

Анотація на вибіркoву навчальну дисципліну «Соціологія масових комунікацій»

Рівень вищої освіти – *перший (бакалаврський) рівень вищої освіти*

Галузь знань – *05 Соціальні і поведінкові науки*

Спеціальність – *054 Соціологія*

Освітньо-професійна програма – *«Соціологія»*

Кількість кредитів – *3*

Рік підготовки – *4*, семестр – *7*

Компонент освітньої програми: *вибірковий*

Мова викладання: *українська*

Викладачі: Афанасьєв Дмитро Миколайович, доцент, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціології та соціальної роботи, e-mail: dmytro.afanasiev@uzhnu.edu.ua

Опис дисципліни

1. Актуальність курсу. “Соціологія масових комунікацій” полягає в розвитку умінь та навичок ефективної взаємодії майбутнього соціолога та користувачами соціальних послуг на макрорівні. Актуальним на сьогоднішній день цей курс, оскільки в нього включені тематичні підрозділи, які стосуються практичної діяльності соціолога з клієнтами на макрорівні – PR – як теорія комунікативної дії, особливості PR-кампанії в соціальних організаціях, елементи взаємодії організації із засобами масової комунікації.

2. Метою дисципліни є полягає в розвитку умінь та навичок ефективної взаємодії майбутнього соціолога з аудиторією засобів масової комунікації .

Завдання курсу: аналіз сучасних поглядів щодо функціонування мас-медіа у суспільстві: студенти мають можливість ознайомитись з теоретичними та емпіричними можливостями дискурсивного, наративного аналізу, з перспективами постмодерністського погляду на суспільство.

3. Проблематика (зміст дисципліни), яка буде розглянута у процесі вивчення навчальної дисципліни.

1. Структура і зміст соціології масової комунікації
2. Поняття комунікації. Теорії та моделі масової комунікації
3. Природа і структура комунікативного процесу
4. Комунікаційні дії і їх форми. Комунікаційні потреби. Ієрархія потреб
5. Комунікаційні канали. Види та типи комунікаційних каналів
6. Засоби масової комунікації. Характеристика різних засобів масової комунікації
7. Методи дослідження діяльності засобів масової комунікації
8. Сутність і можливості контент-аналізу
9. Реклама. Види, функції реклами
10. Цінності та символи у масовій комунікації

4. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми в здобувачів повинні бути сформовані такі компетентності:

– загальні: здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях (ЗК01); здатність бути критичним і самокритичним (ЗК04); здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності) (ЗК05); здатність діяти соціально відповідально та свідомо (ЗК06); здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК08); здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології (ЗК09); здатність генерувати нові ідеї (креативність) (ЗК10); 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. (ЗК11); 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 (ЗК12).

– фахові: здатність оперувати базовим категоріально-понятійним апаратом соціології (СК01); здатність до опанування та використання основних класичних та сучасних соціологічних теорій (СК02); здатність аналізувати соціальні зміни, що відбуваються в Україні та світі в цілому (СК03); здатність самостійно планувати, організовувати та проводити соціологічне дослідження (СК05); здатність презентувати результати соціологічних досліджень для фахівців та нефахівців (СК07); здатність до ділових комунікацій у професійній сфері, знання основ ділового спілкування іноземною мовою, ведення ділової документації (СК09); здатність виконувати професійні ролі у проєктній діяльності в галузі соціальної проблематики, прогнозування процесів та явищ в сучасному соціумі (СК10); здатність до вироблення та застосування комунікативних стратегій в рамках міжособистісної взаємодії, управлінської діяльності в умовах невизначеностей (СК13);

ЛІТЕРАТУРА

1. Городенко Л. Новітні медіа: мережеві інформаційно-комунікаційні ресурси: монографія. Київ, Центр Вільної Преси, 2010. 172 с.
2. Костенко Н.В. Масова комунікація. Соціологія / під. ред., С.Макеєва. Київ: Вид-во „Українська енциклопедія” ім. М. П. Бажана, 2017. С.153-180.
3. Костенко Н.В., Іванов В.Ф. Досвід контент-аналізу. Моделі та практики. Київ: Центр вільної преси, 2003. 140 с/
4. Крейг Р. Інтернет-журналістика: робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / пер. з англ. А.Іщенко. Київ: Вид. дім «КМ Академія», 2007. 324 с.
5. Лукашевич М.П. Основи соціології масової комунікації: підруч. для студ. вищ. навч. закл. України. Київ: ІПК ДСЗУ, 2009. 307 с.
6. Луман Н. Реальність мас-медіа / за ред. В.Іванова та М.Мінакова; пер. з нім. В.Климченко. Київ: АУП, ЦВП, 2010. 158 с.

7. Мазурик О.В., Єрескова Т.В., Никифорова Н.О. Методологія та методи соціологічних досліджень: практикум. Донецьк: Східний видавничий дім, 2011. 232 с.
8. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / пер. з англ. О.Возьна, Г.Сташків. Львів: Літопис, 2010. 538 с.
9. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник для студентів педагогічних коледжів / Ред.-упор. В.Ф.Іванов, О.В.Волошенюк; За наук. ред. В.В.Різуна. Київ: Центр Вільної Преси, 2014. 431 с.
- 10.Паніна Н.В., Технологія соціологічного дослідження: Курс лекцій / 2-е видання, доповнене. Київ: ІС НАН України, 2007. 320 с.
- 11.Паніотто В., Харченко Н. Методи опитування: підручник. Київ: Києво-Могилянська академія, 2017. 342 с.
- 12.Почепцов Г. Від facebook'у і гламуру до WikiLeaks: медіа комунікації. Київ.: Спадщина, 2012. 464 с.
- 13.Різун В.В. Теорія масової комунікації: підручник. Київ: Просвіта, 2008. 260 с.
- 14.Суська О.О. Персоніфікація інформаційного обміну: монографія. Київ: Видавництво «Логос», 2013. 256 с.
- 15.Сучасні методики контент-аналізу: навчальний посібник / За заг. ред. Костенко Н., Батаєвої К., Іванова В. Київ: Кондор, 2018. 256 с.
- 16.Чудовська І. Соціологія масових комунікацій: навчальний посібник. Київ, 2021. 235 с.
- 17.Чудовська-Кандиба І.А. Соціокультурні виміри рекламних практик. Київ: КІС, 2010. 445 с.
- 18.Штромайер Г. Політика і мас-медіа / пер. з нім. А.Орган. Київ: КМ Академія, 2008. 303 с.
- 19.Яремчук С.С. Соціологія масової комунікації: навч. посібник. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2015. 248 с.