



## Соціологія масових комунікацій та інтернету

### Робоча програма навчальної дисципліни (Силабус)

#### Реквізити навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти	<i>Другий (магістерський)</i>
Галузь знань	<i>05 «Соціальні та поведінкові науки»</i>
Спеціальність	<i>054 Соціологія</i>
Освітня програма	<i>Врегулювання конфліктів та медіація</i>
Статус дисципліни	<i>Вибіркові</i>
Форма навчання	<i>очна(денна)/заочна/дистанційна/змішана</i>
Рік підготовки, семестр	<i>5курс, весняний семестр</i>
Обсяг дисципліни	<i>5 кред. ЄКТС/120 годин</i>
Семестровий контроль/ контрольні заходи	<i>Екзамен</i>
Розклад занять	<i>Лекції: 18 Практичні заняття: 36 (96 СРС), МКР</i>
Мова викладання	<i>Українська</i>
Інформація про керівника курсу / викладачів	<i>Лектор і практичні: к.філос.н., доц. Коломієць Тетяна Володимирівна 096-327-05-56 tana_kol@ukr.net</i>
Розміщення курсу	<i>Moodle</i>

#### Програма навчальної дисципліни

##### 1. Опис навчальної дисципліни, її мета, предмет вивчення та результати навчання

Комунікація як необхідний елемент взаємодії індивідів, соціальних груп, суспільств, в результаті якої здійснюється передача, обмін інформацією, що вбирає в себе оцінки, значення, смисли, цінності, займає провідне місце у сфері суспільних процесів. Соціальна комунікація пронизує всі сторони життєдіяльності суспільства, конституюючи соціальні спільноти, системи, організації. Таким чином, дослідження соціального життя базується на дослідженні комунікативних процесів.

Сучасний науковий дискурс, спрямований на розгляд і розуміння сутності комунікації, визначений двома протилежними тенденціями. З одного боку, комунікація розглядається з точки зору її медіальних аспектів, тобто як форма трансляції інформації, смислів, значень, цінностей, тощо за допомогою сигналів, знаків, образів, текстів. Ця концепція комунікації визначена поширенням інформаційно-комунікативних технологій у сучасному суспільстві та перетворенні його на так зване інформаційне суспільство. З іншого боку, комунікація постає як джерело породження смислів соціальної взаємодії, у системі яких взагалі можлива ця соціальна взаємодія як цілераціональна діяльність. Даний курс «Соціологія масових комунікацій та інтернету» має на меті поєднати ці два зазначені аспекти дослідження соціальної комунікації з метою подолання редукціонізму розгляду соціальної комунікації в межах лінгвістики, інформатики, комунікативістики. Його завдання — ознайомити студентів-соціологів з основними положеннями соціології масових комунікацій як специфічної галузі соціології, що вивчає соціальні закономірності символічної діяльності з обміну інформацією в суспільстві.

У центрі уваги курсу “Соціологія масових комунікацій та інтернету” — соціокультурні аспекти масових комунікацій, що втілює і транслює за допомогою механізмів знакової регуляції інтегрований індивідуальний і колективний досвід: їх статус у суспільстві та культурі, соціальні механізми комунікативної взаємодії, види та рівні комунікацій, їх засоби, комунікаційні бар’єри. Даний курс має за мету ознайомити студентів як з історією формування комунікативних теорій, так і з досягненнями сучасної вітчизняної та закордонної наукової думки в царині соціології комунікації. Курс базується на узагальненні теоретичних розробок, носить концептуальний та прикладний характер, дає студентам необхідні знання та навички з найважливіших аспектів соціологічного аналізу функціонування соціальної комунікації, окремих складових комунікативного процесу та соціологічних досліджень в цій галузі.

Завдяки засвоєнню змісту курсу студенти матимуть можливість аналізувати історичні передумови та ціннісні засади розвитку масових комунікацій та інтернету.

Комунікація з викладачем можлива і заохочуватиметься в межах навчальних занять, а також в межах консультацій з викладачем, місце та час якої повідомляється студентам додатково.

**Метою навчальної дисципліни** є формування у студентів здатностей:

- аналізувати масову комунікацію та інтернет як необхідний елемент взаємодії індивідів, соціальних груп, суспільств;
- організовувати масову комунікацію різних видів і рівнів;
- формувати комунікативну культуру особистості;

**Завданням дисципліни** є формування таких результатів навчання:

- розв’язувати складні задачі і проблеми, що потребують оновлення й інтеграції знань в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог;
- автономно приймати рішення в складних і непередбачуваних ситуаціях;

Після засвоєння навчальної дисципліни мають продемонструвати такі результати навчання:

**знання:**

- базові компоненти теорії масових комунікацій та інтернету;
- основи теорії масових комунікацій та інтернету;
- особливості, етапи розгортання масовокомунікаційного процесу;
- поняття масового суспільства і масових комунікацій;
- методи застосування набутих знань, умінь та навичок у професійній діяльності.

**уміння:**

- розбиратися в причинно-наслідкових зв’язках між рівнем розвитку масових комунікацій і характером соціальних зв’язків;
- порівнювати окремі етапи в розвитку масових комунікацій, пояснюючи, що в них спільного й відмінного;
- користуватися різноманітними джерелами інформації й методами їхньої обробки;
- застосовувати отримані знання в професійній діяльності;

**досвід:**

- самостійно вирішувати проблеми в різних областях діяльності, опираючись на конструктивні висновки із засвоєного соціального досвіду;
- застосування набутих знань в сфері масових комунікацій та інтернету.

## **2. Пререквізити та постреквізити дисципліни (місце в структурно-логічній схемі навчання за відповідною освітньою програмою)**

Дисципліна вивчається після опанування основ соціально-політичних, соціологічних та правових дисциплін.

Дисципліна перебуває у логічному зв’язку, є світоглядною і методологічною основою для сприйняття студентами змісту дисциплін з паблік рілейшнз та соціології мас-медіа.

Вивчення дисципліни дозволить ефективніше опанувати комунікативні навички та вирішувати складні конфліктні ситуації під час професійної діяльності.

### 3. Зміст навчальної дисципліни

#### Денна форма

Назви розділів і тем	Кількість годин			
	Всього	у тому числі		
		Лекції	Практичні (семінарські)	СРС
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Розділ 1. Теоретичні основи соціології масових комунікацій та інтернету</b>				
Тема 1 Предмет, об'єкт, проблематика соціології масових комунікацій та інтернету	13	2	4	7
Тема 2. Витоки і основні етапи розвитку масової комунікації	13	2	4	7
Тема 3. Основи теорії масових комунікацій	13	2	4	7
Тема 4. Аналіз масовокомунікативного процесу	13	2	4	7
Тема 5 Основні моделі масових комунікацій.	14	2	4	8
<b>Разом за розділом 1</b>	<b>66</b>	<b>10</b>	<b>20</b>	<b>36</b>
<b>Розділ 2. Інституційні виміри масових комунікацій</b>				
Тема 1. Масове суспільство і масові комунікації.	11	2	2	7
Тема 2. Масова комунікація як соціальний інститут	11	2	2	7
Тема 3. Масова комунікація як індустрія	12	2	2	8
Тема 4. Інтернет як об'єкт соціологічного аналізу.	12	2	2	8
<b>Разом за розділом 2</b>	<b>46</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>24</b>
<i>МКР</i>	8	0	2	<b>6</b>
<b>Всього годин</b>	<b>120</b>	<b>18</b>	<b>36</b>	<b>66</b>

## Заочна форма

Назви розділів і тем	Кількість годин			
	Всього	у тому числі		
		Лекції	Практичні (семінарські)	СРС
1	2	3	4	6
Тема: Предмет, об'єкт, проблематика соціології масових комунікацій та інтернету	38,5	1,5	2	35
Тема: Аналіз масовокомунікативного процесу	38,5	1,5	2	35
Тема: Інтернет як об'єкт соціологічного аналізу	43	1	2	40
<b>Всього годин</b>	<b>120</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>110</b>

### 4. Навчальні матеріали та ресурси

Для успішного вивчення дисципліни достатньо опрацювати навчальний матеріал, який викладається на лекціях, а також ознайомитись з:

#### 4.1 Базова література:

1. Квіт С. Масові комунікації: підручник. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с. URL: <https://kvit.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2019/02/Mass-Communications-2018.pdf>
2. Пітерс Дж.Д. Слова на вітрі: історія ідеї комунікації / Дж.Д.Пітерс; пер. з англ. А.Іщенко. - К.: Вид.дім «Києво-Могилянська академія», 2004. – 305с. <https://www.goodreads.com/uk/book/show/10256810>
3. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації [Текст] / Г. Г. Почепцов ; Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. - 2-е вид., доп. - К. : Видавничий центр "Київський ун-т", 1999. - 307 с. <http://socium.ge/downloads/komunikaciisteoria/pochepcov%20teoria%20komunikacii.pdf>
4. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. / В.В. Різун.— К.: Видавничий центр “Просвіта”, 2008.— 260 с. [http://filelibsnu.at.ua/navchalno-metod/jurnalistika/Teoriya\\_mas\\_com.pdf](http://filelibsnu.at.ua/navchalno-metod/jurnalistika/Teoriya_mas_com.pdf)
5. Соціологія комунікації [Електронний ресурс] : методичні рекомендації до вивчення дисципліни для студентів денної та заочної форми навчання за спеціальностями 7.03010101 «Соціологія», 8.03010101 «Соціологія» / НТУУ «КПІ»; уклад. Т. В. Коломієць. – Електронні текстові дані (1 файл: 540 Кбайт). – Київ : НТУУ «КПІ», 2014. – 82 с. – Назва з екрана. Доступ : <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/12622>

#### 4.2 Допоміжна література:

1. Дроздовський Д. Три бесіди, які можуть змінити світ / Дмитро Дроздовський // Всесвіт. – 2008. - №2. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vsesvit-journal.com/old/content/view/449/41/>
2. Куліченко А. К. Невербальна комунікативна поведінка та її компоненти: з історії питання /

3. А. К. Куліченко // Держава та регіони. Сер. Гуманіт. науки . - 2011. - Вип. 1. - С. 78-84.
4. Мак-Люен, Маршалл. Галактика Гутенберга [Текст] : становлення людини друк. кн. / Маршалл Мак-Люен ; [пер. з англ. А. А. Галушки, В. І. Постнікова]. - Вид. 3-тє. - К. : Ніка-Центр, 2011. - 392 с. - (Серія "Зміна парадигми". вип. 1). <https://booksonline.com.ua/view.php?book=102371>
5. Маркова В. Теорія комунікації Маршалла Маклюєна / В. Маркова // Вісник Книжкової палати . - 2008. - № 11. - С. 31-33.
6. Про деякі категорії соціології розуміння // Вебер М. Соціологія. Загальноісторичні аналізи. Політика / Макс Вебер; Перекл. з нім., післям. та комент. О. Погорілого. – Київ: Основи, 1998. - С. 104-156.
7. Тоффлер Е. Третя Хвиля [Текст] / Елвін Тоффлер ; пер. з англ. А. Євса; ред. пер. Ш.В. Шовкун. - К. : Видавничий дім "Всесвіт", 2000. - 475 с.
8. Innis H. Empire and Communication. / Harold Innis; London, Oxford Press. 1950. – 230p.
9. Morozov E. To Save Everything, Click Here. The Folly of Technological Solutionism /Evgeny Morozov. – New York: PublicAffairs., 2013. – 432p. [https://www.jstor.org/stable/10.5325/jinfopoli.4.2014.0173#metadata\\_info\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/10.5325/jinfopoli.4.2014.0173#metadata_info_tab_contents)

В якості допоміжних матеріалів пропонується використання інформаційні ресурси кафедри соціології, що містять відеоматеріали з лекціями провідних вчених, їх монографії і статті, а також методичні матеріали і архів фахового наукового видання кафедри.

1. <http://www.socio-journal.kpi.kiev.ua/> - Вісник КПІ ім. Ігоря Сікорського. Соціологія. Політологія. Право.
2. <http://i-soc.com.ua/journal/content.php> – Социология: теория, методы, маркетинг.
3. <http://www.nbuv.gov.ua> – Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського.
4. <https://prometheus.org.ua/>. Найкращі онлайн-курси України та світу.

## Навчальний контент

### 5. Методика опанування навчальної дисципліни (освітнього компонента)

#### 5.1 Денна форма Лекційні заняття

№ з/п	Назва теми лекції та перелік основних питань (завдання на СРС)
	<b>Розділ 1. Теоретичні основи соціології масових комунікацій та інтернету</b>
1	<p><b>Тема: Предмет, об’єкт, проблематика соціології масових комунікацій та інтернету</b></p> <p><b>Основні питання:</b> Предмет, об’єкт, завдання соціології масових комунікацій та інтернету. Основні поняття соціології масових комунікацій та інтернету: «спілкування», «комунікація», «інтерація», «інформація», «маси», «інтернет». Специфіка соціологічного аналізу масових комунікацій.</p> <p>Завдання на СРС: Охарактеризуйте розвиток масових комунікацій в історичній ретроспективі.</p>
2	<p><b>Тема: Витоки і основні етапи розвитку масової комунікації</b></p> <p><b>Основні питання:</b> Основні масовокомунікативні революції. Значення книгодрукування для розвитку соціальної комунікації. Електронні засоби</p>

	<p>комунікації. Порівняйте усний та письмовий типи культур. Назвіть і охарактеризуйте основні періоди розвитку соціальної комунікації (за М.Маклюеном). Визначте роль електронних засобів комунікації в процесі розвитку масової комунікації.</p> <p>Завдання на СРС: Які принципи семіотики лягли в основу дослідження соціальної комунікації? Охарактеризуйте основні масовокомуникативні революції. В чому полягає сутність концепції «глобального села»? Проаналізуйте кіно як вид комунікації.</p>
3	<p><b>Тема: Основи теорії масових комунікацій</b></p> <p><b>Основні питання:</b> Вплив провідних наукових шкіл на розвиток соціології масових комунікацій. Чиказька школа (прагматизм) Д.Дьюї. Д. Мід. Логічний позитивізм. К.Поппер. Вплив Торонтської школи комунікації (Г.Інніс, М.Маклюен) на становлення теорії масових комунікацій.</p> <p>Завдання на СРС: Британські культуральні студії (С.Холл). Психоаналітичні теорії. Біхевіоризм. Інтерактивний символізм. Охарактеризуйте теорію дифузії інновацій (Е.Роджерс).</p>
4	<p><b>Тема Аналіз масовокомуникативного процесу</b></p> <p><b>Основні питання:</b> Основні елементи масовокомуникативного процесу: комунікант, комунікат, повідомлення, канал, зворотній зв'язок. Код як система організації знаків. Комуникативні бар'єри.</p> <p>Завдання на СРС: В чому полягає проблема адекватності сприйняття інформації? Обґрунтуйте, які критерії класифікації комуникативних бар'єрів доцільно виділяти? Охарактеризуйте найважливіші типи комуникативних девіацій, зумовлені особою комуніканта, особою комуніката, повідомленням, каналами комунікації.</p>
5	<p><b>Тема: Основні моделі масових комунікацій</b></p> <p><b>Основні питання:</b> Моделі в соціології масових комунікацій. Критерії диференціації моделей масових комунікацій.</p> <p>Лінійні моделі масових комунікацій. Модель Г. Ласуелла. Циклічні моделі масових комунікацій. Міфологічні моделі масових комунікацій.</p> <p>Завдання на СРС: У чому полягає особливість моделювання в соціології комунікації? Охарактеризуйте недоліки і переваги лінійної моделі комунікації Г.Ласуелла. Визначте позитивні і негативні сторони циклічної (циркулярної) моделі комунікації Осгуда-Шрамма. Проаналізуйте проблему інтерпретації повідомлення в різних комуникативних моделях. Чи є актуальною проблема міфологічної моделі комунікації в сучасному суспільстві? У чому полягають функції міфів у суспільстві?</p>
	<p><b>Розділ 2. Інституційні виміри масових комунікацій</b></p>
6	<p><b>Тема: Масове суспільство і масові комунікації.</b></p> <p><b>Основні питання:</b> Поняття масового суспільства і масової культури. Визначте поняття та основні риси масової комунікації. Концепція інформаційного суспільства. Інформаційні, нормативні, ідентифікуючі, культуротворчі функції масової комунікації.</p> <p>Завдання на СРС: У чому полягають історичні передумови появи «маси» як категорії соціології масових комунікацій? Проаналізуйте основні цінності масової культури. Охарактеризуйте форми та характеристики масової культури. Зазначте особливості прояву масової та елітарної культури. Визначте основні ідеї праці Ортеги – і – Гассета «Бунт мас». Які основні завдання ЗМК в інформаційному суспільстві? Назвіть ознаки цивілізації</p>

	«третьої хвилі» Е.Тоффлера. Яке ваше ставлення до ідеї «електронного котеджу»?
7	<p><b>Тема: Масова комунікація як соціальний інститут</b></p> <p><b>Основні питання:</b> Взаємодія ЗМК з державою .Аудиторія як об'єкт інформаційного впливу. Віртуалізація соціальних відносин.</p> <p>Завдання на СРС: Як ви розумієте термін «соціально відповідальна журналістика»? Назвіть наслідки процесу віртуалізації комунікації. Поясніть роль ЗМК у політиці (четверта влада). Основні трактування поняття «масова аудиторія». У чому полягає процес «деколонізації публічної сфери»? Проаналізуйте концепцію двоступінчатої комунікації П. Лазарсфельда. Визначте основні функції глобальної мережі.</p>
8	<p><b>Тема: Масова комунікація як індустрія</b></p> <p><b>Основні питання:</b> Бізнес і засоби масової комунікації. ЗМК і реклама. Маніпуляція свідомістю.Поняття, види ефектів у ЗМК.</p> <p>Завдання на СРС: Визначте сутність реклами. Що таке «маніпуляція»? Які ви знаєте прийоми маніпулятивної дії реклами? Порівняйте переваги і недоліки реклами в газеті, журналі, інтернеті. Охарактеризуйте відомі вам типи масовокомунікаційних ефектів. У чому полягають особливості політичної реклами? Надайте визначення й типологію ефектів масової комунікації.</p>
9	<p><b>Тема: Інтернет як об'єкт соціологічного аналізу.</b></p> <p><b>Основні питання:</b> Передумови виникнення Інтернету: становлення і розвиток інформаційного суспільства. Особливості розвитку соціального простору Інтернету. Формування та розвиток Інтернет-спільнот. Характерні властивості користувачів мережі та сформованих ними соціальних груп. Евристичний потенціал кіберсоціології.</p> <p>Завдання на СРС: В чому полягає вплив Інтернету та Інтернет-спільнот на соціальні інститути та соціальні процеси? Наведіть приклади. Охарактеризуйте виклики та загрози «інтернетцентризму» (за Є.Морозовим). Проаналізуйте переваги і недоліки гейміфікації.</p>

### Семінарські (практичні) заняття

Семінарські заняття мають на меті розвиток у студентів вміння працювати з науковою літературою, приймати активну участь у дискусії, формулювати та відстоювати свою позицію, розробляти та представляти презентації з ключових тем.

Основною формою роботи на семінарському занятті є практичні кейси, які поєднують теоретичні та прикладні аспекти курсу та дозволяють діагностувати комунікативні компетентності магістрантів в поєднанні з демонстрацією та закріпленням знань. Викладач оцінює як глибину, ширину, точність понять і визначень, дану магістром під час вирішення практичних конфліктних кейсів, так і здатність оперативно реагувати на запитання аудиторії.

#### Основні завдання циклу семінарських (практичних) занять:

- сформулювати у студентів поняття сутності та підходів до визначення масових комунікацій та інтернету;
- сформулювати знання особливостей комунікації з зовнішнім середовищем та всередині соціальної групи;

- засвоїти принципи та механізми налагодження ефективної комунікації з метою врегулювання конфліктів, пов'язаних з впливом засобів масової комунікації та інтернету;

#### **Семінарське заняття №1,2**

**Тема 1. Предмет, об'єкт, проблематика соціології масових комунікацій та інтернету.**

**Мета:** розглянути предмет, об'єкт, методи соціологічного дослідження масових комунікацій.

#### **Семінарське заняття №3,4.**

**Тема 2. Проблеми масових комунікацій та інтернету в історії соціологічної думки.**

**Мета:** визначити основні джерела формування соціології масових комунікацій та інтернету.

#### **Семінарське заняття №5,6**

**Тема 3. Основні теорії масових комунікацій.**

**Мета:** визначити ключові теоретичні аспекти масових комунікацій.

#### **Семінарське заняття №7,8**

**Тема 4. Аналіз масовокомунікативного процесу.**

**Мета:** розглянути сутність, характеристики, елементи комунікативного процесу.

#### **Семінарське заняття №9,10**

**Тема 5. Основні моделі масових комунікацій.**

**Мета:** ознайомитися з сутністю моделювання в соціології, розглянути основні моделі в соціології масових комунікацій.

#### **Семінарське заняття №11,12**

**Тема 6. Масове суспільство і масова комунікація.**

**Мета:** визначити особливості масової комунікації в контексті масового суспільства.

#### **Семінарське заняття №13,14**

**Тема 7. Інституційні виміри масових комунікацій.**

**Мета:** розглянути масову комунікацію як соціальний інститут.

#### **Семінарське заняття №15,16**

**Тема 8. Масова комунікація як індустрія.**

**Мета:** визначити сутність масової комунікації як індустрії.

#### **Семінарське заняття №17,18**

**Тема 9. Особливості розвитку соціального простору Інтернету.**

**Мета:** з'ясувати еволюцію Інтернету та Інтернет-спільнот, соціальний характер інтернет-спільнот.

## **5.2 Заочна форма**

### **Лекційні заняття**

1	<p><b>Тема: Предмет, об'єкт, проблематика соціології масових комунікацій та інтернету</b></p> <p><b>Основні питання:</b> Предмет, об'єкт, завдання соціології масових комунікацій та інтернету. Основні поняття соціології масових комунікацій та інтернету: «спілкування», «комунікація», «інтеракція», «інформація», «маси», «інтернет». Специфіка соціологічного аналізу масових комунікацій.</p>
---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



	Завдання на СРС: Визначте предмет, об'єкт соціології масових комунікацій та інтернету. Визначте місце соціології масових комунікацій та інтернету в системі наукового знання. В чому полягає спільне і відмінне в поняттях «комунікація», «спілкування», «мовна діяльність»? Розкрийте особливості застосування кількісних і якісних методів дослідження в соціології масових комунікацій. Охарактеризуйте розвиток масових комунікацій в історичній ретроспективі.
2	<p><b>Тема: Аналіз масовокомунікативного процесу</b></p> <p><b>Основні питання:</b> Основні елементи масовокомунікативного процесу: комунікант, комунікат, повідомлення, канал, зворотній зв'язок. Код як система організації знаків. Комунікативні бар'єри.</p> <p>Завдання на СРС: В чому полягає проблема адекватності сприйняття інформації? Обґрунтуйте, які критерії класифікації комунікативних бар'єрів доцільно виділяти? Охарактеризуйте найважливіші типи комунікативних девіацій, зумовлені особою комуніканта, особою комуніката, повідомленням, каналами комунікації.</p>
3	<p><b>Тема: Інтернет як об'єкт соціологічного аналізу.</b></p> <p><b>Основні питання:</b> Передумови виникнення Інтернету: становлення і розвиток інформаційного суспільства. Особливості розвитку соціального простору Інтернету. Формування та розвиток Інтернет-спільнот. Характерні властивості користувачів мережі та сформованих ними соціальних груп. Евристичний потенціал кіберсоціології.</p> <p>Завдання на СРС: В чому полягає вплив Інтернету та Інтернет-спільнот на соціальні інститути та соціальні процеси? Наведіть приклади. Охарактеризуйте виклики та загрози «інтернетцентризму» (за Є.Морозовим). Проаналізуйте переваги і недоліки гейміфікації.</p>

### Семінарські (практичні) заняття

#### Семінарське заняття №1

**Тема:** Предмет, об'єкт, проблематика соціології масових комунікацій та інтернету.

**Мета:** розглянути предмет, об'єкт, методи соціологічного дослідження масових комунікацій.

#### Семінарське заняття №2

**Тема:** Аналіз масовокомунікативного процесу.

**Мета:** розглянути сутність, характеристики, елементи комунікативного процесу.

#### Семінарське заняття №3

**Тема:** Особливості розвитку соціального простору Інтернету.

**Мета:** з'ясувати еволюцію Інтернету та Інтернет-спільнот, соціальний характер інтернет-спільнот.

#### 1. Самостійна робота студента

З метою поглиблення знань студентів з дисципліни, отримання досвіду самостійної роботи з науковою літературою, пропонується самостійне опрацювання наукової літератури з проблемних питань. Від студентів вимагається знання основних проблем та визначень семінарських тем, вільне володіння категоріальним апаратом дисципліни.

Крім того студенти мають самостійно розглянути завдання, призначені для самостійної роботи.

### 2. Політика навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Опрацьовуючи навчальний матеріал кредитного модуля «Соціологія масових комунікацій та інтернету», студенти виконують індивідуальне семестрове завдання шляхом написання МКР у форматі академічного есе.

#### Відвідуваність і виконання завдань

Дисципліна є інноваційною для системи української вищої освіти. За умови практичної відсутності у вітчизняному науково-освітньому просторі комплексних навчально-наукових видань з даної проблематики, дуже важливо відвідувати лекції, на яких висвітлюватиметься систематизований навчальний матеріал, в обсязі, достатньому для опанування дисципліни магістрами. Студенту складно буде належно підготуватись до семінарського заняття, виконати практичне завдання, якщо він буде пропускати лекції. Тому для студентів, які бажають продемонструвати відмінні результати навчання, активна робота на лекційних заняттях просто необхідна і буде оцінюватись під час проведення експрес-контрольних. Однак, відпрацьовувати пропущені лекції не потрібно.

Активна участь студента на практичних заняттях є обов'язковою і буде вимагатись. Рейтинг студента значною мірою формуватиметься за результатами його роботи на практичних (семінарських) заняттях. Кожне пропущене практичне заняття (незалежно від причин пропуску) знижує підсумковий рейтинг студента з дисципліни. Немає конкретної кількості пропущених практичних занять, які потребуватимуть самостійного опрацювання студентом відповідних тем (виконання завдань) і додаткового спілкування з цього приводу з викладачем. Разом з тим, студент, який пропустив практичні заняття, може отримати низький рейтинг, який не дозволить допустити такого студента до заліку. В такому разі теми з пропущених семінарських занять мають бути обов'язково вивчені, а практичні завдання виконані студентом. Контроль рівня розуміння студентом пропущених тем (виконання завдань) відбуватиметься під час індивідуального спілкування з викладачем за графіком консультацій, або за можливості, під час навчального заняття («на парі»). Студент, який виконає відповідні завдання (відповідь на питання) отримуватиме відповідні бали до рейтингу залежно від якості відповідей (виконання завдання).

Теми і завдання для практичних занять передбачені робочою програмою дисципліни, доступні у системі «Кампус» та Moodle.

На лекціях та практичних заняттях допускається використання ноутбуків, смартфонів, але лише для цілей, зумовлених темою заняття і відповідним тематичним завданням. Під час активної участі у семінарських заняттях заохочується не тільки опрацювання текстів, необхідних для опанування даної теми, а і демонстрування критичного мислення: участь у дискусіях, підняття та розкриття проблемних питань курсу, знаходження нестандартних інноваційних рішень.

#### Форми роботи

Навчальні заняття з дисципліни «Соціологія масових комунікацій та інтернету» проводяться у формі лекцій та семінарських занять.

На лекціях викладач формулює положення теорій сучасних теорій масової комунікації та інтернету, характеризує найважливіші елементи масовокомунікативного процесу, типи комунікативних девіацій, формулює основні функції масових комунікацій у суспільстві, за необхідності, відтворюючи матеріал у вигляді презентації. Лекції відбуваються у формі діалогу, коли викладач задає зустрічні запитання аудиторії щодо навчального матеріалу, може попросити дати оперативну відповідь на поточне запитання, або матеріал попередніх занять.

Основною формою роботи на семінарському занятті є як відповіді на теоретичні питання, так і робота з практичними кейсами.

## **Політика університету**

### **Академічна доброчесність**

Політика та принципи академічної доброчесності визначені у розділі 3 Кодексу честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». Детальніше: <https://kpi.ua/code>.

### **Норми етичної поведінки**

Норми етичної поведінки студентів і працівників визначені у розділі 2 Кодексу честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». Детальніше: <https://kpi.ua/code>.

### **Неформальна освіта.**

За бажанням здобувача, в умовах, що не сприяють регулярному відвідуванню занять, допускається вивчення окремих змістовних частин дисципліни в асинхронному режимі, зокрема через опанування дистанційних курсів та інших форм неформального навчання. Для врахування в рейтинговій системі оцінювання балів за такі курси, вони мають змістовно відповідати певним темам силабусу, а їх проходження узгоджене з викладачем дисципліни. На підтвердження проходження неформального навчання студент має надати відповідний документ (сертифікат) із зазначенням назви курсів та їх обсягу в годинах. Визнання результатів неформальної освіти відбувається у порядку, визначеному у відповідному Положенні КПІ ім. Ігоря Сікорського: <https://osvita.kpi.ua/node/179>

## **3. Види контролю та рейтингова система оцінювання результатів навчання (PCO)**

Поточний контроль: [опитування за темою заняття, складання практичних кейсів, виконання завдань](#);

Календарний контроль: [проводиться двічі на семестр як моніторинг поточного стану виконання вимог силабусу](#).

Семестровий контроль: [екзамен](#)

### **Оцінювання та контрольні заходи**

Рейтинг студента з дисципліни складається з балів, що отримуються за:

- 1) відповіді, доповіді та доповнення відповідей інших студентів на семінарських заняттях;
- 2) складання кейсів та участі у процесі дискусії на семінарських заняттях;
- 3) написання МКР у форматі академічного есе;

Робота на семінарських заняттях оцінюється сумарно в 3 бали за такими критеріями:

- «відмінно» – творчий підхід до розкриття проблеми, складання кейсів – 3 бали;
- «добре» – глибоке розкриття проблеми, відображена власна позиція – 2 бали;
- «задовільно» – обґрунтоване розкриття проблеми з певними недоліками – 1 бал;
- «незадовільно» – повна пасивність на семінарському занятті – 0 балів.

Викладач оцінює роботу студента на кожному практичному занятті, але конкретна підсумкова кількість балів за роботу на практичних заняттях виставляється викладачем під час першого і другого етапу проміжної атестації – на восьмому і шістнадцятому тижнях навчання відповідно. Рейтинг

студента станом на 8-й тиждень (за результатами роботи на 6-8 практичних заняттях) і 16-й тиждень (за результатами роботи на наступних 6-8 практичних заняттях) навчання повідомляється студенту на занятті чи в особистому кабінеті електронного кампусу.

Деталізовані критерії оцінювання результатів навчання студента визначені у положенні про РСО з дисципліни.

Студент може оскаржити оцінку викладача, подавши відповідну скаргу викладачу не пізніше наступного дня після ознайомлення студента з виставленою викладачем оцінкою. Скарга розглядатиметься за процедурами, встановленими університетом.

активна участь у проведенні заняття; надання повної і аргументованої, логічно викладеної доповіді, відповіді, висловлення власної позиції з дискусійних питань у поєднанні зі слухними доповненнями відповідей інших студентів у процесі дискусії; складання кейсів;	3
активність роботи на семінарських заняттях, участь у дискусіях; доповнення, участь у симуляційних вправах;	2
активність роботи на семінарських заняттях, участь у дискусіях;	1

№ з/п	Контрольний захід оцінювання	%	Ваговий бал	Кіл-ть	Всього
1.	Виступи на семінарських заняттях	36	3	12	36
2.	Модульна контрольна робота (МКР)	14	14	1	14
3.	Екзамен	50	50	1	50
	Всього	100			100

**Умови допуску до семестрового контролю:** [зарахування усіх передбачених РП документів](#)

Таблиця відповідності рейтингових балів оцінкам за університетською шкалою:

Кількість балів	Оцінка
100-95	Відмінно
94-85	Дуже добре
84-75	Добре
74-65	Задовільно
64-60	Достатньо
Менше 60	Незадовільно
Не виконані умови допуску	Не допущено

#### 4. Додаткова інформація з дисципліни (освітнього компонента)

##### Рекомендації студентам

Працюючи на лекції, студенту важливо застосовувати техніку конспектування основних понять, ознак, класифікацій, визначень, процедур, про які розповідатиме викладач. Якщо студент

буде уважно слухати, фіксувати відповідний матеріал, потім прочитає цей текст, застосує його при вирішенні завдання чи підготовці до практичного заняття. Якщо після цього студент презентує свою обгрунтовану позицію (думку), критично оцінить позиції (думки) інших студентів, ставитиме питання викладачу та студентам – обсяг засвоєного ним навчального матеріалу і глибина його розуміння збільшуватиметься в рази.

Під час підготовки до практичного заняття студент має обов'язково опрацювати лекційний матеріал певної теми, бажано ознайомитись з додатковими ресурсами в мережі. При виникненні питань, виявленні незрозумілих положень необхідно обов'язково обговорити їх з викладачем. На семінарському занятті навіть добре підготовлений студент не повинен залишатись пасивним спостерігачем, а активно включатись у обговорення питання. Якщо ж студент не ознайомився з навчальним матеріалом, йому варто уважніше слухати виступаючих, і завдяки отриманій інформації намагатись компенсувати недоліки підготовки до заняття. Під час відповіді не треба боятись помилитись – одним з важливих завдань вивчення гуманітарних дисциплін є вироблення вміння логічно мислити і відповідно висловлювати власні думки. Однак, варто пам'ятати, що незнання матеріалу дисципліни є суттєвим недоліком роботи студента і буде негативно впливати на його загальний рейтинг. Відповідальне ставлення до підготовки на кожне семінарське заняття дає змогу не лише правильно засвоїти навчальний матеріал, але й оптимізувати процедуру проходження семестрового контролю.

#### **Дистанційне навчання**

Можливе синхронне дистанційне навчання з використанням платформ для відеоконференцій та освітньої платформи Сікорський для дистанційного навчання в університеті.

#### **Інклюзивне навчання**

Допускається

#### **Робочу програму навчальної дисципліни (силабус):**

**Ухвалено** кафедрою соціології (протокол № 12 від 24.05.2024р.)

**Погоджено** Методичною комісією факультету (протокол № 9 від 26.06.2024).

Додаток А

### **Рейтингова система оцінювання результатів навчання (для студентів денної форми)**

Рейтинг студента з дисципліни «Соціологія масових комунікацій та інтернету» складається з балів, що отримуються за:

- 1) доповіді, відповіді та доповнення відповідей інших студентів;
- 2) складання кейсів та участі у процесі дискусії на семінарських заняттях;
- 3) написання МКР у форматі академічного есе;

#### **Система рейтингових (вагових) балів та критерії оцінювання:**

1. Робота на семінарських заняттях (максимальна кількість балів на 1 семінарському занятті становить 3)

активна участь у проведенні заняття; надання повної і аргументованої, логічно викладеної доповіді, відповіді, висловлення власної позиції з дискусійних питань у поєднанні зі слухними доповненнями відповідей інших студентів у процесі дискусії; складання кейсів;	3
активність роботи на семінарських заняттях, участь у дискусіях; доповнення;	2
робота на семінарських заняттях;	1

2. Написання МКР у форматі академічного есе (максимально 14 балів)

Інноваційно-творчий підхід до розкриття проблеми, дотримання формальних і змістовних вимог до академічного есе.	13-14
Глибоке розкриття проблеми, відображена власна позиція, дотримання формальних і змістовних вимог до академічного есе.	10-12
Обґрунтоване розкриття проблеми з певними недоліками, дотримання формальних і змістовних вимог до академічного есе.	7-9
Достатнє розкриття проблеми з численними недоліками, незначне порушення формальних і змістовних вимог до академічного есе.	1-6
Недостатнє розкриття проблеми з численними недоліками, значне порушення формальних і змістовних вимог до академічного есе.	0

Заохочувальні бали

Всього не більше 5 балів за такі види робіт:

– за науково-дослідницьку діяльність (участь у конференціях, конкурсах студентських робіт, публікації);

– участь у факультетських олімпіадах з дисципліни та всеукраїнських олімпіадах

**Розрахунок шкали (R) рейтингу:**

Сума вагових балів контрольних заходів протягом семестру складає:

$$RD = 36 + 14 + 50 = 100 \text{ балів.}$$

Студенти, які набрали протягом семестру 30 і більше балів ( $RD \geq 0,3 R$ ) отримують допуск до екзамену.

Студенти, які не надали всіх передбачених програмою дисципліни документів не допускаються до екзамену.

Студенти, які надали всі документи, але набрали протягом семестру менше 30 балів ( $RD < 0,3 R$ ) виправляють недоліки у наданих документах і отримують допуск до екзамену за результатами такої роботи з урахуванням якості складених документів і активності на семінарських (практичних) заняттях.

Для отримання студентом відповідних оцінок (ECTS та традиційних) його рейтингова оцінка (**RD**) переводиться згідно з таблицею:

<b>RD</b>	<b>Оцінка ECTS</b>	<b>Оцінка традиційна</b>
95 – 100	відмінно	Відмінно
85 – 94	дуже добре	Добре
75 – 84	добре	
65 – 74	задовільно	Задовільно
60 – 64	достатньо (задовольняє мінімальні критерії)	
<b>RD &lt; 60</b>	незадовільно	Незадовільно

Додаток А:

**Тематика модульних контрольних робіт:**

1. Становлення соціології масових комунікацій та інтернету як галузі знання.
2. Методи соціологічних досліджень масових комунікацій.
3. Ораторське мистецтво як форма масових комунікацій.
4. Основні концепції виникнення мови.
5. Значення писемності для розвитку масових комунікацій та інтернету.
6. Втрати і здобутки писемно-друкованої культури.
7. Еволюція електронних засобів комунікації.

8. Основні джерела дослідження масових комунікацій та інтернету.
9. Інформаційне суспільство: перспективи і загрози.
10. Характеристика основних елементів масовокомунікаційного процесу.
11. Компаративний аналіз лінійних і циклічних моделей масових комунікацій.
12. Міфологічні моделі масових комунікацій.
13. Семіотичні моделі масових комунікацій.
14. Мова як природна динамічна знакова система.
15. Обряди й ритуали як форми усномовної масової комунікації.
16. Компаративний аналіз усномовної та письмової комунікації.
17. Роль М.Маклюена у дослідженні основних форм соціальної комунікації.
18. Вплив Д.Ласуелла на становлення масових комунікацій.
19. Міжкультурна комунікація: етнічний та національний рівні.
20. Основні підходи до визначення поняття «маси» в соціології.
21. Масова культура в постіндустріальному суспільстві.
22. Концепція «мозаїчної культури» А.Моля.
23. Розуміння масового суспільства і масової культури в межах провідних соціологічних теорій.
24. Аналіз поглядів Е.Тоффлера («Третя хвиля»).
25. Основні ідеї інформаційного суспільства у концепції Р.Белла.
26. Місце масової комунікації в структурі соціальної системи.
27. Взаємодія ЗМК і держави (на основі аналізу праці «Чотири теорії преси»).
28. ЗМК і політика: аналіз взаємовпливу.
29. Аналіз праці П.Бурдьє «Про телебачення і журналістику»
30. Глобальна мережа: соціальні та культурні функції.
31. Інтернет як об'єкт соціологічного аналізу.
32. Реклама як маніпуляція свідомістю.
33. Соціальна реклама в ЗМК.
34. Сутність, типи масовокомунікаційних ефектів.
35. Основні ідеї праці М.Кастельса «Галактика Інтернет»
36. Виклики та загрози «інтернетцентризму».



**Питання до екзамену:**

1. Предмет, об'єкт, завдання соціології масових комунікацій та інтернету.
2. Основні поняття соціології масових комунікацій та інтернету: «спілкування», «комунікація», «інтеракція», «інформація», «маси», «інтернет».
3. Специфіка соціологічного аналізу масових комунікацій.
4. Основні масовокомунікативні революції.
5. Значення книгодрукування для розвитку соціальної комунікації. Електронні засоби комунікації.
6. Назвіть і охарактеризуйте основні періоди розвитку соціальної комунікації (за М.Маклюеном).
7. Визначте роль електронних засобів комунікації в процесі розвитку масової комунікації.
8. Охарактеризуйте основні масовокомунікативні революції.
9. В чому полягає сутність концепції «глобального села»?
10. Проаналізуйте кіно як вид комунікації.
11. Вплив провідних наукових шкіл на розвиток соціології масових комунікацій. (Чиказька школа Д.Дьюї. Д. Мід. Логічний позитивізм. К.Поппер. Торонтська школа комунікації (Г.Інніс, М.Маклюен)
12. Британські культуральні студії (С.Холл).
13. Психологічні теорії. Біхевіоризм. Інтерактивний символізм.
14. Основні елементи масовокомунікативного процесу: комунікант, комунікат, повідомлення, канал, зворотній зв'язок.
15. Код як система організації знаків.
16. Охарактеризуйте комунікативні бар'єри.
17. Охарактеризуйте найважливіші типи комунікативних девіацій, зумовлені особою комуніканта, особою комуніката, повідомленням, каналами комунікації.
18. Моделі в соціології масових комунікацій.
19. Критерії диференціації моделей масових комунікацій.
20. Лінійні моделі масових комунікацій. Модель Г. Ласуелла.
21. Циклічні моделі масових комунікацій.
22. Міфологічні моделі масових комунікацій.
23. Визначте позитивні і негативні сторони циклічної (циркулярної) моделі комунікації Осгуда-Шрамма.
24. Проаналізуйте проблему інтерпретації повідомлення в різних комунікативних моделях.
25. Поняття масового суспільства і масової культури.

26. Визначте поняття та основні риси масової комунікації.
27. Концепція інформаційного суспільства.
28. Інформаційні, нормативні, ідентифікуючі, культуротворчі функції масової комунікації.
29. Проаналізуйте основні цінності масової культури.
30. Охарактеризуйте форми та характеристики масової культури.
31. Зазначте особливості прояву масової та елітарної культури.
32. Визначте основні ідеї праці Ортеги – і – Гассета «Бунт мас».
33. Назвіть ознаки цивілізації «третьої хвилі» Е.Тоффлера.
34. Сформулюйте ваше ставлення до ідеї «електронного котеджу».
35. Взаємодія ЗМК з державою .
36. Аудиторія як об'єкт інформаційного впливу.
37. Віртуалізація соціальних відносин.
38. Поясніть роль ЗМК у політиці (четверта влада).
39. Основні трактування поняття «масова аудиторія».
40. Охарактеризуйте процес «деколонізації публічної сфери».
41. Проаналізуйте концепцію двоступінчатої комунікації П. Лазарсфельда.
42. Визначте основні функції глобальної мережі.
43. Бізнес і засоби масової комунікації.
44. ЗМК і реклама.
45. Маніпуляція свідомістю.
46. Поняття, види ефектів у ЗМК.
47. Охарактеризуйте відомі вам типи масовокомунікаційних ефектів.
48. Надайте визначення й типологію ефектів масової комунікації.
49. Передумови виникнення Інтернету: становлення і розвиток інформаційного суспільства.
50. Особливості розвитку соціального простору Інтернету.
51. Формування та розвиток Інтернет-спільнот.
52. Характерні властивості користувачів мережі та сформованих ними соціальних груп.
53. Евристичний потенціал кіберсоціології.
54. Проаналізуйте переваги і недоліки гейміфікації суспільства.