

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Факультет соціології

Кафедра галузевої соціології



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

СУЧАСНІ ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

для студентів

галузь знань 05 "Соціальні та поведінкові науки"
спеціальність 054 «Соціологія»
освітній рівень бакалавр
освітня програма «Соціологія»
вид дисципліни вибіркова

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2022/2023
Семестр	5
Кількість кредитів ECTS	4
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Форма заключного контролю	залік

Викладачі: Ірина ЧУДОВСЬКА

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. (_____) «__» 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20__/20__ н.р. (_____) «__» 20__ р.

(підпис, ПІБ, дата)

КИЇВ – 2022

Розробник(и): Ірина ЧУДОВСЬКА д.соц., доцент кафедри галузевої соціології

ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри галузевої соціології

Ольга БЕЗРУКОВА

(підпис)

Протокол № 20 від «27» липня 2022 р.

Схвалено науково - методичною комісією факультету соціології

Протокол від «29» липня 2022 року №8

Голова науково-методичної комісії Тетяна ЧЕРВІНСЬКА

1. **Мета дисципліни** – формування системи знань щодо сучасних теорій та парадигм у сфері соціальної комунікації.

2. **Дисципліна передбачає знання** теоретичних основ соціології, основ соціальної комунікації і загальних методологічних принципів дослідження.

3. **Анотація навчальної дисципліни:**

Світ сучасності досить різноплановий, але ключовою формою соціальної взаємодії виступає соціальна комунікація у всіх проявах: і як міжособистісна, і як опосередкована (масова чи мережева). Поява нових форм, стимулює і нові наукові розвідки, що звичайно сприяє появі нових концептів в поясненні та інтерпретації соціальної комунікації. Відповідно нові теоретичні конструкції є умовами, що забезпечують фундамент для здійснення досліджень у сфері соціальних комунікацій. Саме формування уявлення щодо інноваційного підходу до соціальної комунікації і складатиме «серцевину» дисципліни.

4. **Завдання (навчальні цілі):**

- оволодіння змістом основних категорій медіа простору;
- опанування як теоретичними знаннями так і практичними навиками щодо дослідження медіа;
- вміння визначати основні компоненти різноманітних методів дослідження текстів;
- знання щодо доцільності використання якісної чи кількісної стратегії в дослідженні медіа.

Це спрямовано на формування компетентностей:

- Здатність визначати теоретико-методологічні засади й формулювати ключові результати досліджень окремих галузей соціологічного знання СК09.
- 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	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
1.1	Знати різні сенси соціальної комунікації онтологія масової комунікації.	Лекція, практичне заняття, самостійна робота	практичні завдання, КР	10
1.2	Знати психологічні, семіотичні, соціологічні сфери вивчення соціальної комунікації.	Лекція, практичне заняття, самостійна робота	практичні завдання, КР	10
2.1	Вміти здійснювати управління інформаційними потоками, використовуючи модель Ю.Габермаса щодо публічної сфери.	Лекція, практичне заняття, самостійна робота	практичні завдання, КР	15
2.2	Вміти інтерпретувати поняття «масове» в концепціях, теоріях, парадигмах: «масове» суспільство, «масова» людина, масова культура	Лекція, практичне заняття, самостійна робота	практичні завдання, КР, есе	20
2.3	Вміти концептуально осмислювати сучасні медіа, та їх зв'язок з політикою	Лекція, практичне заняття, самостійна робота	практичні завдання, КР	10
2.4	Вміти використовувати мережевий підхід, для пояснення сучасних процесів в суспільстві	Лекція, практичне заняття, самостійна робота	практичні завдання, КР	15
3.1	Автономно здійснювати аналіз медіа текстів щодо наявності ідеологем і пропаганди.	Лекція, практичне заняття, самостійна робота	Презентація власного дослідження	20

6. **Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання**

Результати навчання дисципліни (код)	1.1	1.2	2.1	2.2	2.3	2.4.	3.1
Програмні результати навчання (назва)							
Застосовувати інструментарій соціологічної науки в дослідженні різних сфер суспільного життя РН 13.	+	+	+	+	+	+	+
Застосовувати теоретичні підходи та соціологічний інструментарій для аналізу комунікаційних процесів у сучасному суспільстві та вирішення проблем координації взаємодії соціальних груп українського суспільства РН 17.	+	+	+	+	+	+	+

7. **Схема формування оцінки.**

7.1 **Форми оцінювання студентів:**

- **семестрове оцінювання:**

1. Доповіді з тем, участь у груповій дискусії 1-10, РН 1.1, РН 1.2, РН 2.1., РН2.2 РН 2.3, РН 2.4, РН 3.1 – **50 балів/30 балів**
2. Кр 1 з тем 1 –4, РН 1.2, РН 2.1 – **12 балів/6 балів**
3. Підготовка презентацій власного дослідження з тем 5,7, 8, РН 2.1, РН 2.2 РН 2.3, РН 2.4 – **20 балів/12 балів** (4 презентації по 5 максимальних та 3 мінімальних балів за кожною)
4. Кр 2 з теми 5-8, РН 2.1, РН 2.2, РН 2.3, РН2.4 – **12 балів/8 балів**
5. Написання есе з тем 3, 4, РН 2.1, РН 2.2, РН 2.3, РН2.4 – **6 балів/4 бали** (2 есе по 3 максимальні або 2 мінімальні бали за кожне)

- **підсумкове оцінювання: у формі заліку.**

- **умови отримання заліку:** для студентів, які набрали сумарно за семестр меншу кількість балів за критично-розрахунковий мінімум – 60 балів, для одержання заліку обов'язковим є підготовка презентацій, написання есе з пропущених тем.

7.2 **Організація оцінювання:**

1. Доповіді з тем, участь у групових дискусіях 1-10, РН 1.1, РН 1.2, РН 2.1., РН2.2 РН 2.3, РН 2.4, РН 3.1 – протягом семестру
2. Кр 1 з тем 1 –4, РН 1.2, РН 2.1 – після вивчення теми 4
3. Підготовка презентацій з тем 7, 8, 9, 10, РН 2.1, РН 2.2 РН 2.3, РН 2.
4. Кр 2 з теми 5-8, РН 2.1, РН 2.2, РН 2.3, РН2.4 – після вивчення теми 8
5. Написання есе з тем 3, 4, РН 2.1, РН 2.2, РН 2.3, РН2.4 – після 3 та 4 теми

7.3 **Шкала відповідності оцінок**

Зараховано / Passed	60-100
Не зараховано / Fail	0-59

2. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЛЕКЦІЙ ТА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ п/п	Номер і назва теми	Кількість годин		
		Лекції	Практичні	Самостійна робота
Онтологія соціальної комунікації				
1.	Різні сенси комунікації.	2	4	6
2.	Філософські, психологічні, семіотичні, соціологічні сфери вивчення соціальної комунікації (маєте необмежений вибір теорій, важливо щоб були обрані ті, які можуть бути застосовані для пояснення сучасних явищ)	2	2	6
3.	Б.Берштайн «Теорія універсального коду»	2	4	6
4.	Управління інформаційними потоками. Ю.Г.Абермас і концепція публічної сфери.	2	8	12
	<i>контрольна робота 1</i>	2		
Соціальна комунікація: сучасне теоретичне осмислення				
5.	Медіа і політика.	2	4	16
6.	Ідеологія і пропаганда.	2	2	8
7.	Концептуальне осмислення сучасних медіа.	2	2	8
8.	Мережевий підхід.	2	4	8
	<i>контрольна робота 2</i>	2		
	ВСЬОГО	20	30	70

Загальний обсяг 120 год., в тому числі:

Лекцій – 20 год.

Практичні заняття – 30 год.

Самостійна робота - 70 год.

9. Рекомендовані джерела

Основна: (Базова)

1. Культура.-суспільство- особистість: Навчальний посібник /За ред.Л.Скокової.-К.,2006. С.202 -243.
2. Медіа. Демократія. Культура / За ред.Н.Костенко, А.Ручки.-К.: Інститут соціології НАН України, 2008.- С. 3- 47.
3. Мак – Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів 2010.- С. 60- 226.
4. Чудовська І.А. Соціологія масових комунікацій. Навчальний посібник. - 2021. URL: https://soc.univ.kiev.ua/sites/default/files/newsfiles/chudovska_mass_communication.pdf
5. Чудовська-Кандиба І. Візуальне у дослідженнях культури / І. А. Чудовська-Кандиба // Якісні дослідження в соціологічних практиках: навч. посіб. / Ін-т соціології НАН України; за ред. Н. Костенко, Л. Скокової. – К., 2009. – С. 96–99.

Додаткова:

1. Костенко Н.В. Парадигми та фактичності нових мас-медіа // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1998. – № 1-2 – С. 138-151.
2. Чудовська І.А. Соціологія реклами. Посібник. Київ. Вид-цтво: Каравелла.2019.- С.3-89
3. Чудовська-Кандиба І. Соціокультурні виміри рекламних практик: монографія / Ірина Чудовська-Кандиба. – К.: КІС, 2010. – 448 с. – С. 158-173; 329-350.
4. Handbooks of Media and Mass Communication Theory: https://www.academia.edu/19196822/The_Handbook_of_Media_and_Mass_Communication_Theory
5. The Handbook of Media and Mass Communication Theory <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/book/10.1002/9781118591178>
6. Ruchi G. Advertising Principles and Practice / Gupta Ruchi. – S. Chand Publishing, 2012. – 402 p. – P. 4-7; 143-163; 212-224.