

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**

Факультет/інститут психології

Кафедра філософії, соціології та релігієзнавства

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Масова комунікація та інформація: соціологічний аспект**

Освітня програма будь-які

Спеціальність будь-які

Галузь знань будь-які

Затверджено на засіданні кафедри філософії,  
соціології та релігієзнавства  
Протокол № 1 від “2” вересня 2020 р.

м. Івано-Франківськ - 2020

## ЗМІСТ

- Загальна інформація
- Анотація до курсу
- Мета та цілі курсу
- Результати навчання (компетентності)
- Організація навчання курсу
- Система оцінювання курсу
- Політика курсу
- Рекомендована література

<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Назва дисципліни</b>	Масова комунікація та інформація: соціологічний аспект
<b>Викладач (-і)</b>	Гайналь Тетяна Олександрівна
<b>Контактний телефон викладача</b>	
<b>Е-mail викладача</b>	tetiana.hainal@pnu.edu.ua
<b>Формат дисципліни</b>	Цикл професійної підготовки. Вибіркові дисципліни.
<b>Обсяг дисципліни</b>	90 год. (3,0 кредитів)
<b>Посилання на сайт дистанційного навчання</b>	<a href="http://www.d-learn.pu.if.ua/index.php">http://www.d-learn.pu.if.ua/index.php</a>
<b>Консультації</b>	Згідно з розкладом консультацій
<b>2. Анотація до курсу</b>	
<p>В межах лекційного викладу та семінарської практики з «Масової комунікації та інформації» акцент робиться на з'ясуванні особливостей масової інформації як процесу, ефективної масової комунікації та необхідності опанувати засобами протистояння дезінформації та пропаганді, розвитку медіаграмотності та критичного мислення.</p> <p>Курс лекцій присвячено основним тенденціям, характерним для розвитку масової комунікації та особливостям сучасного етапу розвитку аналізу комунікацій в суспільстві, PR-технологіям, рекламі, суб'єкту та реципієнту комунікаційних процесів. Зміст семінарських занять цілком корелює з лекційним матеріалом, оскільки їхня мета полягає у поглибленому вивченні матеріалу, що, як передбачається, дозволить студентам виробити власну світоглядну позицію. Завдання, які покликана вирішити пропонована дисципліна, включають не лише ознайомлення студентів із соціологією масових комунікацій як науковою дисципліною, з'ясування основних понять та методологічних принципів, а аналіз результатів емпіричних досліджень в галузі масової комунікації.</p>	
<b>3. Мета та цілі курсу</b>	
<p><b>Мета:</b> засвоєння студентами основних теорій масової комунікації, знання про особливості масової комунікації як соціального інституту та методи її дослідження в соціології.</p> <p><b>Завдання:</b> ознайомлення студентів із соціологією масових комунікацій як науковою дисципліною; з'ясувати основні поняття та методологічні принципи; аналізувати результати емпіричних досліджень в галузі соціології масової комунікації.</p> <p>У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен</p> <p><b>знати:</b> основні концепції соціології масової комунікації; соціальні форми організації масової комунікації; проблеми та підходи соціологічного вивчення масової комунікації в сучасному суспільстві; категорії та поняття науки.</p> <p><b>вміти:</b> аналізувати та давати критичну оцінку явищам, підходам та проблемам, які будуть розглядатися в процесі вивчення курсу; використовувати методологічні основи соціології масової комунікації при аналізі соціальних процесів та взаємодій; обирати ефективний спосіб протистояння дезінформації.</p>	
<b>4. Компетентності</b>	
<p><b>Загальні:</b></p> <p>Здатність до абстрактного та аналітичного мислення й генерування ідей.</p> <p>Здатність навчатися та самонавчатися.</p> <p>Здатність бути критичним та самокритичним</p> <p>Здатність знаходити, обробляти та аналізувати інформацію з різних джерел</p> <p>Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>Здатність діяти з соціальною відповідальністю і громадянською свідомістю.</p>	
<b>5. Результати навчання</b>	
<p>Здатність аналізувати соціально та особистісно значущі світоглядні проблеми.</p> <p>Здатність працювати в команді.</p>	

Здатність реалізувати свої права й обов'язки як члена демократичного суспільства.  
Здатність приймати рішення на основі сформованих ціннісних орієнтацій.

### 5. Організація навчання курсу

#### Обсяг курсу

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	12
семінарські заняття / практичні / лабораторні	18
самостійна робота	60

#### Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
Сьомий	Філософія	Четвертий	Вибірковий

#### Тематика курсу

Тема, план	Форма заняття	Література	Завдання, год	Вага оцінки	Термін виконання
Тема 1. 1. Структура і зміст соціології масової комунікації. 2. Масова комунікація як соціальне явище. Ефекти масової комунікації. 3. Особливості інформаційного суспільства.	Лекція 2 год. Семінарське заняття 2 год.	Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции.- М.: Аспект Пресс, 2005.- 176 с. Почепцов Г. Від Facebookу і гламуру до WikiLeaks: медіакомунікації. – Харків: Фоліо, 2012. – 464 с. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. – Харків: Фоліо, 2017. – 260 с. Почепцов Г. Виртуальные войны. Фейки. – Харьков: Фоліо, 2019. – 507 с. Почепцов Г. Когнитивные войны в соцмедиа, массовой культуре и массовых коммуникациях. – Харьков: Фоліо, 2019. – 314 с. Почепцов Г. Пропаганда 2.0. – Харьков: Фоліо,	Підготовка до семінарського заняття та виконання завдань для самостійної роботи, 5 год.	5 балів за кожен вид роботи (впродовж семестру)	Вересень 2021 р. (згідно з електронним розкладом)

		<p>2018. – 796 с.  Почепцов Г., Чукут С.А. Інформаційна політика. – К.: Знання, 2008. – 663 с.  Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов.- СПб.: Питер, 2003.- 400 с.  Ядов В.А. Социологическое исследование - методология, программа, методы, 1995.- 332 с.</p>			
<p>Тема 2.  Масова комунікація як процес  1. Структура комунікативного процесу в масовій комунікації.  2. Моделі масової комунікації.  3. Адресат (комунікатор) та реципієнт «(маса)» в масовій комунікації.  4. Соціальні обставини масової комунікації (повідомлення, канал комунікації, інформаційний шум, фільтри, зворотний зв'язок (зворотна</p>	<p>Семінарське заняття 2 год.</p>	<p>Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции.- М.: Аспект Пресс, 2005.- 176 с.  Почепцов Г. Від Facebook і гламуру до WikiLeaks: медіакомунікації. – Харків: Фоліо, 2012. – 464 с.  Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. – Харків: Фоліо, 2017. – 260 с.  Почепцов Г. Виртуальные войны. Фейки. – Харьков: Фоліо, 2019. – 507 с.  Почепцов Г. Когнитивные войны в соцмедиа, массовой культуре и массовых коммуникациях. – Харьков: Фоліо, 2019. – 314 с.</p>	<p>Підготовка до семінарського заняття та виконання завдань для самостійної роботи, 6 год.  Тестове опитування</p>	<p>5 балів за кожен вид роботи (впродовж семестру)  Тестове опитування 100 балів</p>	<p>Вересень 2021 р. (згідно з електронним розкладом)</p>

інформація), контекст і ситуація).		<p>Почепцов Г. Пропаганда 2.0. – Харьков: Фоліо, 2018. – 796 с.</p> <p>Почепцов Г., Чукут С.А. Інформаційна політика. – К.: Знання, 2008. – 663 с.</p> <p>Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов.- СПб.: Питер, 2003.- 400 с.</p> <p>Ядов В.А. Социологическое исследование - методология, программа, методы, 1995.- 332 с.</p>			
<p>Тема 3. Класифікація засобів масової комунікації</p> <p>1. Класифікація систем засобів масової комунікації.</p> <p>2. Історія становлення масової комунікації.</p> <p>3. Нові медіа.</p>	<p>Лекція 2 год. Семинарське заняття 2 год.</p>	<p>Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции.- М.: Аспект Пресс, 2005.- 176 с.</p> <p>Почепцов Г. Від Facebooku і гламуру до WikiLeaks: медіакомунікації. – Харків: Фоліо, 2012. – 464 с.</p> <p>Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. – Харків: Фоліо, 2017. – 260 с.</p> <p>Почепцов Г. Виртуальные войны. Фейки. – Харьков: Фоліо, 2019. – 507 с.</p> <p>Почепцов Г. Когнитивные войны в соцмедиа, массовой культуре и массовых</p>	<p>Підготовка до семінарського заняття та виконання завдань для самостійної роботи, 5 год.</p>	<p>5 балів за кожен вид роботи (впродовж семестру)</p>	<p>Жовтень 2021 р. (згідно з електронним розкладом)</p>

		<p>коммуникациях. – Харьков: Фолио, 2019. – 314 с.</p> <p>Почепцов Г. Пропаганда 2.0. – Харьков: Фолио, 2018. – 796 с.</p> <p>Почепцов Г., Чукут С.А. Інформаційна політика. – К.: Знання, 2008. – 663 с.</p> <p>Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов.- СПб.: Питер, 2003.- 400 с.</p> <p>Ядов В.А. Социологическое исследование - методология, программа, методы, 1995.- 332 с.</p>			
<p>Тема 4. Держава та ЗМК</p> <p>1. Мас-медіа та влада. 2. Нормативні моделі взаємодії ЗМІ та держави: А) модель незалежної преси; Б) модель соціальної відповідальності; В) модель демокритичного представництва; Г) радянська модель; Г) авторитарна модель; Д)</p>	<p>Семінарське заняття 2 год.</p>	<p>Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции.- М.: Аспект Пресс, 2005.- 176 с.</p> <p>Почепцов Г. Від Facebookу і гламуру до WikiLeaks: медіакомунікації. – Харків: Фолио, 2012. – 464 с.</p> <p>Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. – Харків: Фолио, 2017. – 260 с.</p> <p>Почепцов Г. Виртуальные войны. Фейки. – Харьков: Фолио, 2019. – 507 с.</p> <p>Почепцов Г. Когнитивные войны</p>	<p>Підготовка до семінарського заняття та виконання завдань для самостійної роботи, 6 год.</p>	<p>5 балів за кожен вид роботи (впродовж семестру)</p>	<p>Жовтень 2021 р. (згідно з електронним розкладом)</p>

<p>модель розвитку. 3. Електронне врядування (е-уряд).</p>		<p>в соцмедиа, массовой культуре и массовых коммуникациях. – Харьков: Фолио, 2019. – 314 с. Почепцов Г. Пропаганда 2.0. – Харьков: Фолио, 2018. – 796 с. Почепцов Г., Чукут С.А. Інформаційна політика. – К.: Знання, 2008. – 663 с. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов.- СПб.: Питер, 2003.- 400 с. Ядов В.А. Социологическое исследование - методология, программа, методы, 1995.- 332 с.</p>			
<p>Тема 5. Засоби масової комунікації та економіка. 1. Поняття медіаіндустрії. 2. Реклама в ЗМК. 3. Вплив ЗМІ на економіку.</p>	<p>Лекція 2 год. Семинарське заняття 2 год.</p>	<p>Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции.- М.: Аспект Пресс, 2005.- 176 с. Почепцов Г. Від Facebookу і гламуру до WikiLeaks: медіакомунікації. – Харків: Фолио, 2012. – 464 с. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. – Харків: Фолио, 2017. – 260 с. Почепцов Г. Виртуальные войны. Фейки. – Харьков:</p>	<p>Підготовка до семінарського заняття та виконання завдань для самостійної роботи, 6 год.</p>	<p>5 балів за кожен вид роботи (впродовж семестру)</p>	<p>Жовтень 2021 р. (згідно з електронним розкладом)</p>



		<p>Фоліо, 2019. – 507 с.  Почепцов Г.  Когнитивные войны в соцмедиа, массовой культуре и массовых коммуникациях. – Харьков: Фоліо, 2019. – 314 с.  Почепцов Г.  Пропаганда 2.0. – Харьков: Фоліо, 2018. – 796 с.  Почепцов Г., Чукут С.А. Інформаційна політика. – К.: Знання, 2008. – 663 с.  Федотова Л.Н.  Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов.- СПб.: Питер, 2003.- 400 с.  Ядов В.А.  Социологическое исследование - методология, программа, методы, 1995.- 332 с.</p>			
<p>Тема 6.  PR-діяльність в просторі МК  1. Загальна характеристика PR-діяльності. 2. Особливості основних напрямків PR-діяльності. 3. Засоби реалізації PR-діяльності.</p>	<p>Семінарське заняття 2 год.</p>	<p>Бакулев Г.П.  Массовая коммуникация: Западные теории и концепции.- М.: Аспект Пресс, 2005.- 176 с.  Почепцов Г. Від Facebookу і гламуру до WikiLeaks: медіакомунікації. – Харків: Фоліо, 2012. – 464 с.  Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. – Харків: Фоліо, 2017. – 260 с.</p>	<p>Підготовка до семінарського заняття та виконання завдань для самостійної роботи, 5 год.  Розробка прес-релізу події.  Підготовка ньюс-леттера.</p>	<p>5 балів за кожен вид роботи (впродовж семестру)</p>	<p>Листопад 2021 р. (згідно з електронним розкладом)</p>

		<p>Почепцов Г. Виртуальные войны. Фейки. – Харьков: Фолио, 2019. – 507 с.</p> <p>Почепцов Г. Когнитивные войны в соцмедиа, массовой культуре и массовых коммуникациях. – Харьков: Фолио, 2019. – 314 с.</p> <p>Почепцов Г. Пропаганда 2.0. – Харьков: Фолио, 2018. – 796 с.</p> <p>Почепцов Г., Чукут С.А. Інформаційна політика. – К.: Знання, 2008. – 663 с.</p> <p>Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов.- СПб.: Питер, 2003.- 400 с.</p> <p>Ядов В.А. Социологическое исследование - методология, программа, методы, 1995.- 332 с.</p>			
<p>Тема 7. Інформація як соціальний феномен</p> <p>1. Властивості інформації. Позитивні та негативні сторони інформатизації.</p> <p>2. Побудова та опрацювання інформації.</p>	<p>Лекція 2 год. Семінарське заняття 2 год.</p>	<p>Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции.- М.: Аспект Пресс, 2005.- 176 с.</p> <p>Почепцов Г. Від Facebookу і гламуру до WikiLeaks: медіакомунікації. – Харків: Фолио, 2012. – 464 с.</p> <p>Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні</p>	<p>Підготовка до семінарського заняття та виконання завдань для самостійної роботи, 5 год.</p>	<p>5 балів за кожен вид роботи (впродовж семестру)</p>	<p>Листопад 2021 р. (згідно з електронним розкладом)</p>

<p>3. Проблема захисту інформації.</p>		<p>технології XXI століття. – Харків: Фоліо, 2017. – 260 с.  Почепцов Г.  Виртуальные войны. Фейки. – Харьков: Фоліо, 2019. – 507 с.  Почепцов Г.  Когнитивные войны в соцмедиа, массовой культуре и массовых коммуникациях. – Харьков: Фоліо, 2019. – 314 с.  Почепцов Г.  Пропаганда 2.0. – Харьков: Фоліо, 2018. – 796 с.  Почепцов Г., Чукут С.А. Інформаційна політика. – К.: Знання, 2008. – 663 с.  Федотова Л.Н.  Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов.- СПб.: Питер, 2003.- 400 с.  Ядов В.А.  Социологическое исследование - методология, программа, методы, 1995.- 332 с.</p>			
<p>Тема 8.  Дезінформація як соціальне явище  1. Поняття та види дезінформації.  2. Способи дезінформації.  3. Фейки та пропаганда в</p>	<p>Лекція 2 год.  Семінарське заняття 2 год.</p>	<p>Бакулев Г.П.  Массовая коммуникация: Западные теории и концепции.- М.: Аспект Пресс, 2005.- 176 с.  Почепцов Г. Від Facebookу і гламуру до WikiLeaks: медіакомунікації. – Харків: Фоліо, 2012. – 464 с.  Почепцов Г. Від</p>	<p>Підготовка до семінарського заняття та виконання завдань для самостійної роботи, 5 год.</p>	<p>5 балів за кожен вид роботи (впродовж семестру)</p>	<p>Грудень 2021 р. (згідно з електронним розкладом)</p>

<p>сучасному інформаційному просторі. 4. Система протидії дезінформації.</p>		<p>покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. – Харків: Фоліо, 2017. – 260 с. Почепцов Г. Виртуальные войны. Фейки. – Харьков: Фоліо, 2019. – 507 с. Почепцов Г. Когнитивные войны в соцмедиа, массовой культуре и массовых коммуникациях. – Харьков: Фоліо, 2019. – 314 с. Почепцов Г. Пропаганда 2.0. – Харьков: Фоліо, 2018. – 796 с. Почепцов Г., Чукут С.А. Інформаційна політика. – К.: Знання, 2008. – 663 с. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов.- СПб.: Питер, 2003.- 400 с. Ядов В.А. Социологическое исследование - методология, программа, методы, 1995.- 332 с.</p>			
<p>Тема 9. Аналіз змісту масової комунікації 1. Контент-аналіз як метод аналізу змісту масової</p>	<p>Лекція 2 год. Семінарське заняття 4 год.</p>	<p>Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции.- М.: Аспект Пресс, 2005.- 176 с. Почепцов Г. Від Facebookу і гламуру до WikiLeaks: медіакомунікації. –</p>	<p>Підготовка до семінарського заняття та виконання завдань для самостійної роботи, 6 год.</p>	<p>5 балів за кожен вид роботи (впродовж семестру) Тестове опитування – 100 балів</p>	<p>Грудень 2021 р. (згідно з електронним розкладом)</p>

<p>комунікації. 2. Соціологічний аналіз комунікатора . 3. Соціологічний аспект вивчення аудиторії масової комунікації (кількісні та якісні методики).</p>		<p>Харків: Фоліо, 2012. – 464 с. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. – Харків: Фоліо, 2017. – 260 с. Почепцов Г. Виртуальные войны. Фейки. – Харьков: Фолио, 2019. – 507 с. Почепцов Г. Когнитивные войны в соцмедиа, массовой культуре и массовых коммуникациях. – Харьков: Фолио, 2019. – 314 с. Почепцов Г. Пропаганда 2.0. – Харьков: Фолио, 2018. – 796 с. Почепцов Г., Чукут С.А. Інформаційна політика. – К.: Знання, 2008. – 663 с. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов.- СПб.: Питер, 2003.- 400 с. Ядов В.А. Социологическое исследование - методология, программа, методы, 1995.- 332 с.</p>			
<b>6. Система оцінювання курсу</b>					
<p>Загальна система оцінювання курсу</p>	<p>Загальна кількість балів в межах залікового курсу: 100. Розподіл балів: 0 – 49 балів – «не зараховано»; 50 – 100 балів – «зараховано». Оцінка розраховується так: <b>100 балів</b> (середнє арифметичне з усіх отриманих оцінок на семінарських заняттях, помножене на 20. Приклад: <math>((3+4+4+4) / 4) \times 20 = 3,75 \times 20 = 75</math></p>				
<p>Вимоги до письмової роботи</p>	<p>Три тестові опитування до тем 2, 9 та підсумковий. Тести закритого типу (з варіантами відповідей). Кількість варіантів</p>				

	відповідей: 4. Кількість вірних відповідей: одна. Час виконання: до 20 хв. (в межах семінарського заняття). Оцінюються тести в 100-бальній системі.
Семінарські заняття	В межах запланованих семінарських занять є обов'язковими дві усні відповіді, які оцінюються як «незадовільно», «задовільно», «добре», «відмінно». Також на семінарських заняттях оприлюднюються результати самостійної пошукової роботи.
Умови допуску до підсумкового контролю	Підсумковий контроль виставляється за результатами суми поточних оцінок та є не нижче, ніж «задовільно».
<b>7. Політика курсу</b>	
Допускається пропуск одного семінарського заняття без відпрацювання. За наявності більшої кількості пропущених семінарських занять або невиконаних тестового завдання необхідно відпрацювати їх шляхом усної відповіді по відповідній темі або написання тесту. Відпрацювання проводяться в межах консультацій. Незадовільна оцінка не відпрацьовується. При бажанні студента підвищити підсумкову оцінку пропонується виконання індивідуального завдання.	
<b>8. Рекомендована література</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции.- М.: Аспект Пресс, 2005.- 176 с.</li> <li>2. Почепцов Г. Від Facebookу і гламуру до WikiLeaks: медіакомунікації. – Харків: Фоліо, 2012. – 464 с.</li> <li>3. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. – Харків: Фоліо, 2017. – 260 с.</li> <li>4. Почепцов Г. Виртуальные войны. Фейки. – Харьков: Фоліо, 2019. – 507 с.</li> <li>5. Почепцов Г. Когнитивные войны в соцмедиа, массовой культуре и массовых коммуникациях. – Харьков: Фоліо, 2019. – 314 с.</li> <li>6. Почепцов Г. Пропаганда 2.0. – Харьков: Фоліо, 2018. – 796 с.</li> <li>7. Почепцов Г., Чукут С.А. Інформаційна політика. – К.: Знання, 2008. – 663 с.</li> <li>8. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов.-СПб.: Питер, 2003.- 400 с.</li> <li>9. Ядов В.А. Социологическое исследование - методология, программа, методы, 1995.- 332 с.</li> </ol>	

**Викладач** Гайналь Тетяна Олександрівна