

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В.Н. КАРАЗІНА**Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій****КОМПЛЕКС НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
З ДИСЦИПЛІНИ****«Соціологія масової комунікації»**

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти _____ перший (бакалаврський) рівень вищої освіти _____

/

галузь знань _____ 06 Журналістика _____

(шифр і назва)

Спеціальність _____ 061 Журналістика _____

(шифр і назва)

освітня програма _____ Журналістика _____

(шифр і назва)

спеціалізація _____

(шифр і назва)

вид дисципліни _____ обов'язкова _____

(обов'язкова)

факультет _____ філологічний _____

УКЛАДАЧ: к. соціол. наук, Субота М.М.

З М І С Т

1	Робоча програма навчальної дисципліни «Маніпулятивні технології в соціальних комунікаціях»	3
2	Плани семінарських занять	20
3	Завдання для самостійної роботи	20
4	Завдання для контрольної роботи, що передбачена навчальним планом	30
5	Питання для підсумкового контролю знань	32
6	Критерії оцінювання знань та вмінь студентів	35

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

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан соціологічного факультету
Олена МУРАДЯН

_____ 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 «__28__» червня _____ 2023 року №__15__

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 _____
(підпис)

Юлія СОРОКА
(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					
	усього	у тому числі					усього	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 інститут. Нормативні теорії і принципи	10	4		-	-	6	10	1	-	-	-	9

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	24		-	-	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	12				18	30	5	-	-	-	25
<i>Усього годин</i>	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 полагати 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> <p>Написання есе «Чи мас-медіа «четвертою владою» у нашому суспільстві?»</p>	6
3	<p>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.</p> <p>Написання есе : «Чи є громадянська журналістика соціальним інститутом сучасного суспільства?»</p>	6
4	<p>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</p>	6

	масову комунікацію.10. Охарактеризуйте головні ідеї П. Лазарсфельда і Р. Мертона щодо впливу масової комунікації на аудиторію.	
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 культивациі, Дж. Гербнер). 2. Розкрийте семіотичний підхід у дослідження 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 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).	6
8	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».	6

	Виконання самостійної роботи Порівняльний аналіз порядку денного тelenовин (Порівняльний аналіз тelenовин методом якісно-кількісного контент-аналізу).	
9	Читання, конспектування першоджерел. Порівняльний аналіз тelenовин методом якісно-кількісного контент-аналізу та створення мультимедійної презентації його результатів. Підготовка відповідей 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..	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 комунікації	Вступна лекція	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	Мультимедійна презентація в аудиторії та на платформі Classroom (відеоконференція)	Робота з літературою	Обговорення навчального матеріалу
Тема 2. Масова комунікація як соціальний інститут. Нормативні теорії і принципи функціонування ЗМК	Інформаційна 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	Інформаційна лекція	Ознайомлення або повторення	Мультимедійна презентація в	Робота з літературою	Обговорення навчального матеріалу

нових медіа		я термінології, необхідної для роботи з темою	аудиторії та на платформі Classroom (відеоконференція)	Робота з кейсами;	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	Мультимедій на 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	(Мультимедій на 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 для роботи з темою	Мультимедій на презентація в аудиторії та на платформі Classroom (відеоконференція)	Робота з літературою Робота з кейсами;	Обговорення навчального матеріалу
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	Мультимедій на 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	Інформацій на лекція	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	Мультимедій на презентація в аудиторії та	Робота з літературою Робота з кейсами;	Обговорення навчального матеріалу

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, Марианне В. Йоргенсен ; [науч. ред., предисл. А. А. Киселева]. Х. : Гуманитарный 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 BanducciIulia 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 Applications15 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 ChenJianguo, ChenChunhe 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. Х., 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/>

2. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Соціологія масової комунікації»

3. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

№ теми	Назва теми	Кількість годин
Розділ 1. Теоретичні підходи до аналізу масової комунікації.		
Тема 1.	<p><i>Вступ до соціології масової комунікації.</i></p> <p><u><i>Питання для самостійної роботи:</i></u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. У чому полягає специфіка соціологічного підходу до вивчення масової комунікації? 2. Чому сьогодні надається перевага термінам «ЗМК», «мас-медіа», а не «ЗМІ»? 3. У чому полягає відмінність комунікації та інформації? 4. У чому полягає відмінність між масою та аудиторією? 5. Як Ви гадаєте, чому фахівці пропонують відмовитися від слова «масові» по відношенню до сучасних медіа? Що є причиною «демасифікації медіа» та в чому вона полягає? 7. У чому, на Вашу думку, може полягати вплив масової комунікації на аудиторію? 8. З яких структурних елементів складається масова комунікація? <p><i>Література до теми 1:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Іванов В. <i>Основні теорії масової комунікації і журналістики: навчальний посібник / За науковою редакцією В. В. Різун. К.: Центр Вільної Преси, 2010. 258 с.</i> 2. Квіт С. <i>Масові комунікації: підручник / Сергій Квіт. К: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с. (Могилянський підручник)</i> 3. Мак-Квейл Д. <i>Теорія масової комунікації // Деніс Мак-Квейл [перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків]. Львів: Літопис, 2010. 538 с.</i> 4. Різун В. В. <i>Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація» / В. В. Різун. К.: Просвіта, 2008. 260 с.</i> 5. <i>The handbook of media and mass communication theory / Robert S Fortner; Mark Fackler Chichester, West Sussex, UK : John Wiley & Sons, 2014. 1008 p.</i> 	1

<p>Тема 2.</p>	<p><i>Масова комунікація як соціальний інститут. Нормативні теорії і принципи функціонування ЗМК.</i></p> <p><u><i>Питання для самостійної роботи:</i></u></p> <ol style="list-style-type: none"> 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. У чому полягає специфіка нормативних теорій функціонування масової комунікації? 5. 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. Як ви розумієте поняття «четверта влада» щодо медіа? Чи є вони «четвертою владою» у нашому суспільстві? <p><i>Література до теми 2:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Іванов В. <i>Основні теорії масової комунікації і журналістики: навчальний посібник / За науковою редакцією В. В. Різун. К.: Центр Вільної Преси, 2010. 258 с.</i> 2. Квіт С. <i>Масові комунікації: підручник / Сергій Квіт. К: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с. (Могилянський підручник)</i> 3. Мак-Квейл Д. <i>Теорія масової комунікації // Деніс Мак-Квейл [перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків]. Львів: Літопис, 2010. 538 с.</i> 4. Різун В. В. <i>Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація» / В. В. Різун. К. :Просвіта, 2008. 260 с.</i> 5. <i>The handbook of media and mass communication theory / Robert S Fortner; Mark Fackler Chichester, West Sussex, UK : John Wiley & Sons, 2014. 1008 p.</i> 	<p>1</p>
-----------------------	--	----------

<p>Тема 3.</p>	<p>Характеристика і дослідження нових медіа.</p> <p><u>Питання для самостійної роботи:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Чим медіа, якими сьогодні користуєтеся ви, відрізняються від медіа часів молодості ваших бабусь та дідусів? 2. Чому сучасне суспільство називають інформаційно-комунікативним, а не інформаційним. 3. Розкрийте основні особливості цифрових, мережевих технологій і комунікацій. 4. Який смисл М. Кастельс вкладає у поняття «масова самокомунікація»? 5. У чому полягає різниця між аудиторією ЗМК та користувачами нових медіа? <p><u>Література до теми 3:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 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. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація» / В. В. Різун. К.: Просвіта, 2008. 260 с. 5. The handbook of media and mass communication theory / Robert S Fortner; Mark Fackler Chichester, West Sussex, UK : John Wiley & Sons, 2014. 1008 p. 	<p>1</p>
<p>Тема 4.</p>	<p>Становлення соціології масової комунікації: основні ідеї та етапи.</p> <p><u>Питання для самостійної роботи:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Розкрийте перші теоретичні уявлення про масову комунікацію в межах концепцій масового суспільства. 2. У чому полягає сутність теорій масової комунікації, які об'єднує метафорична назва «теорії магичної кулі» (Magic Bullet Theory in Mass Media)? 3. Уявлення про масову комунікацію як про поширення стереотипів (В. Липпман). 4. Розкрийте основні положення концепції пропаганди Г. Лассуела. 5. Перелічіть складові елементи «класичної» моделі комунікації Г. Лассуела. 5. Як змінилася сучасна пропаганда ? У чому її відмінності від тієї, що існувала у часи Г. Лассуелла? 6. У чому полягає сутність двоступінчатої моделі масової 	<p>2</p>

	<p>комунікації?</p> <p>7. Хто є «лідером думок» у світі сучасних мас-медіа? <u>Теми доповідей (з мультимедійною презентацією):</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Стереотипне зображення українців в радянському та сучасному російському кіно (і серіалах). 2. Стереотипне зображення українців у західному кіно (і серіалах). 3. Стереотипне зображення українців у сучасному українському кіно (і серіалах). 4) Етнічні стереотипи у західному кіно (і серіалах). 5) Гендерні стереотипи у рекламі. <p>Література до теми 4:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація» / В. В. Різун. К. :Просвіта, 2008. 260 с. 5. <i>The handbook of media and mass communication theory</i> / Robert S Fortner; Mark Fackler Chichester, West Sussex, UK : John Wiley & Sons, 2014. 1008 p. 	
<p>Тема 5</p>	<p>Розвиток соціологічних досліджень масової комунікації</p> <p><u>Питання для самостійної роботи:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Розкрийте, у чому полягає сутність теорії підкріплення щодо масової комунікації. 2. Розкрийте сутність системно-структурних уявлень про масову комунікацію. 3. Розкрийте сутність теорії соціального навчання щодо масової комунікації. 4. Розкрийте сутність теорії отримання користі та задоволення. 5. Розкрийте сутність теорії дифузії інновацій. 6. Аргументуйте, чи є положення вищезгаданих теорій актуальними щодо масової комунікації сьогодення? 7. Проаналізуйте роль розважального жанру в діяльності сучасних мас-медіа та його соціальні наслідки. Розкрийте поняття «інфортейменту» 8. Розкрийте сутність теорії соціального навчання щодо масової комунікації. 	<p>2</p>

	<p>9. Розкрийте сутність теорії отримання користі та задоволення.</p> <p>10. Розкрийте сутність теорії дифузії інновацій.</p> <p>Література до теми 5:</p> <p>1. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: навчальний посібник / За науковою редакцією В. В. Різун. К.: Центр Вільної Преси, 2010. 258 с.</p> <p>2. Квіт С. Масові комунікації: підручник / Сергій Квіт. К: Вид. дім «Києво-Могиланська академія», 2018. 352 с. (Могиланський підручник)</p> <p>3. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації // Деніс Мак-Квейл [перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків]. Львів: Літопис, 2010. 538 с.</p> <p>4. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація» / В. В. Різун. К.: Просвіта, 2008. 260 с.</p> <p>5. <i>The handbook of media and mass communication theory</i> / Robert S Fortner; Mark Fackler Chichester, West Sussex, UK : John Wiley & Sons, 2014. 1008 p.</p>	
<p>Тема 6</p>	<p>Новітній етап досліджень масової комунікації</p> <p><u>Питання для самостійної роботи:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 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 (the medium is the message). 3. Аргументуйте, чи є сьогодні актуальною метафора «глобального села»? 4. Розкрийте основні ідеї Бірмінгемської школи культурних досліджень щодо масової комунікації. 5. Розкрийте «ідеологічний» підхід у дослідження масової комунікації. 6. Розкрийте теорію кодування і декодування С. Голла. 7. Розкрийте основні ідеї і сутність підходу Медіа-групи Глазго до вивчення масової комунікації. 8. Що таке «цінності новин»? Як вони визначають інформаційну картину світу в мас-медіа? <p>Література до теми 6</p> <p>1. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: навчальний посібник / За науковою редакцією В. В. Різун. К.: Центр Вільної Преси, 2010. 258 с.</p> <p>2. Квіт С. Масові комунікації: підручник / Сергій Квіт. К: Вид. дім «Києво-Могиланська академія», 2018. 352 с. (Могиланський підручник)</p> <p>3. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації // Деніс Мак-Квейл [перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків]. Львів: Літопис, 2010. 538 с.</p> <p>4. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація» / В. В. Різун. К.: Просвіта, 2008. 260 с.</p> <p>5. <i>The handbook of media and mass communication theory</i> / Robert S Fortner; Mark Fackler Chichester, West Sussex, UK : John Wiley & Sons, 2014. 1008 p.</p>	<p>2</p>

	<p>5. Мак-Люен М. Галактика Гутенберга: становлення людини друкованої книги/ Маршалл Мак-Люен ; пер. з англ. В. І. Постнікова, С. В. Єфремова. – К. : Ніка-Центр, 2001. – 464 с. – (Сер. «Зміна парадигми»).</p> <p>6. Gerbner, G. «Cultivation analysis: An overview». <i>Mass Communication and Society</i>, 1998. 3/4, 175–94.</p> <p>7. Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. The «Mainstreaming» of America: Violence Profile No. 11, <i>Journal of Communication</i>, 1980. 30:3, 10-29</p> <p>8. Hall S. <i>Encoding and Decoding in the Television Discourse (1973) CCCS selected working papers. Vol. 2 / edited by Ann Gray et al (Abingdon, 2007) pp. 386-398. - http://epapers.bham.ac.uk/2962/</i></p> <p>8. <i>Critical dialogues in cultural studies (1996) / Stuart Hall, Kuan-Hsing Chen, David Morley. – Routledge. – 544 p.</i></p>	
Розділ 2. Напрями і методи соціологічних досліджень масової комунікації.		
Тема 7	<p>Ефекти впливу мас-медіа <u>Питання для самостійної роботи:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вплив сексуально відвертого медіаконтенту. 2. Страх та тривога, викликані медіапродукцією. 3. Вплив інформаційних кампаній. 4. Вплив мас-медіа на здоров'я. 5. Вплив реклами. 6. Вплив політичної пропаганди. 7. Зображення меншин та особливості його впливу. 8. Вплив розважальних медіатворів. <p style="text-align: center;"><i>Література до теми 7</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>The handbook of media and mass communication theory / Robert S Fortner; Mark Fackler Chichester, West Sussex, UK : John Wiley & Sons, 2014. 1008 p.</i> 2. <i>Крос К. Політична комунікація і висвітлення новин у демократичних суспільствах: перспективи конкуренції / Крос Кетлін, Гакет Роберт ; пер. Руслан Ткачук. – К. : Основи, 2000. – 142 с.</i> 3. <i>Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: навчальний посібник / За науковою редакцією В. В. Різуна. К.: Центр Вільної Преси, 2010. 258 с.</i> 4. <i>Квіт С. Масові комунікації: підручник / Сергій Квіт. К: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с. (Могилянський підручник)</i> 5. <i>Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації // Деніс Мак-Квейл [перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків] Львів: Літопис, 2010. 538 с.</i> 	2
Тема 8.	<p>Мас-медіа і громадська думка. Дослідження аудиторії мас-медіа <u>Питання для самостійної роботи:</u></p>	2

1. Розкрийте, у чому полягає сутність концепції встановлення порядку денного М. МакКобза та Д. Шоу.
2. Охарактеризуйте основні висновки дослідження короткострокових ефектів встановлення порядку денного Ш. Йенгера та Д. Кіндера.
3. Охарактеризуйте основні висновки дослідження довгострокових ефектів встановлення порядку денного М. МакКомбза.
4. Які наукові інтерпретації сутності соціальних проблем вам відомі? Що таке «соціальна проблема»?
5. У чому полягає сутність концепції конструювання соціальних проблем у процесах масової комунікації.
6. Розкрийте сутність концепції медіапраймінгу.
7. Розкрийте сутність концепції фреймінгу у становленні порядку денного та формуванні громадської думки і настроїв.
8. Розкрийте сутність концепції «спіралі мовчання».

Література до теми 8

Мак-Комбс М. Встановлення пріоритетів: масмедії і громадська думка: пер. з англ / Маршал Мак-Комбс. К.: К.І.С., 2007. 256 с.

Rubington, E., Weinberg, M. S. (eds.) (1975), The Study of Social Problems: Seven Perspectives. N. Y., 2003Gzeen, A. W. Social Problems: Arena of Conflict. N. Y. 31-32.

Spector, M., Kitsuse, J. I. (1977) Constructing Social Problems. Menlo Park.

Fishman, M., (1978) 'Crime Waves as Ideology', Social Problems, Vol.25, 531-543.

Pan, Z. & Kosicki, G. M. (1997). Priming and Media Impact on the Evaluations of the President's Performance. Communication Research.

https://www.researchgate.net/publication/240699985_Priming_and_Media_Impact_on_the_Evaluations_of_the_President's_Performance

Scheufele & Tewksbury (2007). "Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models". Journal of Communication (57): 920.

Elisabeth Noelle-Neumann (1984) The Spiral of Silence: Public Opinion-Our Social Skin, University of Chicago, Chicago.

<p>Тема 9.</p>	<p>Дослідження змісту масової комунікації <u>Питання для самостійної роботи:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Розкрийте сутність методу контент-аналізу та його можливості у дослідженні змісту масової комунікації. 2. Охарактеризуйте кількісний варіант контент-аналізу. 3. Охарактеризуйте кількісно-якісний варіант контент-аналізу. 4. Розкрийте поняття дискурсу. 5. Охарактеризуйте дискурс-аналіз як метод аналізу масової комунікації. 6. Охарактеризуйте варіант дискурс-аналізу новин, запропонований Т.А. Ван Дейком. 7. Розкрийте сутність нарративного аналізу. <p>Література до теми 9</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Костенко Н. В. Досвід контент-аналізу: моделі та практики : монографія / Н. В. Костенко, В. Ф. Іванов. – К. : Центр вільної преси, 2003. – 200 с. 2. Мак-Комбс М. Встановлення пріоритетів: масмедії і громадська думка : пер. з англ / Маршал Мак-Комбс. – К.: К.І.С., 2007. – 256 с 3. НГО Детектор Медіа (Моніторинг) https://detector.media/category/monitoring/ 4. Центр контент-аналізу – українська консалтингова компанія (Відкриті звіти) - http://ukrcontent.com/reports.html 5. Вокс Україна. Дослідження – https://voxukraine.org/doslidzhennya/ 6. 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. 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. Захарченко А. Засади кількісного аналізу інформаційних кампаній [Електронний ресурс] А. Захарченко. – Режим доступу: https://www.academia.edu/36692273/%D0%97%D0%B0%D1%81%D0%B0%D0%B4%D0%B8_%D0%BA%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BA%D1%96%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7%D1%83_%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0 	<p>1</p>
-----------------------	---	----------

	<p><i>%B8%D1%85_%D0%BA%D0%B0%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%B9</i></p>	
<p>Усього годин</p>	<p>14</p>	

1. Самостійна робота «Мій медіадень»

- у форматі щоденнику (з ранку до вечора), треба описати ваше реальне медіаспоживання (обрати ваш типовий медіадень).

- зазначити, які саме канали комунікації, скільки часу, з якою метою (спілкування, новини, навчання, робота, споживання товарів, розваги, тощо).

- Конкретизувати більш докладно, які це ресурси, портали, спільноти, блогери, тощо.

- Охарактеризувати, як змінилося ваше медіаспоживання з моменту повномасштабної ескалації військових дій РФ проти України.

Обсяг- орієнтовно 1,5 сторінки (залежить від стилю викладення – тезово пишете, чи більш розлого)

2. Самостійна робота: «Порівняльний аналіз порядків денних в новинах»

Здійсніть порівняльний якісно-кількісний аналіз «порядків денних» теленовин двох телеканалів з різних країн за три дні (можна порівнювати український та закордонний, закордонні та міжнародні між собою).

(випуски вечірні, у пройм-тайм; три дні поспіль, або понеділок, середа, неділя або три недільних (підсумкових за три тижня) випуски).

Завдання аналізу – з'ясувати, якого типу події, теми, соціальні проблеми взагалі «потрапили» до випусків, які з них представлені як більш значущі (тобто про них розповіли на початку випуску, на їхнє висвітлення відведено більше часу, більш розгорнутий сюжет, тощо)).

Основні категорії аналізу

– ієрархія інформаційних приводів, тем (тема у даному випадку – сфера реальності (загалом відповідає рубриці в новинах – політика, економіка, соціальна сфера, культура, надзвичайні події, спорт, міжнародні події тощо) –

– ієрархія соціально-значущих проблем (наприклад, розкол у суспільстві, злочинність, бідність, корупція, ситуація у сфері охорони здоров'я, свобода слова, права людини, екологія, екстремізм, міжконфесійні відносини, мова).

Можуть бути ще й додаткові категорії аналізу (на ваш дослідницький розсуд та в залежності від специфіки обраних медіа (наприклад: співвідношення позитивних та негативних інформаційних приводів; яка увага при формуванні порядку денного приділяється президенту країни чи інших статусним фігурам (зокрема, якщо здійснюєте порівняння українських та російських / білоруських/американських тощо новин)).

Також коротко проаналізуйте характерні особливості презентації головних подій дня (тижня) – оформлення, особливості формату, структурування випуску, стиль викладення, стереотипні фрази ведучого, риторичні способи придання вагомості події тощо), які є значущими з точки зору тематики завдання. Формування порядку денного є неупередженим, чи зумовленим форматом, заангажованим (інтересами власника, є прихована реклама).

- вибір каналів на ваш власний розсуд, але обґрунтуйте його (наприклад, власники є конкурентами/супротивниками у політичному просторі; канали орієнтовані на різні цільові аудиторії), представляють різні регіони, країни);
- випуски новин треба брати вечірні, підсумкові за день у prime-time (приблизно 8-9 година вечора);
- канали повинні бути одного «масштабу» – або обидва міжнародні, загальнонаціональні, або регіональні;
- для зручності користуватися web-порталами обраних телеканалів/інформаційних агенцій;
- проміжок для аналізу можна брати на ваш розсуд (можна користуватись архівами новин на сайтах за різні місяці та роки);

Оформлення завдання:

- титульна сторінка; обґрунтування вибору інформаційних медіа для дослідження та основні завдання дослідження (викладення дослідницької стратегії); викладення результатів дослідження; основні висновки дослідження.
- результати порівняльного дослідження рекомендовано представити у формі таблиць, гістограм чи діаграм з описом (спільне та відмінне у репрезентації ключових подій дня – які «порядки денні» важливих тем і проблем пропонують суспільству).

Обсяг – не менше 5 сторінок, Times New Roman, 14, 1.5 інт.); мультимедійна презентація

Рекомендовані джерела:

9. Костенко Н. В. Досвід контент-аналізу: моделі та практики : монографія / Н. В. Костенко, В. Ф. Іванов. – К. : Центр вільної преси, 2003. – 200 с.

10. Мак-Комбс М. Встановлення пріоритетів: масмедіа і громадська думка :пер. з англ / Маршал Мак-Комбс. – К.: К.І.С., 2007. – 256 с
11. НГО Детектор Медіа (Моніторинг) <https://detector.media/category/monitoring/>
12. Центр контент-аналізу – українська консалтингова компанія (Відкриті звіти) - <http://ukrcontent.com/reports.html>
13. Вокс Україна. Дослідження – <https://voxukraine.org/doslidzhennya/>
14. 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.
15. Крос К. Політична комунікація і висвітлення новин у демократичних суспільствах: перспективи конкуренції / Крос Кетлін, Гакет Роберт ; пер. Руслан Ткачук. – К. : Основи, 2000. – 142 с.
16. Захарченко А. Засади кількісного аналізу інформаційних кампаній [Електронний ресурс] А. Захарченко. – Режим доступу: https://www.academia.edu/36692273/%D0%97%D0%B0%D1%81%D0%B4%D0%B8_%D0%BA%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BA%D1%96%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7%D1%83_%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8%D1%85_%D0%BA%D0%B0%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%B9

Критерії оцінювання завдання:

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

4. ЗАВДАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ, ЩО ПЕРЕДБАЧЕНА НАВЧАЛЬНИМ ПЛАНОМ

1. Розкрийте, як розумілися ефекти аудіовізуальних мас-медіа (телебачення) дослідниками Аненбергської школи (Дж. Гербнер).

Як ця концепція пояснювала вплив медіа на індивідів і на суспільство?

На вашу думку, сьогодні, коли для багатьох провідним медіа стало не телебачення, чи мають місце такі ж впливи на аудиторію?

2. Розкрийте, у чому полягав підхід Бірмінгемського центру сучасних культурних досліджень (С. Холл) до вивчення масової комунікації.

Що таке ідеологія та гегемонія в межах цього підходу?

Яким чином мас-медіа задіяні в культурних механізмах легітимації панівних класів?

3. Вкажіть основні ідеї Г. Лассуела щодо масової комунікації (пропаганди). Зокрема аргументуйте, чи змінилася робота пропаганда у наш час, і як саме змінилася.

5. ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ (ЕКЗАМЕН У ВИГЛЯДІ ТЕСТУ)

Екзамен у вигляді тесту може проводитись як в аудиторії, так і дистанційно (за потреби). Тест може виконуватись письмово або онлайн (за допомогою сервісу Google Forms на платформі Google Classroom). Використання Google Forms та Google Classroom можливо і під час аудиторного виконання залікового тесту.

Питання:

1. Розкрийте особливість соціологічного підходу до вивчення масової комунікації.
2. Розкрийте поняття «масова комунікація», а також визначте, що вирізняє цей вид комунікації від інших комунікацій у суспільстві.
3. Розкрийте наукові уявлення про структуру комунікативного акту масової комунікації (спираючись на трансмісійні та символічні моделі масової комунікації).
4. Розкрийте місце, роль та особливості масової комунікації у сучасному інформаційно-комунікативному суспільстві.
5. Вкажіть та охарактеризуйте основні тенденції у сучасній масовій комунікації. Розкрийте основні риси «нових» медіа.
6. Розкрийте, у чому полягає відмінність таких понять як «масова комунікація», «засоби масової комунікації», «засоби масової інформації», «мас-медіа» та «медіа».
7. Розкрийте сутність мас-медіа як соціального інституту.
8. Розкрийте сутність масової комунікації як знакового, символічного явища; як процесу кодування та декодування значень.
9. Розкрийте основні положення авторитарної нормативної теорії (як моделі функціонування ЗМК).
10. Розкрийте основні положення лібертіанської теорії (як моделі функціонування ЗМК).
11. Розкрийте основні положення теорії соціальної відповідальності ЗМК (як моделі функціонування ЗМК).
12. Розкрийте основні положення теорії демократичного представництва (як моделі функціонування ЗМК).

13. Розкрийте основні положення теорії медіа періоду розвитку (як моделі функціонування ЗМК).
14. Розкрийте перші теоретичні уявлення про масову комунікацію, сформовані в межах концепцій масового суспільства.
15. Розкрийте уявлення про масову комунікацію як про процес трансляції стереотипів (В. Липпман).
16. Розкрийте основні положення концепції масової комунікації (пропаганди) Г. Лассуела.
17. Розкрийте основні положення «двоступінчатої моделі» масової комунікації.
18. Розкрийте основний зміст другого етапу дослідження масової комунікації (який отримав назву «парадигма обмежених ефектів»).
19. Розкрийте головні ідеї структурно-функціонального підходу до дослідження масової комунікації (П. Лазарсфельд, Р. Мертон, М. Де Флюер та ін.).
20. Охарактеризуйте основні функції медіа на рівні суспільства та на рівні індивіда (розроблені в межах структурно-функціональної традиції досліджень масової комунікації).
21. Розкрийте основні положення теорій активної аудиторії, зокрема теорії отримання (набуття) користі та задоволення.
22. Розкрийте основні положення теорії соціального навчання в контексті масової комунікації.
23. Розкрийте основні положення теорії дифузії інновацій в контексті масової комунікації.
24. Розкрийте основні ідеї Торонтської школи (Г. Інніс, М. Мак-Люен) щодо масової комунікації.
25. Розкрийте основні ідеї Анненбергської школи (Дж. Гербнер) щодо масової комунікації.
26. Розкрийте, у чому полягає сутність семіотичного підходу до аналізу масової комунікації.
27. Розкрийте основні ідеї Бірмінгемської школи культурних досліджень щодо масової комунікації
28. Розкрийте сутність концепції кодування/декодування С. Голла (рос. С. Холла).
29. Розкрийте основні ідеї медіа-групи Університету Глазго щодо масової комунікації.
30. Розкрийте особливості постмодерністської інтерпретації масової комунікації.

31. Дайте визначення поняттю «ефект масової комунікації». Які види ефектів у масовій комунікації можна виділити?
32. Розкрийте основні положення гіпотези/теорії «встановлення порядку денного» засобами масової комунікації (agenda setting theory).
33. Розкрийте, у чому полягає ефект конструювання соціальних проблем масовою комунікацією.
34. Розкрийте основні положення концепції «розкручування спіралі мовчання» Е. Ноель-Нойман щодо масової комунікації.
35. Проінтерпретуйте співвідношення влади та мас-медіа.
36. Розкрийте особливості контент-аналізу як методу аналізу змісту масової комунікації.
37. Розкрийте особливості дискурс-аналізу як методу аналізу змісту масової комунікації.
38. Охарактеризуйте особливості емпіричних соціологічних досліджень аудиторії ЗМК.

**Приклади типових запитань в заліковому тесті
з дисципліни
«Соціологія масової комунікації»**

(Вкажіть один варіант відповіді)

Ефект масової комунікації – це:

- а. Результат медіавпливу
- б. Співвідношення витрат і отриманого результату
- в. Позитивний чи негативний медіавплив

(Вкажіть один варіант відповіді)

Кого вважають автором теорії встановлення порядку денного?

- а. М. Маклюена,
- б. П. Лазерсфельда
- в. М. МакКомбза
- в. Жодного з них

(Вкажіть один варіант відповіді)

Підтримка й сприяння політиці уряду та служіння державі лежить в основі

такої концепції діяльності ЗМК:

- а. Лібертаріанська
- б. Авторитарна
- в. «Правової концепції»

- г. Соціальної відповідності преси
д. Демократичного представництва

Критерії оцінювання письмової екзаменаційної роботи:

Екзаменаційна робота проводиться у формі тесту.

- 1) Максимальна оцінка за виконання завдання – 40 балів (1 вірна відповідь з тесту – 2 бали).

6. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ СТУДЕНТІВ

Оцінювання відповідей на теоретичні питання та виконання практичних завдань на семінарських заняттях, виконання практичних завдань в межах самостійної роботи студентів

Схема нарахування балів д/в

Поточне тестування та самостійна робота						Контрольна робота, передбачена навчальним планом			Залікова робота	Сума
Розділ 1						Розділ 2				
T1	T2	T3	T4	T5	T7	T7	T8	T9		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	24	40
									100	

Схема нарахування балів з/в

Поточне тестування та самостійна робота						Контрольна робота, передбачена навчальним планом			Залікова робота	Сума
Розділ 1						Розділ 2				
T1	T2	T3	T4	T5	T7	T7	T8	T9		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	24	40
									100	

Оцінювання активності на семінарських заняттях д/в:

<p>Високий рівень 3 бали</p>	<p>Відповідь студента характеризується повним, глибоким та змістовним знанням теоретичного та практичного матеріалу з теми, вільним володінням термінами та поняттями дисципліни, що вивчається. Він систематично активно бере участь в обговоренні кожної теми, що вивчається (як на лекційному, так і на семінарському заняттях), його відповіді характеризуються творчим креативним підходом.</p>
---	--

<p>Середній рівень 2 бали</p>	<p>Відповідь студента характеризується повним та змістовним знанням теоретичного матеріалу з теми, вільним володінням термінами та поняттями. Але він недостатньо активно бере участь в ході обговорення практичного матеріалу, допускає у висловлюваннях деякі несуттєві неточності, його відповіді не характеризуються творчим креативним підходом.</p>
<p>Низький рівень 1 бал</p>	<p>Відповідь студента характеризується слабким та невпевненим знанням як теоретичного, так практичного матеріалу. Він допускає багато помилок у відповідях на конкретні питання та недостатньо бере участь в обговоренні матеріалу, що вивчається.</p>
<p>Незадовільний рівень 0 балів</p>	<p>У студента дуже слабкий рівень знання теоретичного матеріалу; не приймає участі в обговоренні теоретичного та практичного матеріалу, що вивчається; допускає змістовні помилки у відповідях на конкретні питання викладача.</p>

Критерії оцінювання контрольної роботи:

Контрольна робота передбачає контроль репродуктивних знань та вміння використовувати засвоєний матеріал для відповіді на проблемні запитання. Максимальна оцінка, яку може отримати студент у результаті виконання роботи становить **24 бали**.

Контроль проходить у формі написанням відповідей на два відкриті завдання (без використання довідкової літератури). Кожна правильна відповідь оцінюється у 8 балів (при оцінці враховується:

При оцінюванні враховується: правильність відповіді, її аналітичний характер, наведення прикладів, концептуальна відповідність (вміння оперувати категоріальним апаратом курсу).

<p>Відповідь повна, або з однією незначною помилкою (грунтовна, логічно побудована, містить посилання на авторитетні джерела та на конкретні приклади)</p>	<p>8-7 балів</p>
<p>Відповідь повна, але з двома-трьома незначними помилками (цілomu вірна та повна, але містить окремі неточності або невеликі логічні протиріччя)</p>	<p>6-5 балів</p>
<p>Відповідь не досить повна, та (або) із суттєвими помилками (відповідь в цілому адекватна завданню, але є досить поверхневою та неповною)</p>	<p>4-3 бали</p>
<p>Відповідь не повна, містить суттєві помилки (відповідь не є адекватною завданню, але демонструє деякі знання матеріалу курсу, окремі згадки про важливі ідеї та концепції)</p>	<p>2-1 бал</p>
<p>Відповідь майже відсутня та (або) не відповідає запитанню</p>	<p>0 балів</p>

Критерії оцінювання практичної самостійної роботи «Порівняльний аналіз порядків денних в новинах»

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

Максимальна кількість балів –15.

Критерії оцінювання залікового тесту
тест – 40 балів (1 вірна відповідь – 2 бали)

<i>Високий рівень</i> 34 - 40 балів	Виконане студентом залікове завдання характеризується вчасним виконанням, кількість правильних відповідей від 34 до 40.
<i>Середній рівень</i> 26 - 32 бали	Виконане студентом залікове завдання характеризується своєчасним виконанням, кількість правильних відповідей від 27 до 32. Або, якщо часові рамки виконання тесту були порушені, то від кількості набраних балів знімається 7 балів.
<i>Низький рівень</i> 18 - 24 бали	Виконане студентом залікове завдання характеризується своєчасним виконанням, кількість правильних відповідей від 19 до 26.
<i>Незадовільний рівень</i> 0-16 балів	Виконане студентом залікове завдання має кількість правильних відповідей від 0 до 18. Або відповіді на тест відсутні.

Шкала оцінювання

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