

1. Мета дисципліни – отримання студентами фундаментальних теоретичних знань про природу, структуру, функції, взаємодію сфери масової комунікації та політики, та про методи дослідження масових комунікацій.

2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни: є наявність знань про соціальну взаємодію та функціонування соціальних інститутів.

3. Анотація навчальної дисципліни:

Дисципліна спрямована на те, щоб диференціювати існуючі соціальні комунікативні практики, що мають місце у сучасному суспільстві, включаючи ЗМК як бізнес організації, соціальний інститут, а також як досить поширену комунікативну практику. Практична частина курсу спрямована на покращення розуміння функціонування зазначених комунікативних практик, та використовувати їх у режимі підвищеної ефективності.

4. Завдання (навчальні цілі):

- знати базові поняття ЗМІ, ЗМК, мас-медіа та їх соціологічну інтерпретацію; способи, шляхи і методи дослідження ЗМК; особливості функціонування ЗМК як соціального інституту; роль ЗМК в формуванні, поширенні, модифікації громадської думки; методи емпіричного вивчення ЗМК та особливості їх застосування
- вміти розвивати свій науковий та фаховий потенціал, застосовувати раціональні методи оволодіння знаннями; орієнтуватись у науковій та періодичній соціологічній літературі з актуальних питань вивчення ЗМК, відбирати з цієї інформації найголовніше, систематизувати її, вміти працювати з науково-методичними посібниками; вміти використовувати різноманітні методи в дослідженні масової комунікації

Це спрямовано на формування компетентностей:

- Здатність бути критичним і самокритичним (ЗК04).
- Здатність аналізувати соціальні зміни, що відбуваються в Україні та світі в цілому (СК03)
- Здатність використовувати понятійний апарат та методологічний інструментарій соціології для дослідження комунікаційних процесів та здійснювати різноманітні аналізи комунікативних практик (СК13);

5. Результати навчання за дисципліною

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
1.1	Знати місце соціології масових комунікацій в структурі соціологічного знання.	Лекція	Індивідуальні виступи на семінарі.	5
1.2	Знати теоретичні підходи до вивчення масової комунікації.	Лекція, самостійна робота	Індивідуальні виступи на семінарі.	15
1.3	Знати ефекти та масової комунікації.	Лекція	Індивідуальні виступи на семінарі.	10
2.1	Вміти виокремлювати характеристики новин.	Лекція	Індивідуальні виступи на семінарі.	10

2.2.	Вміти використовувати окремі ефекти для підвищення ефективності в масовій комунікації	Лекція	КР	10
2.3	Вміти аналізувати візуальні матеріали.	Лекція, самостійна робота	Індивідуальні виступи на семінарі	10
3.1	Застосовувати знання та використовувати різні методологічні підходи в дослідженні ЗМК	Лекція, самостійна робота	Індивідуальні виступи на семінарі.	20
4.1	Самостійно використовувати методи для дослідження ЗМК	Лекція, Самостійна робота	КР	20

6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання

Результати навчання дисципліни (код) Програмні результати навчання (назва)	Результати навчання дисципліни (код)							
	1.1	1.2	1.3	2.1.	2.2	2.3	3.1	4.1
Використовувати понятійний апарат соціології в освітній, дослідницькій та інших сферах професійної діяльності (PH 01)	+	+	+	+	+	+	+	+
Пояснювати закономірності та особливості розвитку і функціонування соціальних явищ у контексті професійних задач (PH04).	+	+	+	+	+	+	+	+
Застосовувати теоретичні підходи та соціологічний інструментарій для аналізу комунікаційних процесів у сучасному суспільстві та вирішення проблем координації взаємодій соціальних груп українського суспільства (PH17)	+	+	+	+	+	+	+	+

7.Схема формування оцінки.

7.1 Форми оцінювання студентів:

- семестрове оцінювання:

- Кр 1 з тем 1-5. PH 1.1, PH 1.2, P.H. 1.3., PH 2.1., PH2.2 PH 2.318/10 балів
- Кр 2 з теми 6-10: PH 2.1., PH2.2, PH 2.3, PH 3.1, PH. 4.1. 18/10 балів
- Індивідуальні виступи з тем, участь у груповій дискусії 1-9, PH1.1, PH1.2, PH. 1.3, PH 2.1., PH2.2 PH 2.3; PH 3.1, PH. 4.1.- 24/16 балів

- підсумкове оцінювання: у формі іспиту PH 1.1, PH 1.2, P.H. 1.3., PH 2.1., PH2.2 PH 2.3.

- умови допуску до підсумкового іспиту Для студентів, які набрали сумарно за меншу кількість балів з критично-розрахунковий мінімум – 36 балів для одержання допуску до іспиту обов'язковим є повторне виконання хоча б однієї контрольної роботи.

7.2 Організація оцінювання:

- Контрольна робота 1 з теми 1-5;
- Контрольна робота 2 з теми 6-10.
- Індивідуальні виступи з тем 1-10, участь у груповій дискусії.

7.3 Шкала відповідності оцінок

Відмінно / Excellent	90-100
Добре / Good	75-89
Задовільно / Satisfactory	60-74
Незадовільно / Fail	0-59

8. Структура навчальної дисципліни. Тематичний план лекцій та семінарських занять

№ п/п	Номер і назва теми*	Кількість годин		
		лекції	Семінарські	Самостійна робота
Соціальна комунікація в площині соціологічного дискурсу				
1	Тема1. Соціологія масових комунікацій як спеціальна соціологічна теорія.	2	2	6
2	Тема2. Теоретичні підходи до вивчення масової комунікації.	4	2	6
3	Тема3. Новини та їх характеристики .	2	4	6
4	Тема 4. Ефект та ефективність у масовій комунікації.	2	2	6
5	Тема 5. Узагальнення теоретичних підходів до масової комунікації.	2		6
Медіа простір, та методологія його вивчення				
6	Тема 6. Вплив ЗМК .	6	4	6
7	Тема 7. Візуальність як характеристика масової комунікації.	4	4	6
8	Тема 8. Реклама в медіа просторі	4	4	6
9	Тема 9. Методологія дослідження ЗМК	6	4	6
10	Тема 10. Узагальнення вивченого.	2		6
Всього		34	26	60

Загальний обсяг 120 год. в тому числі:

Лекцій – 34 год.

Семінари – 26 год.

Самостійна робота - 60 год

9. Рекомендовані джерела:

Основна: (Базова)

1. Костенко Н.В. Масова комунікація. / Соціологія. За ред. С. Макеєва. – К., 1998. – С.153. – 180.
2. Луман Н. Реальность массмедиа. – М., 2005. – С. 1- 151 с.
3. Н.Луман. Реальность масс-медиа.: [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/3001/3006>
4. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. – Львів, 2010. – С. 254 - 536
5. Медіа. Демократія. Культура / За ред. Н. Костенко, А. Ручки. – К.: Інститут соціології НАН України, 2008. – С. 3 - 126с.
6. Чудовська-Кандиба І.А. Соціокультурні виміри рекламних практик. – К.: 2010. – 445 с.

Додаткова:

1. Чудовська І. Соціологія реклами/Посібник. – К., 2019. – С.3-65.
2. Жюльєн Ф. Трактат об ефективности // Пер. с фр. Крушняка Б. – Москва – Санкт-Петербург: Московский философский фонд “Университетская книга”, 1999. – 232 с.
3. Мельник Г.С. Mass-media: Психологические процессы и эффекты. – Санкт-Петербург. Изд-во С.-Петербургского универ-та, 1996. – С. 3- 29 с.
4. Костенко Н.В. Парадигми та фактичності нових мас-медіа // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1998. – № 1-2 – С. 138-151.
5. Штопки П. Визуальная социология. – М., 2007. – 150 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: library.khpg.org/files/docs/1467544332.pdf