

# Соціологія масової комунікації

## 1. Мета вивчення

1 *Метою курсу* є вивчення функціонування масової комунікації в сучасному соціумі, соціологічних методів дослідження цієї діяльності, формування системного комплексу знань в цій сфері.

## 2. Перелік компетенцій, здобуття яких гарантуватиме вивчення даної дисципліни. Сфера реалізації здобуття компетенцій під час трудовлаштування.

Освоюючи курс «Соціологія масових комунікацій», студенти засвоюють передбачені освітньо-професійною програмою знання і на цій основі набувають необхідних вмінь, навичок та компетенцій:

- засвоюють знання і розуміння особливостей функціонування масової комунікації, зокрема ЗМК, в різних сферах соціального спілкування, різноманітних, стратегій, тактик і форм комунікації;
- формують уявлення про соціологію масової комунікації як потужний чинник розвитку цивілізації;
- отримують системний комплекс знань про інформаційну індустрію як соціальний інститут; вивчають вплив ЗМК на індивіда та соціум;
- проводять певні соціологічні дослідження та опановують методики, за допомогою яких можна досягнути якісні та кількісні характеристики ЗМК;
- вчаться реалізувати отримані знання в різних ситуаціях соціально-трудової, культурної та навчальної сфер соціального спілкування;
- оволодівають прийомами формування науково-інформаційної та соціально-аксіологічної компетентності, креативними навичками і евристичними методами аналізу суспільних проблем і конфліктів;
- готуються до роботи в різних органах та сферах функціонування ЗМІ (газета, журнал, радіо, ТВ, соціальні мережі тощо).

## 2. Зміст навчальної дисципліни за модулями та темами.

### Модуль 1

### ТЕОРЕТИЧНИЙ ФУНДАМЕНТ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ. ЗАСОБИ МОВНОГО ВПЛИВУ.

*Тема 1.* Вступ. *Тема 2* Комунікатор та зміст масової комунікації. Комунікативний аспект у глобалізаційних процесах. *Тема 3* Етика і психологія мовленнєвої поведінки *Тема 4.* Мета і характер комунікації, її логіко-емоційні, етичні та психологічні первні. *Тема 5* Класифікація теорій комунікації та функції і ролі засобів її передавання. *Тема 6.* Засоби масової комунікації та їхні соціальні суб'єкти. *Тема 7.* Інформаційне суспільство та сучасна медіаекономіка. Інформаційні агентства світу в умовах глобалізації.

## 4. Обсяг вивчення навчальної дисципліни

- 3 кредити, год. всього 90, ауд. - 30 год., з них — лекційних 14, практик. - 16, самост. - 60 год., екзамен.

5. Форма семестрового контролю - екзамен

6. Інформація про науково-педагогічних працівників, які забезпечуватимуть викладання цієї навчальної дисципліни (прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання).

Семен Дмитрович Абрамович, доктор філологічних наук, професор, академік АН ВО України, завідувач кафедри слов'янської філології та загального мовознавства

**6. Перелік основної літератури.**

1. Абрамович С. Д., Чікарькова М. Ю. Мовленнєва комунікація. – К. : Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2013. – СС. 16-20, 25-33, 194-198, 233-240.
2. Ахиярова К. Р. Роль СМІ в маніпулюванні личністю. – Эл.ресурс. – Р.доступа: [http://magru.net/pubs/122/Rol\\_sredstv\\_massovoy\\_informatsii\\_SMI\\_v\\_manipulirovanii\\_lichnostyu.pdf](http://magru.net/pubs/122/Rol_sredstv_massovoy_informatsii_SMI_v_manipulirovanii_lichnostyu.pdf).
3. Галлін Д., Манчіні П. Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики. – К.: Наука, 2008. – 320 с.
4. Гриценко О.М. Мас-медіа у відкритому інформаційному суспільстві й гуманістичні цінності. – К.: ВПЦ “Київський університет”, 2002. - 203 с.
5. Єнін М.Н. Соціологія масової комунікації. Навч. посіб. за спец. «Соціологія», «Реклама та зв'язки з громадськістю». – Л.: ДЗ «ЛНУ імені Т. Шевченка», 2012. – 167 с.
6. Іванов В.Ф. Соціологія масової комунікації. Навч. посіб.– К.: Центр вільної преси, 1999. – 210 с.
7. Квіт С. М. Масова комунікація. – К.: ВД «Києво-Могилянська академія», 2008. – 206 с.
8. Миллер Э. Д. Шарлоттский проект. Как помочь гражданам взять демократию в свои руки.– М.: Национальный институт прессы, Издательство "ВИОЛАНТА", 1998. – Сс. 11, 13, 16.
9. Москаленко А. З., Губерський Л. В. та ін. Масова комунікація: Підручник / – К.: Либідь, 1997. – 216 с.
10. Різун В. В. Теорія масової комунікації. – К.: Просвіта, 2008. – 260 с.
11. Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. – М.: Национальный институт прессы, Вагриус, 1998. – 224 с.
12. Ткач Л.М., Клименкова В. О. Семіотичний аспект маніпуляції свідомістю через рекламу та засоби масової комунікації // Молодий вчений. – 2016. – № 1(2). – С. 126–130.
13. Тоффлер Е. Третья хвиля. – К. : ВД «Всесвіт», 2000. – 480 с.
14. Фромм Э. Иметь или быть? – М.: Прогресс, 1986.– 237 с.
15. Чічановський А. А., Старіш О. Г. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем: Підручник. – К.: Грамота, 2010. – 568 с.

Науково-педагогічний  
працівник

  
\_\_\_\_\_  
(підпис)

С. Д. Абрамович

\_\_\_\_\_  
(ініціали та прізвище)

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_  
(підпис)

О. С. Волковинський

\_\_\_\_\_  
(ініціали та прізвище)

