Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра соціології

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Проректор
з науково-педагогічної роботи
професор Олександр ГОЛОВКО
_____
“____” _____ 2022 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

СОЦІОКУЛЬТУРНА АНАЛИТИКА В СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЯХ

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти другий (магістерський)

галузь знань **Журналістика**
(шифр і назва)
спеціальність **061 – «Журналістика»**
(шифр і назва)
освітня програма **«Стратегічні комунікації та нові медіа»**
(шифр і назва)
спеціалізація __
(шифр і назва)
вид дисципліни обов’язкова
(обов’язкова / за вибором)
факультет соціологічний

2022/2023 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою соціологічного факультету
29 серпня 2022 року, протокол № 8

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

Сорока Юлія Георгіївна, доктор соціологічних наук, доцент, професор кафедри соціології;

ОНОВЛЕННЯ ПРОГРАМИ:

Дейнеко Олександра Олександрівна, кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціології.

Програму схвалено на засіданні кафедри соціології

Протокол № 15 від 14 червня 2022 року

В.о. завідувачки кафедри соціології Людмила СОКУРЯНСЬКА

Програму погоджено з гарантом освітньої програми «Стратегічні комунікації та нові медіа»

Гарант освітньої програми

«Стратегічні комунікації та нові медіа» Сергій АКСЬОНОВ

Програму погоджено з науково-методичною комісією соціологічного факультету
Протокол № 10 від 21 червня 2022 року

Голова науково-методичної комісії Юлія СОРОКА

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Соціокультурна аналітика в стратегічних комунікаціях» складена відповідно до освітньо-професійної програми «Стратегічні комунікації та нові медіа» підготовки другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 061 – «Журналістика».

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. **Мета** викладання навчальної дисципліни: формування знань щодо основ соціокультурного аналізу явищ та процесів в рамках стратегічних комунікацій, зокрема відтворення соціальної структури, цінностей, стосунків нерівності та влади та навичок соціокультурного аналізу цих процесів.

1.2. Основні **завдання** вивчення дисципліни:

- формування знань про соціокультурну перспективу аналізу стратегічних комунікацій;
- актуалізацію уявлень про засоби та методи соціокультурної аналітики стратегічних комунікацій;
- формування знань щодо соціокультурних процесів, що складають простір стратегічних комунікацій, та навичок щодо їх аналізу.

1.3. Кількість кредитів - 5

1.4.Загальна кількість годин - 150

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Обов'язкова	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
1-й	1-й
Семестр	
1-й	1-й
Лекції	
16 год.	6 год.
Практичні, семінарські заняття	
32 год.	8 год.
Лабораторні заняття	
-	-
Самостійна робота	
102 год.	136 год.
у тому числі індивідуальні завдання	
-	

1.6. Заплановані результати навчання

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми, Тимчасового стандарту другого (магістерського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом №0202-1/203 від 06.05.2021, здобувачі повинні набути компетентності та демонструвати такі результати навчання.

Загальні компетентності:

ЗК 1 - Знання та розуміння предметної галузі, усвідомлювати соціальну відповідальність професій у сфері масових комунікацій, володіння високою мотивацією до виконання професійної діяльності у галузі стратегічних комунікацій та нових медіа.

ЗК 2 - Формувати цілісне уявлення про процеси та явища, які відбуваються у масової комунікації та суспільстві, визначати можливості сучасних методів пізнання, володіти ними на рівні, необхідному для вирішення завдань у професійної діяльності.

ЗК 3 - Розуміти сутність та роль масової інформації у розвитку сучасного інформаційного суспільства, усвідомлення небезпек та загроз, що виникають у цьому процесі, розуміння необхідності дотримуватися основних вимог інформаційної безпеки.

ЗК 4 - Здатність аналізувати соціально-значущі проблеми та процеси масової комунікації, узагальнювати сприйняту інформацію та приймати обґрунтовані ефективні рішення.

Фахові компетентності:

ФК 1 - Здатність використовувати у професійних комунікаціях методи теорії масової комунікації, використовувати форми та засоби масової комунікації, використовувати основні методи та технології зв’язків з громадськістю.

ФК 2 - Здатність здійснювати професійні функції в галузі журналістики реклами та зв'язків з громадськістю.

ФК 3 - Володіння знаннями і навичками роботи у засобах масової інформації (Інтернет-ЗМІ), в прес-центрах (прессслужбах), відділах з зв'язків з громадськістю, центрах громадських зв'язків, відділах реклами, в інформаційнокомунікативних агенціях.

ФК 6 - Здатність обговорювати професійні проблеми, відстоювати свою точку зору, пояснювати сутність явищ, подій, процесів, робити висновки, давати аргументовані відповіді.

ФК 11 - Знання основних базових теорій комунікативного менеджменту, володіння основними управлінськими функціями та методами їх реалізації.

ФК 12 - Здатність брати участь у створенні ефективної комунікативної інфраструктури організації, забезпечення внутрішньої та зовнішньої комунікації, в тому числі з засобами масової інформації, брати участь у формуванні та підтримці комунікативної та медійної корпоративної культури.

ФК 13 - Здатність брати участь у плануванні, підготовці та проведенні комунікативних кампаній та заходів відповідно до цілей і завдань організації на основі результатів досліджень.

Програмні результати навчання:

ПРН 1. Знати та використовувати професійну термінологію, пояснювати базові концепції стратегічних комунікацій та нових медіа.

ПРН 2. Демонструвати стійке розуміння принципів теорії комунікації, особливостей функціонування стратегічних комунікацій та нових медіа.

ПРН 3. Використовувати аналітичний та методичний інструментарій для розуміння інформаційно-комунікативних процесів у різних сферах діяльності.

ПРН 4. Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців у сфері стратегічних комунікацій та нових медіа.

ПРН 5. Пояснювати комунікативні процеси та явища на основі теоретичних та прикладних моделей, аналізувати та змістовно інтерпретувати отримані результати.

ПРН 6. Застосовувати відповідні дослідницькі технології та підходи для вирішення задач у сфері стратегічних комунікацій та нових медіа.

ПРН 7. Усвідомлювати основні особливості сучасної світової та національної рекламної та зв'язків з громадськістю діяльності, напрямів стратегічної комунікативної політики організацій.

ПРН 8. Визначати сегментацію цільової аудиторії, структуру попиту та пропозиції, практики просування інформаційних послуг.

ПРН 10. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань та змістовно

інтерпретувати отримані результати.
ПРН 11. Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні.
ПРН 13. Використовувати нормативні та правові акти, що регламентують професійну діяльність в галузі медіа.
ПРН 14. Демонструвати вміння абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик комунікативних систем різного рівня, а також особливостей поведінки їх суб'єктів.
ПРН 16. Набути навички самостійної роботи, виявляти ініціативу та підприємливість, бути критичним та самокритичним.

Також студенти повинні:
- Перевіряти надійність та достовірність одержаної інформації.
- Аналізувати зібрані факти у сукупності та зв'язках з іншими фактами.
- Перевіряти наведені у матеріалі цифри, цитати, прізвища тощо.
- Виявляти помилки, неточності, суб'єктивні оцінки, перекручення, повтори, неясності тощо.
- Володіти мовою медіа.
- Дотримуватись правових норм діяльності, що законодавче регулюють функціонування медіа, роботу журналіста та фахівців реклами та та зв'язків з громадськістю.
- Дотримуватись професійної етики журналістів – фахових стандартів, принципів та норм поведінки.
- Використовувати права журналіста на збирання та одержання інформації.
- Дотримуватись службових (посадових) прав та обов'язків.
- У процесі роботи в певній соціальній групі, застосовуючи типові методи емпіричного соціологічного дослідження, визначити характеристики суспільної реальності.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Тема 1. Стратегічні комунікації як об'єкт соціокультурної аналітики.

*Лекція **1.*** Стратегічні комунікації та соціокультурні процеси відтворення влади в суспільстві.

Людина, суспільство, культура в соціологічному розумінні
Феномен влади, прямі й дискурсивні влади
Поняття культурних механізмів влади
Стратегічні комунікації в проблематиці соціокультурної аналітики

Тема 2. Соціокультурні процеси в перспективі завдань стратегічних комунікацій

*Лекція **2.*** Номінація

Символ як елемент культури
Символічний простір, символічний капітал, символічна влада
Символ в процесах номінації, класифікації, кодифікації
Номінації в стратегічних комунікаціях

*Лекція **3.*** Легітимація

Соціологічне визначення ритуалу
Ритуал і цінності, соціальні інститути та пам'ять спільноти
Специфіка ритуалів у сучасному суспільстві. Свята
Ритуали в процесах легітимації влади
Місце легітимації в системі стратегічних комунікацій

*Лекція **4.*** Натуралізація

Міф в культурі. Характеристики міфологічного мислення
Міф та суспільство. Три аспекти зацікавленості соціології міфом
Міф та цінності
Міфологічне мислення та явище натуралізації
Натуралізація в стратегічних комунікаціях

Тема 3. **Культурно неоднорідне суспільство як простір реалізації стратегічних комунікацій**

*Лекція **5.*** Культурна неоднорідність як ознака соціокультурного простору

Культурна неоднорідність та поняття полікультурності
Концепти осягнення культурної неоднорідності
Критика концептів культурної неоднорідності та її критерії
Культурне розмаїття як ресурс розвитку

*Лекція **6.*** Дискурс чужого й ворога

Інший в перспективі полікультурного суспільства
Культурні механізми розрізнення груп та категорій: чужий та ворог в перспективі реалізації влади в суспільстві
Культурна політика національної держави та проблеми толерантності
Діалог як соціальна технологія в культурно розмаїтому суспільстві
Завдання стратегічних комунікацій в культурно неоднорідному просторі

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	л	інд	с р		л	п	ла б	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 1. Стратегічні комунікації як об'єкт соціокультурної аналітики												
Разом за темою 1	36	4	8			24	36	2	2			32
Тема 2. Соціокультурні процеси в перспективі завдань стратегічних комунікацій												
Разом за темою 2	78	8	16			54	78	2	4			72
Тема 3. Культурно неоднорідне суспільство як простір реалізації стратегічних комунікацій												
Разом за темою 3	36	4	8			24	36	2	2			32
Усього годин	150	16	32			102	150	6	8			136

4. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин денна	заочна
1	Стратегічні комунікації та соціокультурні процеси відтворення влади в суспільстві	8	2
2	Номінація в стратегічних комунікаціях	4	1
3	Легітимація в стратегічних комунікаціях	4	1
4	Натуралізація в стратегічних комунікаціях	4	1
5	Культурна неоднорідність як ознака соціокультурного простору	8	2
6	Дискурс чужого й ворога та стратегічні комунікації	4	1
	Разом	**32**	**8**

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Виконання завдань з аналізу літератури та відповіді на дискусійні питання на семінарському занятті	48	48
2	Підготовка доповіді за матеріалами додаткової літератури, яка виголошується на семінарському занятті	6	–
3	Виконання аналітичних завдань та презентація на семінарському занятті	36	48
4	Підготовка до контрольної роботи	12	20
5	Підготовка до іспиту	12	20
	Разом	102	136

6. Індивідуальні завдання

Не передбачено навчальним планом

7. Методи навчання

Під час викладання дисципліни використовуються такі методи: лекції, пояснення, виступи, групові дискусії, командні ігри, опонування та рецензування, підготовка презентаційних матеріалів, опрацювання навчальної та наукової літератури.

8. Методи контролю

Самоконтроль здійснюється студентами під час опрацювання теоретичного матеріалу лекцій.

Поточний контроль:

1) робота на лекціях та виступи на семінарських заняттях;
2) контрольна робота

Підсумковий контроль:

1) екзамен

9. Схема нарахування балів

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання					Екзамен	Сума
Тема 1	Тема 2	Тема 3	Контрольна робота	Разом		
12	24	12	12	60	40	100

Критерії оцінювання навчальних досягнень

Лекційні заняття проводяться у формі інтерактивних лекцій та містять розгляд викладачкою основних понять та концепцій курсу та їх зв'язків, обговорення студентами пропонованих викладачкою дискусійних питань. Навчальним планом передбачена одна лекція на два тижні.

Семінарські заняття передбачені кожен тиждень та мають різний зміст навчальної діяльності студентів: презентація завдань щодо аналізу літератури за темою, виступ у дискусії, усна доповідь, презентація аналітичного завдання.

Виступ у дискусії на семінарі – це усний виступ з одного з питань відповідного заняття. Виступ в дискусії з обов'язкової літератури має продемонструвати знання матеріалів лекції та обов'язкової літератури та вашу точку зору з дискусійного питання й аргументацію щодо неї. Максимальна кількість балів за виступ – 4 бали.

Критерії оцінювання виступу в дискусії з обов'язкової літератури: знання матеріалу теми (поняття, концепції, приклади), грамотність, самостійність, аргументованість.

Усна доповідь готується самостійно на основі прочитання джерела зі списку додаткової літератури. Тема доповіді обирається самостійно відповідно обраному джерелу. Доповідь має розширювати певні питання лекції за допомогою ідей та положень конкретного джерела. Очікується, що доповідь буде відповідати на питання: що автор/авторка джерела додає до нашого бачення певного питання, які переваги ми отримуємо завдяки цьому? Максимальна оцінка за доповідь – 5 балів. Максимальна кількість виступів з доповіддю, що можуть бути оцінені протягом семестру – 2. Тривалість доповіді – 10 хвилин, вона має виголошуватися авторкою/автором своїми словами, а не читатися з паперу, та може супроводжуватися візуальними або відео матеріалами.

Критерії оцінювання усної доповіді: відповідність завданню, знання матеріалу джерела, самостійність, аргументованість, оригінальність.

Презентація аналітичного завдання. Аналітичне завдання має на меті актуалізувати навички використання понять та засобів соціокультурної аналітики в стратегічних комунікаціях. Аналітичне завдання готується поза аудиторією та презентується усно на семінарі. Максимальна оцінка за презентацію аналітичного завдання – 4 бали.

Критерії оцінювання аналітичного завдання: відповідність завданню, адекватність використання понять та ідей теми, аргументованість, оригінальність.

Контрольна робота

Контрольна робота складається з тестових питань за матеріалами тем курсу (питання з варіантами вибору). Максимальна оцінка – 12 балів.

Кількість балів за роботу протягом семестру не має перевищувати 60. Бали, що перевищують 60, не враховуються.

Іспит

Іспит складається в письмовій формі. Завдання іспиту складається з двох питань: теоретичного питання для розгорнутої відповіді та виконання аналітичного завдання. Максимальна оцінка – 40 балів.

Критерії оцінювання завдань іспиту: відповідність завданню – 5 балів, адекватність використання понять та ідей теми – 5 балів, аргументованість – 5 балів, самостійність й оригінальність – 5 балів.

Шкала оцінювання

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

9. Рекомендована література

Основна література

1. Будагьянц Л. М., Осьодло В. І. Стратегічні комунікації як модель забезпечення згоди в постсучасних демократіях. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2018. № 6. С. 320.
2. Войтко О. В. Оцінювання ефективності функціонування системи стратегічних комунікацій Міністерства оборони та Збройних Сил України. *Системи управління, навігації та зв'язку.* 2018. Вип. 3(49). С. 97-99. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/suntz_2018_3_20.
3. Гендер для медій : підручник / за ред. М. Маєрчик (гол. ред.), О. Плахотнік, Г. Ярманової. Київ : Критика, 2013. 220 с.
4. Дубов Д. В. Стратегічні комунікації: проблеми концептуалізації та практичної реалізації. *STRATEGIC PRIORITIES*. 2016. № 4 (41).
5. Дубов Д., Дубова С. Політика культурної дипломатії як механізм реалізації стратегічних комунікацій держави. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського*, 2017. (46), С. 62-73.
6. Духович Є. Комунікаційна підготовка реформ та змін: уроки для українського уряду та органів місцевого самоврядування. 2020.
7. Зернецька О. Рух смислів у глобальному Інтернет-середовищі. *Смислова морфологія соціуму* / За ред. Н. Костенко. Київ : Інститут соціології НАН України, 2012. С.373–391.
8. Капштик О. В. Теоретичні здобутки у галузі наукового забезпечення розвитку державних механізмів стратегічних комунікацій у секторі безпеки та оборони України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. (1). С. 101-106.
9. Костенко Н. Владна перспектива медіа. *Медіа. Демократія. Культура* / За ред. Н. Костенко, А. Ручки. Київ : Інститут соціології НАН України, 2008. С.30–47.

10. Крутій О. М., Лопатченко І. М. Моделі стратегічних комунікацій в контексті державно-приватного партнерства. *Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України. Серія: Державне управління,* 2018. № 3.
11. Кушнір О. В. Поняття та сутність стратегічних комунікацій у сучасному українському державотворенні. *Право і суспільство.* 2015. № 6. С. 27-31. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pis_2015_6_7.
12. Лозовська К. С. Комунікаційні стратегії як інструмент налагодження ефективної взаємодії органів місцевого самоврядування і суспільства. *Публічне управління та митне адміністрування.* 2019. С. 203–211.
13. Наумова М. Сенси медіального. *Смислова морфологія соціуму* / За ред. Н. Костенко. Київ : Інститут соціології НАН України, 2012. С. 175–199.
14. Пелепейченко Л. М. Стратегічні комунікації силових структур України в сучасному соціальному контексті. *Інформаційна безпека людини, суспільства, держави*. 2017. (1). С. 34-41.
15. Попова Т. В., Ліпкан В. А. Стратегічні комунікації : словник. Київ : ФОП О.С.Ліпкан, 2016. 416с.
16. Романенко О. О. Концептуальний базис стратегічного управління комунікаціями підприємства. *Бізнес-навігатор*. 2018. № 1-1. С. 166-171.
17. Ручка А. Медіа і глобальна культура: контекст сучасності. *Медіа. Демократія. Культура.* За ред. Н. Костенко, А. Ручки. Київ : Інститут соціології НАН України, 2008. С.133–152.
18. Ручка А. Статус і функції медіа у сучасному суспільстві. *Медіа. Демократія. Культура*. За ред. Н. Костенко, А. Ручки. Київ : Інститут соціології НАН України, 2008. С. 11–29.
19. Ручка А. Цінності і смисли як компоненти соціокультурної реальності. *Смислова морфологія соціуму.* За ред. Н. Костенко. Київ : Інститут соціології НАН України, 2012. С.91–123.
20. Сивак Т. Деліберативна демократія як основа становлення стратегічних комунікацій в Україні. *Zeszyty Naukowe Instytutu Administracji Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie*. 2017. № 1. Pp. 23-33.
21. Сивак Т. Місце та роль стратегічних комунікацій у процесі забезпечення ефективності реформ. *Актуальні проблеми державного управління*. 2018. № 4. С. 81-85.
22. Сивак Т. Розвиток спроможностей у сфері стратегічних комунікацій: практичні рекомендації. *Держава та регіони. Серія: Державне управління*. 2019. № 2 (66).
23. Скокова Л. Соціокультурні особливості користувачів Інтернету в Україні. *Медіа. Демократія. Культура* / За ред. Н. Костенко, А. Ручки. Київ : Інститут соціології НАН України, 2008. С. 240–261.
24. Соловйов С. Г. Метанаратив як ціннісна основа стратегічних комунікацій. *Схвалено Науково-методичною радою Національної академії державного управління при Президентові України (протокол № 246/5-10 від 25 квітня 2017 р.)*, 2017. С. 96.
25. Солонніков В. Г., Войтко О. В., Пащенко Т. П. Обґрунтування реалізації стратегічного наративу держави. *Modern Information Technologies in the Sphere of Security and Defence*. 2020. *37*(1). С. 203-212.
26. Сорока Ю. Г. Дискурс-аналіз у дослідженні динаміки культурних значень в умовах соціальної нестабільності. *Нові нерівності – нові конфлікти: шляхі подолання. Тези доповідей та виступів учасників ІІІ конгресу Соціологічної асоціації України.* Харків, 12–13 жовтня 2017 р. Харків : ХНУ, 2017. С. 453–454.
27. Сорока Ю. Г. Соціологія культури : навчально-методичний посібник. Харків : ХНУ імені В. Н.Каразіна, 2015. 136 с.
28. Український медіаландшафт – 2019: аналітичний звіт / За ред. В. Іванова, Т. Б. Петерса. Київ : Представництво Фонду Конрада Аденауера в Україні, Академія української преси, 2019.

29. Формування стратегічного наративу інформаційного забезпечення реінтеграції тимчасово окупованих територій у загальноукраїнський контекст : монографія / В. Горовий (кер. проекту), О. Онищенко, Ю. Половинчак та ін. ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2017. 212 с.

Допоміжна література

1. Городенко Л. М. Теорія мережевої комунікації : монографія. Київ : Академія Української Преси, Центр вільної преси, 2012. 387 с.
2. Іванов В. Ф. Соціологія масової комунікації : навчальний посібник. Київ : Центр вільної преси, 1999. 212 с.
3. Медіа. Демократія. Культура / за ред. Н. Костенко, А. Ручки. Київ : Інститут соціології НАН України, 2008. 356 с.
4. Різун В. В., Непийвода Н. Ф., Корнєєв В. М. Лінгвістика впливу. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2005. 148 с.
5. Смислова морфологія соціуму / за ред. Н. Костенко. Київ : Інститут соціології НАН України, 2012. 422 с.
6. Сорока Ю. Г. Свої, чужі, різні: соціокультурна перспектива сприйняття Іншого : монографія. Харків : ХНУ імені В. Н.Каразіна, 2012. 332 с.
7. Стівенс Мітчел, Бет М. Олсон. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Broadcast news : пер. з англ. Київ : Києво-Могилянська академія, 2008. 407 с.
8. Стратегічні комунікації : навчально-методичний посібник для викладачів суддів і працівників апарату суду. *Академія суддів України.* 2011. 274 с.
9. Сучасні методики контент-аналізу: навчальний посібник / Заг. ред. Н. Костенко, К. Батаєвої, В. Іванова. Київ : Видавничий дім "Кондор", 2018. 416 с.
10. Strategic Communication. An introduction. By Jesper Falkheimer, Mats Heide. London. Routledge. 2018.
11. The Routledge Handbook of Strategic Communication. Ed. by Derina Holtzhausen, Ansgar Zerfass. New York. Routledge, 2014.

10. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті

https://journals.sagepub.com/home/nms – Журнал New media & society
http://cw.routledge.com/textbooks/9780415431613/ – Інтерактивний підручник New Media: A Critical Introduction
https://internews.ua/opportunity - ГО Інтерньюз Україна
https://www.aup.com.ua/ - Академія української преси
https://detector.media/category/monitoring/- Моніторинги Детектор медіа
https://irrp.org.ua/ - Інститут розвитку регіональної преси
https://www.oporaua.org/
https://povaha.org.ua/
https://www.ndi.org/
https://igate.com.ua/news/4079-top-10-filmov-pro-internet - фільми про Інтернет
http://www.telekritika.ua / - сайт журналу «Телекритика».

За умов змішаного навчання заняття проводяться за допомогою відеоконференцій GOOGLE MEET, матеріали курсу розміщуються в GOOGLE CLASSROOM, оперативне спілкування з викладачкою забезпечується за допомогою групи в Telegram.

ПРИКЛАД ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ:

Культура визначається як окрема сфера суспільного життя в рамках: а) позитивістської традиції б) в історичному матеріалізмі в) культурно-аналітичній традиції г) в концепції Парсонса	Символічний капітал – це: а) сукупність символів б) сукупність інших капіталів в) здатність до символічної боротьби г) здатність перемогти в символічній боротьбі
Закріплення стосунків нерівності через встановлення зв'язку між культурними значеннями та соціальною структурою – це: а) культурний механізм влади б) символічний механізм влади в) семіотичний механізм влади г) семіологічний механізм влади	Функція ритуалів за Дюркгеймом: а) згуртувати спільноту б) розділити сакральне від профанного в) обожнити суспільство г) поєднати сакральне з профанним

ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ

1. Людина, суспільство, культура в соціологічному розумінні
2. Феномен влади, прямі й дискурсивні влади
3. Поняття культурних механізмів влади
4. Стратегічні комунікації в проблематиці соціокультурної аналітики
5. Символ як елемент культури
6. Символічний простір, символічний капітал, символічна влада
7. Символ в процесах номінації, класифікації, кодифікації
8. Номінації в стратегічних комунікаціях
9. Соціологічне визначення ритуалу
10. Ритуал і цінності, соціальні інститути та пам'ять спільноти
11. Специфіка ритуалів у сучасному суспільстві. Свята
12. Ритуали в процесах легітимації влади
13. Місце легітимації в системі стратегічних комунікацій
14. Міф в культурі. Характеристики міфологічного мислення
15. Міф та суспільство. Три аспекти зацікавленості соціології міфом
16. Міф та цінності
17. Міфологічне мислення та явище натуралізації
18. Натуралізація в стратегічних комунікаціях
19. Культурна неоднорідність та поняття полікультурності
20. Концепти осягнення культурної неоднорідності
21. Критика концептів культурної неоднорідності та її критерії
22. Культурне розмаїття як ресурс розвитку
23. Інший в перспективі полікультурного суспільства
24. Культурні механізми розрізнення груп та категорій: чужий та ворог в перспективі реалізації влади в суспільстві
25. Культурна політика національної держави та проблеми толерантності
26. Діалог як соціальна технологія в культурно розмаїтому суспільстві
27. Завдання стратегічних комунікацій в культурно неоднорідному просторі