

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА СОЦІОЛОГІЇ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету
соціології та управління


М. А. Лепський

“ 1 ” Вересня 2017 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Соціологія масових комунікацій»

напря́м підготовки _____ 6.030101 – «Соціологія» _____

факультет _____ соціології та управління _____

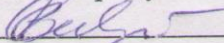
2017-2018 н.р.

Робоча програма «Соціологія масових комунікацій» для студентів
за напрямом підготовки 6.030101 – «Соціологія». – 31 серпня 2017. – 9 с.

Розробник: Корнієнко Геннадій Миколайович, ст. викладач кафедри соціології

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри соціології


Протокол від 31 серпня 2017 року № 1

Завідувач кафедри  В.О. Скворець

31 серпня 2017 року

Схвалено науково-методичною радою факультету соціології та управління

Протокол від "31" серпня 2017 року №1

Голова  О.С. Маліновська

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 2	Галузь знань 0301 – «Соціально-політичні науки»	Нормативна	
	Напрямок підготовки 6.030101 – «Соціологія»		
Модулів – 4,5		Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		4-й	5-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання		Семестр	
реферат			
Загальна кількість годин – 162		7-й	10-й
	Лекції		
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи студента – 4	Освітньо-кваліфікаційний рівень: бакалавр	28 год.	12 год.
		Семінарські	
		28 год.	8 год.
		Самостійна робота	
		52 год.	142 год.
		Індивідуальні завдання	
		54 год.	0 год.
		Вид контролю	
	екзамен	екзамен	

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної та індивідуальної роботи становить:
 для денної форми навчання – 56 год.: 106 год. (1:1,9)
 для заочної форми навчання – 20 год.: 142 год. (1:7,1)

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета: формування у студентів соціологічного погляду на проблеми формування, функціонування, різноманітні прояви масової комунікації в сучасному українському суспільстві, наукового підходу до аналізу явищ і процесів, пов'язаних з дослідженням масової комунікації у суспільстві, подальшого використання отриманих знань в майбутній професійній діяльності.

Завдання:

- опанування основних категорій понять соціології масової комунікації;
- засвоєння сутності масової комунікації як процесу взаємодії, що пов'язаний зі смислоутворенням, обміном та відтворенням смислів;
- опанування методів, які використовуються в дослідженнях масової комунікації;
- засвоєння специфіки організації і проведення конкретних соціологічних досліджень масової комунікації;
- ознайомлення з основними напрямками та принципами досліджень масової комунікації у вітчизняній та закордонній практиці.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

- **знати:** ключові поняття і терміни соціології масової комунікації;
 - сутність сучасних соціологічних концепцій і теорій досліджень масової комунікації, етапи історико-генетичного розвитку масової комунікації;
 - структурні складові та функції масової комунікації;
 - місце, роль та значення масової комунікації в соціально-політичному, економічному та культурно-релігійному просторі;
 - сучасні методи дослідження масової комунікації.
- **вміти:** складати програму та розробляти інструментарій соціологічного дослідження масової комунікації;
 - використовувати сучасні методи добору та аналізу інформації стосовно досліджень масової комунікації;
 - застосовувати різні кількісні та якісні соціологічні методи дослідження масової комунікації;
 - складати аналітичні записки та розробляти рекомендації за результатами досліджень;
 - використовувати результати прикладних досліджень у політичній діяльності суб'єктів, процесах соціального управління та маркетингових програмах.

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль I. Теоретико-методологічне підґрунтя досліджень масової комунікації

Тема 1. Вступ до соціології масових комунікацій. Сучасні масові комунікації

Тема 2. Ретроспективний аналіз розвитку соціології масових комунікацій

Тема 3. Структурно-функціональна традиція аналізу масової комунікації

Тема 4. Концепція ідеології та методологія аналізу масової комунікації

Тема 5. Семіологічний підхід в дослідженні масової комунікації

Тема 6. Критична традиція аналізу масової комунікації

Тема 7. Масова комунікація в постмодерністській перспективі

Змістовий модуль II. Діяльність СМК як реалізація інтересів соціальних суб'єктів.

Прикладні аспекти дослідження МК.

Тема 1. Масова комунікація та громадянське суспільство: концептуальний аспект

Тема 2. Медіа в системі «риннок – держава – суспільство»

Тема 3. Масова комунікація в контексті глобалізації

Тема 4. Соціологічний аналіз ефектів масової комунікації

Тема 5. Основні напрямки дослідження масової комунікації: дослідження комунікатора

Тема 6. Аналіз змісту масової комунікації

Тема 7. Соціологічні дослідження аудиторії масової комунікації.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	с/п	лаб	інд	с.р.		л	с/п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1. Теоретичні аспекти кадрового менеджменту												
Тема 1. Вступ до соціології масових комунікацій. Сучасні масові комунікації	7	2	2			3	11	1				10
Тема 2. Ретроспективний аналіз розвитку соціології масових комунікацій	7	2	2			3	12					12
Тема 3. Структурно-функціональна традиція аналізу масової комунікації	8	2	2			4	12	1	1			10
Тема 4. Концепція ідеології та методологія аналізу масової комунікації	8	2	2			4	12	1	1			10
Тема 5. Семіологічний підхід в дослідженні масової комунікації	8	2	2			4	12	1	1			10
Тема 6. Критична традиція аналізу масової комунікації	8	2	2			4	12	1	1			10
Тема 7. Масова комунікація в постмодерністській перспективі	8	2	2			4	12	1	1			10
Разом за змістовим модулем 1	54	14	14			26	83	6	5			72
Змістовий модуль 2. Прикладні аспекти кадрового менеджменту												
Тема 8. Масова комунікація та громадянське суспільство: концептуальний аспект	7	2	2			3	11	1				10
Тема 9. Медіа в системі «ринок – держава –	7	2	2			3	10					10

суспільство»												
Тема 10. Масова комунікація в контексті глобалізації	8	2	2			4	11	1				10
Тема 11. Соціологічний аналіз ефектів масової комунікації	8	2	2			4	11	1				10
Тема 12. Основні напрямки дослідження масової комунікації: дослідження комунікатора	8	2	2			4	12	1	1			10
Тема 13. Аналіз змісту масової комунікації	8	2	2			4	12	1	1			10
Тема 14. Соціологічні дослідження аудиторії масової комунікації	8	2	2			4	12	1	1			10
Разом за змістовим модулем 2	54	14	14			26	79	6	3			70
Усього годин	108	28	28			52	162	10	8			142
ІНДЗ	20					54		10	8			142
Усього годин	162	28	28			54	52	162	10	8		142

5. Теми лекційних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денне	заочне
1	Вступ до соціології масових комунікацій. Сучасні масові комунікації	2	1
2	Ретроспективний аналіз розвитку соціології масових комунікацій	2	
3	Структурно-функціональна традиція аналізу масової комунікації	2	1
4	Концепція ідеології та методологія аналізу масової комунікації	2	1
5	Семіологічний підхід в дослідженні масової комунікації	2	1
6	Критична традиція аналізу масової комунікації	2	1
7	Масова комунікація в постмодерністській перспективі	2	1
8	Масова комунікація та громадянське суспільство: концептуальний аспект	2	1
9.	Медіа в системі «ринок – держава – суспільство»	2	
10	Масова комунікація в контексті глобалізації	2	1
11	Соціологічний аналіз ефектів масової комунікації	2	1
12	Основні напрямки дослідження масової комунікації: дослідження комунікатора	2	1
13	Аналіз змісту масової комунікації	2	1
14	Соціологічні дослідження аудиторії масової комунікації	2	1
	Усього:	28	12

6. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денне	заочне
1	Вступ до соціології масових комунікацій. Сучасні масові комунікації	2	
2	Ретроспективний аналіз розвитку соціології масових комунікацій	2	
3	Структурно-функціональна традиція аналізу масової комунікації	2	1
4	Концепція ідеології та методологія аналізу масової комунікації	2	1
5	Семіологічний підхід в дослідженні масової комунікації	2	1
6	Критична традиція аналізу масової комунікації	2	1
7	Масова комунікація в постмодерністській перспективі	2	1
8	Масова комунікація та громадянське суспільство: концептуальний аспект	2	
9.	Медіа в системі «ринок – держава – суспільство»	2	
10	Масова комунікація в контексті глобалізації	2	
11	Соціологічний аналіз ефектів масової комунікації	2	
12	Основні напрямки дослідження масової комунікації: дослідження комунікатора	2	1
13	Аналіз змісту масової комунікації	2	1
14	Соціологічні дослідження аудиторії масової комунікації	2	1
	Усього:	28	8

7. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денне	заочне
1	Вступ до соціології масових комунікацій. Сучасні масові комунікації	3	10
2	Ретроспективний аналіз розвитку соціології масових комунікацій	3	12
3	Структурно-функціональна традиція аналізу масової комунікації	4	10
4	Концепція ідеології та методологія аналізу масової комунікації	4	10
5	Семіологічний підхід в дослідженні масової комунікації	4	10
6	Критична традиція аналізу масової комунікації	4	10
7	Масова комунікація в постмодерністській перспективі	4	10
8	Масова комунікація та громадянське суспільство: концептуальний аспект	3	10
9.	Медіа в системі «ринок – держава – суспільство»	3	10
10	Масова комунікація в контексті глобалізації	4	10
11	Соціологічний аналіз ефектів масової комунікації	4	10
12	Основні напрямки дослідження масової комунікації: дослідження комунікатора	4	10
13	Аналіз змісту масової комунікації	4	10
14	Соціологічні дослідження аудиторії масової комунікації	4	10
	Усього:	52	142

8. Індивідуальні завдання

Індивідуальне завдання з курсу «Соціологія масової комунікації», враховуючи рівень підготовленості студентів на 4-му курсі навчання, передбачає підготовку реферату за індивідуальним питанням з курсу, самостійним складанням бібліографії з теми, підготовкою тестових завдань для самоперевірки знань, захист реферату.

9. Методи навчання

Навчальний курс «Соціологія масової комунікації» передбачає використання різних методів навчання.

На лекційних заняттях використовується пояснювально-ілюстративний, або інформаційно-рецептивний метод, який дозволяє забезпечити системний характер засвоєння знань. Виходячи зі змісту навчальної та робочої програми, викладач розкриває основні питання теми, в кожному з яких виділено основні поняття, логічні зв'язки між ними. На лекціях з курсу «Соціологія масової комунікації» доцільно також використовувати проблемний метод навчання, що забезпечує розкриття системи доказів, порівняння точок зору, різних підходів щодо вирішення тієї чи іншої проблеми.

На семінарських заняттях використовується передусім проблемний метод, а також пошуковий, оскільки саме під час обговорення на семінарах, розгляду різних варіантів вирішення тих чи інших питань можливе винайдення оптимальних моделей. Репродуктивний метод на семінарських заняттях застосовується ситуативно щодо студентів з певним рівнем підготовленості. Для поглиблення знань і вмінь тих студентів, які виявляють високу активність у вивченні тем курсу, використовується дослідницький метод, що досягається шляхом орієнтації їх на виконання складних завдань, що потребують більшої самостійності та наполегливості.

Зміст курсу «Соціологія масової комунікації» передбачає використання інноваційних освітніх технологій, зокрема ігрових, інтерактивних, інформаційних.

10. Методи контролю

Контроль рівня знань студентів щодо засвоєння ними тем з дисципліни «Соціологія масової комунікації» включає:

Поточний контроль здійснюється під час проведення семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретних завдань.

Оцінювання відповідей на семінарському занятті:

3 бали – чітка повна змістовна відповідь на питання, оперування багатьма теоретичними джерелами, висока аргументованість відповіді, переконливе демонстрування власної авторської позиції;

2 бали – все вище перелічене, але при відсутності авторської позиції;

1 бал – змістовне доповнення / поверховий виклад матеріалу;

0 балів – відсутність відповіді.

Рубіжний підсумковий контроль проводиться по завершенні вивчення змістовного модуля у вигляді модульної контрольної роботи або тестування.

Оцінювання модульних контрольних робіт:

7 балів – повна змістовна відповідь на всі завдання, оперування багатьма теоретичними джерелами, висока аргументованість відповіді, переконливе демонстрування власної авторської позиції;

5-6 балів – авторська позиція заявлена, але повністю не обґрунтована, викладення матеріалу засноване на знанні джерел, але без аналітичної позиції;

3-4 бали – поверховий виклад матеріалу, слабке знання теоретичних джерел;

1-2 бали – короткий поверховий виклад матеріалу, нечіткі та помилкові визначення понять;

0 балів – відсутність відповідей.

Підсумковий контроль проводиться по закінченні вивчення курсу з метою оцінювання результатів вивчення навчального курсу на завершальному етапі

Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю

№ п/п	Вид діяльності	Коефіцієнт (вартість виду)	Кількість робіт	Результат
1.	Індивідуальні завдання	10	2	20
2.	Самостійна робота	2	2	4
3.	Модульна контрольна робота	7	2	14
4.	Семінарське заняття	3	14	42
5.	Іспит	20		20
Підсумковий рейтинговий бал				100

11. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточний контроль знань			Сума
Контрольний модуль № 1, Індивідуальне завдання	Контрольний модуль № 2, Індивідуальне завдання	Іспит	100
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2		
30	40	20	

Шкала оцінювання: національна та ECTS

ЗА ШКАЛОЮ ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов’язковим повторним курсом)		

12. Методичне забезпечення

1. Соціологія масової комунікації: Навчальна програма курсу/ Укладач: Корнієнко Г. М. – Запоріжжя: ЗНУ, 2010. – 9 с.
2. Робоча програма навчальної дисципліни «Соціологія масової комунікації» для студентів за напрямом підготовки 6.030101 – «Соціологія», 2012. – 13 с.
3. Методичне забезпечення семінарських занять з курсу «Соціологія масової комунікації».
4. Методичне забезпечення самостійної та індивідуальної роботи з курсу «Соціологія масової комунікації».
5. Методичні матеріали для заочного відділення з курсу «Соціологія масової комунікації».
6. Перелік питань до іспиту з курсу «Соціологія масової комунікації».
7. Контрольні завдання і тести з курсу «Соціологія масової комунікації».
8. Презентації до тем курсу

13. Рекомендована література

Основна

1. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация. М., 2005.
2. Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М., 2000.
3. Науменко Т. В. Социология массовой коммуникации. М., 2005.
4. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М., 2001.
5. Терин В. П. Массовая коммуникация. Социокультурные аспекты политического воздействия. Исследования опыта Запада. М., 1999.
6. Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации. М., 2004.
7. Яковлев И. П. Современные теории массовых коммуникаций. СПб., 2004.

Додаткова

1. Абдеев Р. Ф. Философия информационной цивилизации. М., 1994.
2. Борев В. Ю., Коваленко А. В. Культура и массовая коммуникация. М., 1986.
3. Браун Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. М.-СПб.-Киев, 2004.
4. Буданцев Ю. П. Системность в изучении массовых информационных процессов. М., 1986.
5. Глобальное сообщество: новая система координат. СПб., 2000.
6. Грушин Б. А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения. М., 1979.
7. Давыдов Ю. Н. Критика социально-философских воззрений франкфуртской школы. М., 1977.
8. Дука С. И. Информационное общество. Социогуманитарные аспекты. СПб., 2004.
9. Егорова Е. П. Социальные коммуникации. СПб., 1996.
10. Землянова Л. М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций. М., 1999.
11. Кин Дж. Средства массовой информации и демократия. М., 1994.
12. Коробейников В. С. Редакция и аудитория: социологический анализ. М., 1983.
13. Массовая информация и коммуникация в современном мире. М., 1989.
14. Матвеева Л. В., Аникеева Т. Я., Мочалова Ю. В. Психология телевизионной коммуникации. М., 2002.
15. Мельник Г. С. Mass Media: Психологические процессы и эффекты. СПб., 1996.
16. Методологические проблемы изучения средств массовой коммуникации. М., 1985.
17. Трескова С. И. Социолингвистические проблемы массовой коммуникации. М., 1989.
18. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб.-М., 2003.