Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Навчально-науковий інститут соціології та медіакомунікацій

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

«**ЗАТВЕРДЖУЮ**»

Декан ННІ соціології та медіакомунікацій

Олена МУРАДЯН

« 31 » серпня 2026 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

Соціологія медіа

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

галузь знань С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини

спеціальність С5 - Соціологія

(шифр і назва)

освітня програма Соціально-політичні дослідження

спеціалізація

(шифр і назва)

вид дисципліни обов'язкова

(обов'язкова / за вибором)

Факультет/ННІ соціології та медіакомунікацій

2026 – 2027 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою ННІ соціології та соціальних комунікацій « 26» серпня 2026 року, протокол № 6.
РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:
Волянська Олена Володимирівна, кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій.

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

Протокол від «26 » серпня 2026 року № 1.

Завідувачка кафедри прикладної соціології
та соціальних комунікацій



Ірина СОЛДАТЕНКО

Програму погоджено з гарантом освітньої програми «Соціально-політичні дослідження»
Гарант освітньої програми «Соціально-політичні дослідження»



Олена МУРАДЯН

Програму погоджено науково-методичною комісією соціологічного факультету
Протокол від « 26» серпня 2026 року № 1.
Голова науково-методичної комісії  Юлія СОРОКА

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Соціологія медіа» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів спеціальності С5 – Соціологія освітньої програми «Соціально-політичні дослідження»

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. *Мета викладання навчальної дисципліни:* розуміння студентами принципів науково-теоретичної дослідницької роботи у галузі соціологічного та міждисциплінарного вивчення сучасних проблем масової комунікації, набуття ними відповідних навичок теоретичних та практичних досліджень; аналіз основних теоретичних напрямів досліджень масової комунікації; розгляд теорій і моделей функціонування масової комунікації; 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 фахівців у галузі соціологічної медіа-аналітики;
- надати знання про витоки, історію та специфіку розвитку соціологічної теорії масової комунікації;
- сформувати уявлення про цілісну систему соціологічного знання в області масових комунікацій;
- вивчити основні теоретичні концепції і ідеї, які обґрунтовують діяльність нових медіа в умовах сучасного інформаційно-комунікативного суспільства і глобалізації комунікацій;
- розглянути і проаналізувати основні тенденції розвитку сучасних засобів масової комунікації;
- дослідити особливості традиційних і нових медіа у контексті професійних практик фахівців у галузі соціологічної медіа-аналітики.

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	
2-й	2-й
Семестр	
3-й	3-й
Лекції	
32 год.	6 год.
Практичні, семінарські заняття	
16 год.	4 год.
Лабораторні заняття	
год.	-
Самостійна робота	
48 год.	80 год.
у тому числі індивідуальні завдання	
реферат	

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:
ЗК01 Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.
ЗК03 Здатність працювати в команді.
ЗК04 Здатність бути критичним і самокритичним.
ЗК05 Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
ЗК06 Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
ЗК07 Навички міжособистісної взаємодії.
ЗК08 Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
ЗК09 Здатність використовувати інформаційні та комунікаційн технології.
ЗК10 Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

Спеціальні компетентності:

СК02 Здатність до опанування та використання основних класичних та сучасних соціологічних теорій.

СК04 Здатність збирати, аналізувати та узагальнювати соціальну інформацію з використанням соціологічних методів.

СК05 Здатність самостійно планувати, організовувати та проводити соціологічне дослідження.

СК06 Здатність аналізувати та систематизувати одержані результати, формулювати аргументовані висновки та рекомендації.

СК07 Здатність презентувати результати соціологічних досліджень для фахівців та нефахівців

СК08 Здатність дотримуватися у своїй діяльності норм професійної етики соціолога.

Програмні компетентності:
ПРН01 Використовувати понятійний апарат соціології в освітній, дослідницькій та інших сферах професійної діяльності.
ПРН 02 Розуміти історію розвитку соціології, її сучасні концепції та теорії, основні проблеми.
ПРН 03 Застосовувати положення соціологічних теорій та концепцій до дослідження соціальних змін в Україні та світі.
ПРН 04 Пояснювати закономірності та особливості розвитку і функціонування соціальних явищ у контексті професійних задач.
ПРН 05 Вільно спілкуватися державною та іноземною / іноземними мовами усно і письмово з професійних питань.
ПРН 06 Ефективно виконувати різні ролі (зокрема організатора, комунікатора, критика, генератора ідей, виконавця тощо) у команді в процесі вирішення фахових задач.
ПРН 07 Вміти використовувати інформаційно- комунікаційні технології у процесі пошуку, збору та аналізу соціологічної інформації.

ПРН 08 Обґрунтовувати власну позицію, робити та аргументувати самостійні висновки за результатами досліджень і аналізу професійної літератури.

ПРН 09 Вміти розробляти програму соціологічного дослідження.

ПРН16 Аналізувати психічні властивості й стани, характеризувати психічні процеси, різні види діяльності індивідів у групі, процеси розвитку, соціалізації, соціальної адаптації та інтеграції особистості, соціально- психологічні процеси в малих та великих групах.

ПРН17 Застосовувати математично-статистичні інструменти в аналізі соціологічної інформації

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Розділ 1. **ВСТУП ДО СОЦІОЛОГІЇ МЕДІА**

Тема 1. Соціологія медіа: основні поняття курсу
Теорія масової комунікації як наука і навчальна дисципліна. Міждисциплінарна і мультипарадигмальна природа теорії масової комунікації. Теорія та теорії масової комунікації. 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. Медіасфера як підсистема суспільства: структура і динаміка
Специфічні риси медіа як соціального інституту. Нормативні теорії функціонування масової комунікації: авторитарна теорія, радянська система масової комунікації, лібертаріанська 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. Сучасні медіа тенденції

Риси нових медіа: децентралізація; висока пропускна здатність; інтерактивність; гнучкість форм, змісту, використання. Сучасні тенденції у масових комунікаціях: глобалізація, демасифікація, 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 медіа: 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». Двоступінчаста модель масової комунікації. «Масове переконання» (К. Ховланд). Типологія функцій (основних завдань масової комунікації).

Тема 5. Розвиток соціологічних досліджень медіа
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. Міллс, Г. Маркузе, Г. Шіллер).

Тема 6. Новітній етап соціологічних досліджень медіасфери
Теорії медіа в культурній перспективі. Основні ідеї Торонтської (Г. Інніс, М. Мак-Люен), Анненбергської (теорія культивації (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 МЕДІА

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 с 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. Вступ в соціологію медіа												

Тема 1. Соціологія медіа: основні поняття курсу.	**10**	4	2	-	-	4	7	1	-	-	-	6
Тема 2. Медіасфера як підсистема суспільства: структура і динаміка	**7**	2	1	-	-	4	7	0,5	-	-	-	6,5
Тема 3. Сучасні медіа тенденції	**8**	2	1	-	-	5	7	0,5	-	-	-	6,5
Тема 4. Становлення соціології медіа: основні ідеї та етапи	**11**	4	2	-	-	5	9	-	-	-	-	9
Тема 5. Розвиток соціологічних досліджень медіа	**11**	4	2	-	-	5	9	0,5	-	-	-	8,5
Тема 6. Новітній етап соціологічних досліджень медіасфери	**11**	4	2	-	-	5	9	0,5	-	-	-	8,5
Разом за розділом 1	**58**	**20**	**10**	-	-	**28**	**48**	**3**	-	-	-	**45**
Розділ 2. Напрями і методи соціологічних досліджень медіасфери												
Тема 7. Ефекти впливу мас-медіа	**10**	4	2	-	-	4	15	1	-	2	-	12
Тема 8. Мас-медіа і громадська думка. Дослідження аудиторії мас-медіа	**12**	4	2	-	-	6	15	1	-	2	-	12
Тема 9. Дослідження змісту масової комунікації	**10**	4	2	-	-	4	12	1	-	-	-	11
Разом за розділом 2	**32**	**12**	**6**	-	**-**	**14**	**42**	**3**	**-**	**4**	-	**35**
Усього годин	**90**	**32**	**16**	**-**	**-**	**42**	**90**	**6**	-	**4**	-	**35**

4. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Вступ до соціології масових комунікацій	2
2	Масова комунікація як соціальний інститут. Нормативні теорії і принципи функціонування ЗМК	1
3	Характеристика і дослідження нових медіа	1
4	Становлення соціології масової комунікації: основні ідеї та етапи	2
5	Розвиток соціологічних досліджень масової комунікації	2
6	Новітній етап досліджень масової комунікації	2
7	Ефекти впливу мас-медіа	2

8	Мас-медіа і громадська думка. Дослідження аудиторії мас-медіа	2
9	Дослідження змісту масової комунікації	2
	Разом	**16**

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин
1	Читання, конспектування першоджерел. Підготовка відповідей на запитання: 1. Визначте, у чому полягає відмінність масової комунікації та міжособистісної. 2.Розкрийте основні «параметри масової комунікації» 3. Поміркуйте, яку роль відіграють ЗМК у сучасному суспільстві. 4. Які можливості масова комунікація відкрила для сучасного суспільства. 5. Обміркуйте, чому сьогодні надається перевага термінам «ЗМК», «мас-медіа», а не «ЗМІ». 6. Визначте, у чому полягає відмінність комунікації та інформації. 7. Визначте, у чому полягає відмінність між масою та аудиторією. 8. Поміркуйте, чому фахівці пропонують відмовитися від слова «масові» по відношенню до сучасних медіа? Що є причиною «демасифікації медіа» та в чому вона полягає. 10. Поміркуйте, у може полягати вплив масової комунікації на аудиторію. 11. Визначте, з яких структурних елементів складається масова комунікація..	4
2	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.? Написання есе «Чи мас-медіа «четвертою владою» у нашому суспільстві?»	4
3	Читання, конспектування першоджерел. Підготовка доповідей: 1. Основні риси нових медіа. 2. Основні тенденції в сучасній масовій комунікації. 3. Основні соціальні наслідки мережевих комунікацій або «спілкування» в Інтернеті. 4. «Нова масовість» нових медіа. Написання есе : «Чи є громадянська журналістика соціальним інститутом сучасного суспільства»	5
4	Читання, конспектування першоджерел. Підготовка відповідей на запитання: 1. Розкрийте перші теоретичні уявлення про масову комунікацію в межах концепцій масового суспільства. 2. Визначте, у чому полягає сутність теорій масової комунікації, які об'єднує метафорична назва «теорії магічної кулі» (Magic Bullet Theory in Mass Media)? 3. Розкрийте уявлення про масову комунікацію як про поширення стереотипів (В. Липпман). 4. Розкрийте основні положення концепції пропаганди . Лассуела. 5.	5

	Поміркуйте, чому у сучасному суспільстві пропаганда залишається ефективною та як вона трансформуваль. 6. Визначте, у чому полягає сутність двоступінчатої моделі масової комунікації. 7. Поміркуйте, яким чином таке явище, як гейткіпінг, реалізується в умовах сучасних медіа. 8. Визначте, хто є «лідером думок» у світі сучасних мас-медіа? 9. Розкрийте сутність системно-структурних уявлень про масову комунікацію.,10. Охарактеризуйте головні ідеї П. Лазарсфельда і Р. Мертона щодо впливу масової комунікації на аудиторію.	
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 (the medium is the message). 3. Аргументуйте, чи є сьогодні актуальною метафора «глобального села»? 4. Розкрийте концепції «Мозаїчної культури А. Моля.	5
6	Читання, конспектування першоджерел. Підготовка відповідей на запитання: 1. Розкрийте, у чому полягають основні ідеї Анненбергської школи (теорія культивації, 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.	5
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. Порівняльний аналіз теленовин методом якісно-кількісного контент-аналізу.	4
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

	Порівняльний аналіз теленовин методом якісно-кількісного контент-аналізу.	
9	Читання, конспектування першоджерел. Порівняльний аналіз теленовин 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-анализу та дискурс-аналізу у дослідженнях масової комунікації..	4
	Разом	**42**

6. Індивідуальні завдання

Практична індивідуальна робота «Порівняльний якісно-кількісний аналіз «порядків денних» теленовин[1] двох українських або закордонних (міжнародних) телеканалів за тиждень).

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. Соціологія медіа: основні поняття курсу.	Вступна лекція, семінар	Ознайомлення або повторення основних категорій	Мультимедійна презентація в аудиторії та на платформі Classroom (відеоконференція)	Діалог, групове обговорення Робота з літературою,	Обговорення навчального матеріалу Завдання у Classroom
Тема 2. Медіасфера як підсистема суспільства: структура і динаміка	Інформаційна лекція, семінар	Ознайомлення або повторення основних категорій	Мультимедійна презентація в аудиторії та на платформі Classroom	Робота з літературою Робота з кейсами; Діалог, групове обговорення	Обговорення навчального матеріалу Завдання у Classroom

1

			(відеоконференція)		
Тема 3. Сучасні медіа тенденції	Інформаційна лекція, семінар	Ознайомлення або повторення основних категорій	Мультимедійна презентація в аудиторії та на платформі Classroom (відеоконференція)	Робота з літературою Робота з кейсами; Діалог, групове обговорення	Обговорення навчального матеріалу (Групові консультації Завдання у Classroom
Тема 4. Становлення соціології медіа: основні ідеї та етапи	Інформаційна лекція, семінар	Ознайомлення або повторення основних категорій	Мультимедійна презентація в аудиторії та на платформі Classroom (відеоконференція)	Робота з літературою Робота з кейсами; Діалог, групове обговорення	Обговорення навчального матеріалу Завдання у Classroom
Тема 5. Розвиток соціологічних досліджень медіа	Інформаційна лекція, семінар	Ознайомлення або повторення основних категорій	(Мультимедійна презентація в аудиторії та на платформі Classroom (відеоконференція)	Робота з літературою Робота з кейсами; Діалог, групове обговорення	Обговорення навчального матеріалу Завдання у Classroom
Тема 6. Новітній етап соціологічних досліджень медіасфери	Інформаційна лекція, семінар	Ознайомлення або повторення основних категорій	Мультимедійна презентація в аудиторії та на платформі Classroom (відеоконференція)	Робота з літературою Робота з кейсами; Діалог, групове обговорення	Обговорення навчального матеріалу (Групові консультації; коментарі під час заняття від викладача)
Розділ 2. НАПРЯМИ І МЕТОДИ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ МЕДІАСФЕРИ					
Тема 7. Ефекти впливу мас-медіа	Інформаційна лекція, семінар	Ознайомлення або повторення основних категорій	Мультимедійна презентація в аудиторії та на платформі Classroom (відеоконференція)	Робота з літературою Робота з кейсами; Діалог, групове обговорення	Обговорення навчального матеріалу

Тема 8. Мас-медіа і громадська думка. Дослідження аудиторії мас-медіа	Інформаційна лекція, семінар	Ознайомлення або повторення основних категорій	Мультимедійна презентація в аудиторії та на платформі Classroom (відеоконференція)	Робота з літературою Робота з кейсами; Діалог, групове обговорення	Обговорення навчального матеріалу Завдання у Classroom
Тема 9. Дослідження змісту масової комунікації	Інформаційна лекція, семінар	Ознайомлення або повторення категорій	Мультимедійна презентація в аудиторії та на платформі Classroom (відеоконференція)	Робота з літературою Робота з кейсами; Діалог, групове обговорення	Обговорення навчального матеріалу (Групові консультації)

7. Методи навчання

- лекції – розкриваються принципові та найбільш важливі аспекти визначених тем дисципліни із застосуванням мультимедійних засобів навчання. Застосовуються метод активізації навчально-пізнавальної діяльності студента з дисципліни (зокрема аналіз кейсів з історичної та сучасної практики функціонування вітчизняних і закордонних мас-медіа), метод проблемного викладу матеріалу. частково-пошуковий, або евристичний, метод, які орієнтуються на компетентнісний підхід в навчанні.

– **семінари** з елементами дискусії, ділової гри, підготовка презентаційних матеріалів, виступи опрацювання навчальної та наукової літератури, групо Робота направлена на збудження запитаннями інтересу до теми, створення мотивації навчання, розвиток пізнавальної активності, комунікативних умінь та навичок

- самостійна робота – поглиблене самостійне здобування знань (конспектування, тезування, анотування, рецензування, тощо), удосконалення вмінь та навичок включає вивчення додаткової літератури та написання доповідей та есеїв, емпіричної дослідницької роботи.

8. Методи контролю

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

Поточний контроль – усні опитування на лекціях та семінарських заняттях за контрольними та програмними питаннями поточної та попередніх тем; оцінювання ступеню активності студентів та якості їхніх виступів та коментарів при проведенні дискусій на семінарських заняттях. Передбачені контрольні роботи теоретичних питань нормативного або проблемного характеру. Самостійні роботи з теоретичних питань нормативного або проблемного характеру, письмові есе, мультимедійні презентації. *Рубіжний контроль* – контрольна робота за темами першого розділу; індивідуальне завдання – практична робота за темами другого розділу. *Підсумковий контроль* – письмовий залік (тест – 20 запитань).

Мінімальна необхідна кількість набраних балів для допуску до заліку - 24 бали.

9. Схема нарахування балів

Поточне тестування та самостійна робота									Контрольна робота, реферат передбачені навчальним планом	Залікова робота	Сума
Розділ 1						Розділ 2					
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т7	Т7	Т8	Т9			
3	3	3	4	4	4	3	3	3	16/8	40	100

Критерії оцінювання навчальних досягнень

Критерії оцінювання індивідуальної (практичної) роботи (реферат):

(«Порівняльний якісно-кількісний аналіз «порядків денних» теленовин[2] двох українських або закордонних (міжнародних) телеканалів за тиждень).

.

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

Максимальна кількість балів 8.

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 **16 балів**.

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).

Відповідь повна, або з однією незначною помилкою (ґрунтовна, логічно побудована, містить посилання на авторитетні джерела та на конкретні приклади)	8-7 балів
Відповідь повна, але з двома-трьома незначними помилками (цілому вірна та повна, але містить окремі неточності або невеликі логічні протиріччя)	6-5 балів
Відповідь не досить повна, та (або) із суттєвими помилками (відповідь в цілому адекватна завданню, але є досить поверхневою та неповною)	4-3 бали

[2] За результатами сучасних опитувань, телебачення в Україні залишається провідним джерелом інформації про події у країні та світі

Відповідь не повна, містить суттєві помилки (відповідь не є адекватною завданню, але демонструє деякі знання матеріалу курсу, окремі згадки про важливі ідеї та концепції)	2-1 бал
Відповідь майже відсутня та (або) не відповідає запитанню	0 балів

Критерії оцінювання роботи на семінарських заняттях:

Під час вивчення навчальної дисципліни використання технологій штучного інтелекту (ШІ) здійснюється відповідно до Політики використання технологій штучного інтелекту Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

У межах дисципліни застосовуються такі моделі використання ШІ:

1. Модель «ШІ заборонено».

Використання технологій штучного інтелекту не допускається під час виконання контрольних заходів, спрямованих на перевірку індивідуальних знань і сформованості компетентностей здобувача освіти, зокрема: усного опитування, контрольних робіт, заліку, якщо інше не визначено викладачем.

2. Модель «ШІ як асистент».

Під час підготовки до семінарських занять, виконання есе та інших письмових робіт дозволяється використання ШІ для: пошуку та систематизації інформації, добору та первинного аналізу джерел, пояснення складних понять, удосконалення структури тексту, перевірки граматики, стилю та оформлення, генерації ідей, плану роботи або прикладів. Фінальний текст роботи, висновки, аналіз та прийняті рішення повинні бути самостійно підготовлені здобувачем освіти.

3. Модель «ШІ як інструмент».

Для підсумкового комунікативного проєкту використання технологій штучного інтелекту може бути складовою виконання завдання (наприклад, для генерації ідей, аналізу референсів, створення візуалізацій). Усі результати, отримані за допомогою ШІ, підлягають критичному аналізу, перевірці та доопрацюванню здобувачем освіти.

Декларування використання ШІ.

У разі використання технологій штучного інтелекту здобувач освіти зобов'язаний зазначити: назву сервісу або моделі ШІ; дату використання; характер допомоги (генерація ідей, пошук інформації, аналіз даних, редагування тексту тощо). За вимогою викладача здобувач освіти повинен надати використані запити (prompts) або пояснити спосіб використання інструментів ШІ. Недекларованe використання технологій штучного інтелекту або подання згенерованого ШІ матеріалу як власного результату навчальної діяльності розглядається як порушення принципів академічної доброчесності відповідно до внутрішніх нормативних документів Університету.

Максимальна кількість балів, яку може отримати студент за усну роботу на семінарі становить **3 бали**. Для цього необхідно продемонструвати володіння матеріалами теми, вміння теоретично аналізувати базові поняття та ключові концептуальні положення теми, продемонструвати можливості їхнього застосування на практиці (в контексті сучасних

концептуальних положень теорії масової комунікації), виступати з доповідями (мультимедійними презентаціями), а також виконання завдань за планом.

Критерії оцінювання письмової залікової роботи:

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

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	зараховано
70 – 89	
50 – 69	
1– 49	не зараховано

10. Політика використання штучного інтелекту

У межах курсу «Медіаріторика» дозволяється використання інструментів ШІ для пошуку ідей, структурування матеріалу та мовного редагування, якщо це не суперечить умовам конкретного завдання. Здобувачі освіти зобов'язані зазначати інструмент і мету його використання, перевіряти достовірність згенерованої інформації та самостійно формулювати аргументи й висновки. Забороняється видавати згенеровані матеріали за власну самостійну роботу, використовувати вигадані факти, цитати й джерела, а також завантажувати персональні або конфіденційні дані без належних підстав. Відповідальність за зміст поданої роботи та дотримання академічної доброчесності несе здобувач освіти.

11. Рекомендована література

Основна література

1. Квіт С. Масові комунікації : підручник / Сергій Квіт. – К : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2018. – 352 с. (Могилянський підручник)
2. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації // Деніс Мак-Квейл [перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків]. – Львів: Літопис, 2010. – 538 с.
3. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація» / В. В. Різун. – К. :Просвіта, 2008. – 260 с.
4. 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.
5. Штомпка Пьотр. Соціальний капітал. Теорія міжособистісного простору. Видавництво Дух і Літера, 2022. 400 с.

6. The handbook of media and mass communication theory / Robert S Fortner; Mark Fackler Chichester, West Sussex, UK : John Wiley & Sons, 2014. – 1008 p.
7. Соціологія громадської думки та мас-медіа: Комплекс навчально-методичного забезпечення дисципліни [Електронний ресурс] : навч. посіб. для бакалаврів за спеціальністю 054 «Соціологія» / КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад.: Єнін М.Н., Северинчик О.П. – Електронні текстові дані (). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. – 81 с.
8. Владимиров В.М. Парадокси сучасної науки про масову комунікацію: Монографія: – К.: Видавництво «Наукова столиця»ТМ, 2020. – 180 с.

Додаткова література

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. Крос К. Політична комунікація і висвітлення новин у демократичних суспільствах: перспективи конкуренції / Крос Кетлін, Гакет Роберт ; пер. Руслан Ткачук. – К. : Основи, 2000. – 142 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.

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 Applications25 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 Applications8 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 // Cities10/ 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? 2011Volume 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 Change5 April 2021Volume 168 (Cover date: July 2021). Article 120777.
15. Суббота М. М. Особливості дискурсу теленовин у контексті медіаконструювання соціальної реальності // Український соціологічний журнал. 2011. №. 1-2. С. 48–55.
16. Субота М. М. Жанрові особливості теленовин 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 теленовин : 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.

12. 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://journlib.univ.kiev.ua/
10. 11 виступів у TED talks українською про медіа та інтернет https://ij.ogo.ua/hotnews/11-vistupiv-ted-ukrayinskoyu-pro-zhurnalistiku-media-ta-internet-video’/

13. Приклад питань до іспиту

1. Що являє собою масова комунікація?
2. Як пов’язані між собою масова комунікація, масова інформація, засоби масової комунікації (засобів масової інформації).
3. Як визначається в соціології масова свідомість?
4. Що являє собою громадська думка? З якими факторами пов’язано формування громадської думки?
5. Які функції виконує громадська думка? Чому П. Бурдьє піддав сумніву існуванню громадської думки?
6. Дайте визначення масової комунікації та її основних компонентів (формула Лассуелла). Яке значення має поняття «маса» в контексті досліджень масової комунікації?
7. Чому виникла потреба в дослідженнях масової комунікації? Якими були уявлення соціологів про масову комунікацію на першому етапі її дослідження (30-40 рр. XX ст.).
8. Які ідеї серед дослідників щодо ефектів мас-медіа домінували в 40-60-ті рр. XX ст.? Що являє собою парадигма «обмеженого впливу»? Назвіть основний зміст теорій «двохступеневого потоку інформації» та «використання і задоволення».
9. В чому сутність теорії «спіраль мовчання» Е. Ноель-Нойман?
10. Чому вчені звернулись до досліджень насилля на телебаченні. Які гіпотези та висновки були зроблені відносно зв’язку між насиллям на екрані і насиллям у житті?
11. Що являє собою четвертий етап дослідження масової комунікації? На конкретних прикладах продемонструйте, що означає модель «кодування-декодування».
12. Коли з’явилася масова комунікація? Розкрийте передумови формування інституту масової комунікації. Порівняйте комунікаційні процеси в традиційних та індустріальних суспільствах.
13. Як змінюються комунікаційні процеси при переході суспільства до інформаційного (постіндустріального) етапу розвитку.
14. Як пов’язані між собою нація та масова комунікація? Чому становлення масової комунікації та ЗМІ було необхідною передумовою для формування поліетнічних націй індустріального суспільства?
15. Чому мас-медіа можуть бути каналом посилення девіацій?
16. Які функції виконує в суспільстві масова комунікація? Чому її вплив може мати деструктивний для суспільства характер?
17. Чи вважаєте Ви доречним використання метафори «четверта влада» щодо мас- медіа? Обґрунтуйте свою думку.
18. Опишіть статусні позиції власника та редактора. Які законодавчі обмеження існують для засновників засобів масової інформації?
19. Опишіть особливості статусної позиції журналіста. Чому на журналіста покладені особливі права та обов’язки? В чому полягає суперечливість журналістської діяльності?
20. Що таке аудиторія? Які існують її різновиди? Як би Ви оцінили загальносвітову тенденцію фрагментації аудиторії?
21. Якими є погляди на владу в теорії ліберального плюралізму? Які суспільні ролі повинні виконувати ЗМІ в суспільстві згідно з цією теорією? Чому цю теорію пов’язують з більш загальною соціологічною теорією «функціоналізму»?
22. За що критикується теорія ліберального плюралізму? Чи погоджуєтесь Ви з цією критикою?
23. Якими є погляди на владу та ЗМІ в критичних теоріях? Чому, на думку Ю. Хабермаса, публічна сфера переживає занепад у сучасному суспільстві?
24. Що мав на увазі А. Грамші під поняттям «гегемонія»? В який спосіб, на думку італійського вченого, підтримується влада в капіталістичних суспільствах за умов істотної нерівності і конфлікту інтересів?
25. Які ідеї відстоює Дж. Гербнер у своїй теорії культивації? Чи згодні Ви з ними?
26. В чому суть концепції «технологічного детермінізму» Гарольда Інніса і Маршалла Маклюгена?

27. Як описує вплив ЗМІ на суспільство теорія постмодернізму? Яким є Ваше відношення до цієї теорії?
28. В чому полягає суть явища «Вікно Овертона»? Як відбувається зміна свідомості народних мас згідно з цієї теорією?
29. Що таке «тематизація»? Розкрийте основний зміст теорії формування порядку денного.
30. Які моделі подання новин враховуються у сфері масової комунікації?