навичок включає вивчення додаткової літератури та написання есеїв, емпіричної дослідницької роботи.

8. Методи контролю

Контроль знань з навчальної дисципліни визначає відповідність рівня отриманих студентами знань, вмінь та навичок вимогам нормативних документів з вищої освіти. Навчальним планом та програмою навчальної дисципліни передбачені різні види завдань. За виконання різних видів завдань протягом семестру студенти набирають певну суму балів, яка дозволяє (або не дозволяє) скласти залік.

Поточний контроль – усні опитування на лекціях за контрольними та програмними питаннями поточної та попередніх тем; оцінювання ступеню активності студентів та якості їхніх коментарів. Передбачені самостійні роботи теоретичних питань нормативного або проблемного характеру. Самостійні роботи з теоретичних питань нормативного або проблемного характеру, письмові есе. *Рубіжний контроль* – практична самостійна робота. *Підсумковий контроль* – письмовий екзамен (тест – 20 запитань).

9. Схема нарахування балів

Поточне тестування та самостійна робота						Контрольна робота, передбачена навчальним планом			Екзаме н	Сум а
Розділ 1						Розділ 2				
Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	Т 8	Т 9	40	100
6	6	6	7	7	7	7	7	7		

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
	для чотирирівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно
70-89	добре
50-69	задовільно
1-49	незадовільно

1. Критерії оцінювання самостійної (практичної) роботи «Порівняльний аналіз теленовін»:

1. змістовна відповідність завданню, використання матеріалів курсу – 4 бали;
 2. коректність та глибина здійсненого аналізу – 5 балів;
 3. обґрунтування результатів та висновків дослідження – 4 бали;
 4. оформлення згідно вимог – 1 бал.
 5. мультимедійна презентація – 5 балів
- Максимальна кількість балів – 20.

Критерії оцінювання самостійних робіт (есе):

- оригінальність, повноцінне та точне розкриття теми/проблеми – 3 бали;
- оперування категоріальним апаратом курсу – 1 бал;
- наведення прикладів – 1 бал

Максимальна оцінка за виконання завдання – 5 балів

Критерії оцінювання письмової екзаменаційної роботи:

Тест – 40 балів (1 вірна відповідь – 2 бали)

9. Рекомендована література

Основна література

1. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: навчальний посібник / За науковою редакцією В. В. Різун. К.: Центр Вільної Преси, 2010. 258 с.
2. Квіт С. Масові комунікації: підручник / Сергій Квіт. К: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с. (Могилянський підручник)
3. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації // Деніс Мак-Квейл [перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків]. Львів: Літопис, 2010. 538 с.
4. Навальна М., Ісайкіна О. Медіакомунікації : навчальний посібник. Переяслав-Хмельницький : «Видавництво КСВ», 2018. 220 с.
5. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація» / В. В. Різун. К. :Просвіта, 2008. 260 с.
6. Сучасні методики контент-аналізу: навчальний посібник / Батаєва Катерина, Іванов Валерій, Костенко Наталія, Семотюк Орест, Юзва Людмила; за заг. ред. Костенко Наталії, Батаєвої Катерини та Іванова Валерія. К : КОНДОР, 2018. 416 с.
7. Крос К. Політична комунікація і висвітлення новин у демократичних суспільствах: перспективи конкуренції / Крос Кетлін, Гакет Роберт; пер. Руслан Ткачук. К. : Основи, 2000. 142 с.
8. Яремчук С. С. Соціологія масової комунікації : навч. посібник / С. С. Яремчук. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2015. 248 с.
9. The handbook of media and mass communication theory / Robert S Fortner; Mark Fackler. Chichester, West Sussex, UK : John Wiley & Sons, 2014. 1008 p.

Допоміжна література

1. Бутиріна М. В. Стереотипи масової свідомості: особливості формування та функціонування у медіа середовищі: монографія. Дніпропетровськ: Слово, 2009. 368с.
2. Костенко Н. В. Досвід контент-аналізу: моделі та практики: монографія / Н. В. Костенко, В. Ф. Іванов. К.: Центр вільної преси, 2003. 200 с.
3. Лалл Дж. Мас-Медіа, комунікація, культура: глобальний підхід / Джеймс Лалл; за ред. О. Гриценка, Н. Гончаренко; пер. з англ. О. Гриценка, С. Гарастович, Т. Гарастович [та ін.]. К.: К.І.С., 2002. 264 с.
4. Мак-Комбс М. Встановлення пріоритетів: масмедії і громадська думка: пер. з англ / Маршал Мак-Комбс. К.: К.І.С., 2007. 256 с
5. Новини vs. Новини: виборча кампанія в новинних телепрограмах / за ред. Наталії Костенко і Валерія Іванова; Ін-т соціології НАН України; Ін-т журналістики Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка; Акад. укр. преси. К.: ЦВП, 2005. 212 с.
6. Оссовський В. Л. Громадська думка: спроба соціологічної інтерпретації / В. Л. Оссовський; НАН України. Ін-т соціол. К., 1999. 137 с.

7. Різун В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві : навч. посіб. / В. В. Різун, Т. В. Скотнікова. – К. : ВПЦ «Київський університет», 2005. – 104 с.
8. Филипс Л. Дж. Дискурс аналіз: теорія и метод : пер. с англ. / Луїза Дж. Филипс, Маріанне В. Йоргенсен ; [науч. ред., предисл. А. А. Киселева]. Х. : Гуманитарний Центр, 2008. 352 с.
9. Шендеровський К. С. та інші. Медіакомунікації та соціальні проблеми: Збірка навчально-методичних матеріалів і наукових статей в трьох частинах. Частина перша / Упор., ред. К. С. Шендеровського / Київ. нац. ун-т; Ін-т журналістики. К., 2012. 288 с.

Наукова періодика

1. The Just Use of Propaganda (?): Ethical Criteria for Counter-Hegemonic Communication Strategies / John Arthos // *Western Journal of Communication*/ October 2013. 77(5) Pp. 582–603.
2. Dominick, J. R. Audience Segmentation: The End of Mass Communication As We Know It / Joseph R. Dominick // *The dynamics of mass communication: Media in the digital age* / Joseph R. Dominick —McGraw-Hill Higher Education, 2011. – P. 20–25.
3. A new approach to target segmentation: Media-usage segmentation in the multi-media environment / Jun Heo // *Journal of Targeting Measurement and Analysis for Marketing*. August 2009 17(3): Pp. 145-155.
4. Intermedia agenda setting in personalized campaigns: How news media influence the importance of leaders / Susan Banducci, Iulia Cioroianu, Daniel Stevens //
5. *Electoral Studies*. 24 April 2018. Volume 54 (Cover date: August 2018). Pp. 281–288
6. Setting the agenda: Different strategies of a Mass Media in a model of cultural dissemination / Sebastián Pinto, Pablo Balenzuela, Claudio O. Dorso // *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications* 15 September 2016. Volume 458. Pp. 378–390
7. Quantifying time-dependent Media Agenda and public opinion by topic modeling / Sebastián Pinto, Federico Albanese, Pablo Balenzuela // *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications* 25 April 2019. Volume 524 (Cover date: 15 June 2019). Pp. 614–624.
8. A review of social media-based public opinion analyses: Challenges and recommendations / Xuefan Dong, Ying Lian // *Technology in Society*. 27 August 2021 Volume 67 (Cover date: November 2021) Article 101724.
9. Social network behavior and public opinion manipulation / Long Chen, Jianguo, Chen, Chunhe Xia // *Journal of Information Security and Applications* 8 December 2021. Volume 64 (Cover date: February 2022). Article 103060.
10. Pooley, J, Katz, E. Further notes on why American sociology abandoned mass communication research // *Journal of Communication* (2008). 58(4). Pp. 767–787.
11. Social media for collaborative planning: A typology of support functions and challenges / Yanliu Lin // *Cities* 10/ February 2022. Volume 125 (Cover date: June 2022) Article 103641
12. The “old” in new media: Critical divide versus globalized identities / Azadeh Saljoogh // *Procedia - Social and Behavioral Sciences*? 2011 Volume 15. Pp/ 1284-1286
13. YouTube utopianism: Social media profanation and the clicktivism of capitalist critique / Robert V. Kozinets // *Journal of Business Research*. 25 January 2019. Volume 98 (Cover date: May 2019). Pp. 65–81.
14. Exploring the dark and bright sides of Internet democracy: Ethos-reversing and ethos-renewing digital transformation / Manuel Hensmans // *Technological Forecasting and Social Change* 5 April 2021 Volume 168 (Cover date: July 2021). Article 120777.
15. Суббота М. М. Особливості дискурсу теленовін у контексті медіаконструювання соціальної реальності // *Український соціологічний журнал*. 2011. №. 1-2. С. 48–55.
16. Субота М. М. Жанрові особливості теленовін та їх вплив на репрезентацію реальності // *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства* : зб. наук. праць. – Х., 2006. С. 368–371

17. Субота М. М. Категорія репрезентації у соціальній теорії і в дослідженні текстів масової комунікації / М. М. Субота // Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. Сер. Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. 2006. № 723. С. 81–84.
18. Субота М. М. Концепція ідеології у соціологічному дослідженні текстів масової комунікації / М. М. Субота // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : зб. наук. праць. X., 2005. С. 154–158
19. Субота М. М. Що визначає зміст теленовін : соціологічний аналіз / М. М. Субота // Шевченківська весна : сучасний стан науки: досягнення, проблеми та перспективи розвитку : IV міжнар. наук.-практ. конф. студ., асп. та молод. учен. : секція соціол. та психол., 2-3 бер. 2006 р. : тези доп. – К., 2006. – С. 99–101.

10. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

1. Інститут Соціології НАНУ. Відділ соціології культури та масової комунікації. Наукові публікації відділу – <https://i-soc.com.ua/ua/institute/dep/mass>
2. Центр контент-аналізу (Відкриті звіти) – <http://ukrcontent.com/>
3. Детектор медіа. Моніторинг – <https://detector.media/category/monitoring/>
4. Вокс Україна (Дослідження) – <https://voxukraine.org/doslidzhennya/>
5. Київський міжнародний інститут соціології (КМІС). Прес-релізи та звіти – <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports>
6. Академія української преси (Моніторинг) – <http://www.aup.com.ua/>
7. Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка [Електронний ресурс] [сайт]. – Режим доступу : <http://www.journ.univ.kiev.ua/>
8. Проект Тексти.org.ua – <http://texty.org.ua/>
9. Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Електронна бібліотека – <http://journalib.univ.kiev.ua/>