

СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

СОЦІОЛОГІЯ КОМУНІКАЦІЙ

Рівень вищої освіти	<u>II (магістерський) рівень вищої освіти / III (освітньо-науковий) рівень</u>
Освітньо-професійна програма	Клінічна психологія / Психологія забезпечення ментального здоров'я / Психологія
Кафедра	Соціальної психології
Кількість кредитів	3 кредити ЄКТС
Форма контролю	Залік
Мова викладання	Українська
Розробники курсу	Геннадій Черних
Контактна інформація	

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

Освітній компонент спрямований на знайомство здобувачів з актуальними питаннями соціології комунікації та вивченню основних понять, проблем та теорій, пов'язаних зі системою комунікації в суспільстві. Дисципліна передбачає вивчення соціологічних підходів аналізу комунікації, які будуть корисними для аналізу впливу медіа та соціуму на особистість, та для роботи з комунікацією у психологічній терапії. Метою є ознайомлення студентів з основними теоретико-методологічними засадами соціології комунікацій в професійній діяльності.

Завданнями освітнього компонента є:

- Засвоєння теоретичних основ соціології комунікацій, ключових понять, категорій та закономірностей комунікативних процесів у сучасному суспільстві, опанування провідних соціологічних теорій і моделей комунікації.
- Формування критичного розуміння ролі комунікації у конструюванні соціальної взаємодії, соціальних ідентичностей, у різних соціокультурних контекстах, соціальних групах та суспільстві.
- Набуття вмінь аналізувати структуру, зміст та функції міжособистісної, групової, масової та цифрової комунікації, а також соціальні наслідки впливу медіа та соціуму на особистість.
- Опанування навичок застосування соціологічних методів дослідження комунікаційних процесів для вивчення комунікативних практик у різних соціальних середовищах.
- Формування етичної позиції, відповідального ставлення до професійної діяльності у сфері аналізу, організації та регулювання комунікацій, з урахуванням принципів академічної доброчесності та соціальної відповідальності.

ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Тема 1. Вступ до соціології комунікацій. Поняття «комунікація», «соціальні комунікації», «масові комунікації».

- визначення, об'єкт, предмет та завдання соціології комунікації;
- визначення понять: «комунікація» чи «комунікації»;

- основні компоненти комунікації: схема Гарольда Ласуела;
- одиниці аналізу, види і сфери комунікації;
- визначення феномену масової комунікації; «масова комунікація», «засоби масової комунікації», «засоби масової інформації», «мас-медіа», «медіа»: подібності та відмінності понять;
- метафори ролі медій в суспільстві.

Тема 2. Класичні теорії соціальних комунікацій. Комунікація як об'єкт і предмет наукового пізнання:

- витоки та основні погляди на соціальну комунікацію;
- теорія стереотипів В. Ліппмана;
- теорія когнітивного дисонансу Л. Фестінгера;
- теорія користі та задоволення;
- теорія навчання і теорія пізнання;
- структурно-функціональний підхід.

Тема 3. Сучасні підходи дослідження соціальних комунікацій. Поняття «цифрова комунікація», «Інтернет-комунікації»:

- теорія спіралі мовчання Е. Ноель-Нойманн;
- теоретичні погляди Г. М. МакЛюена;
- інформаційна теорія соціальної комунікації;
- неомарксистський напрямок у вивченні масової комунікації; теорії представників Франкфуртської школи;
- теорії «гіподермічної голки» («магічної кулі») та «порядку денного»;
- теорія комунікативної дії Ю. Габермаса;
- соціокомунікативна модель П. Бурдье;
- модель комунікації В. Юрі;
- поняття «цифрова комунікація» та «Інтернет-комунікації».

Тема 4. Особливості функціонування мас-медіа. Масова комунікація в сучасному суспільстві:

- нормативні аспекти і принципи функціонування мас-медіа; Закон України «Про медіа»;
- європейські та світові тенденції регулювання діяльності мас-медіа;
- порушення стандартів і маніпулювання в масовій комунікації (мова ворожнечі, джинса, цензура, темники);
- моніторинг медіа в Україні та світі;
- моделі функціонування медіа (авторитарна, комуністична, соціальної відповідальності, лібертаріанська);
- регулювання використання ІІІ в медіа;
- інформаційна війна як комунікативна технологія впливу на масову свідомість.

Тема 5. Міжособистісна комунікація та міжособистісні відносини:

- поняття «міжособистісна комунікація»;
- структура міжособистісної взаємодії та комунікації;
- теорія керування враженнями Ірвінга Гофмана;
- стилі спілкування (ритуальний, маніпулятивний, гуманістичний);
- ефективна міжособистісна комунікація та комунікативна компетентність;
- методи міжособистісної комунікації.

Тема 6. Групова комунікація, особливості ділової та міжпоколінної комунікацій.

- поняття «групова комунікація» та «групова динаміка»;
- теорії групової комунікації;
- типи групової комунікації;

- ділова (організаційна) комунікація;
- міжпоколінна комунікація.

Тема 7. Вплив мас-медіа на особистість та громадську думку:

- поняття «нові медіа»;
- вплив мас-медіа на особистість;
- типи маніпуляцій в медіа;
- чутки та плітки;
- поняття «правда» та «постправда»;
- поняття «фейк» та «дезінформація»;
- Інтернет-мем як інструмент впливу на громадську думку.

Тема 8. Дослідження ефектів масової комунікації в сучасному суспільстві:

- типологія ефектів масової комунікації;
- ефект групування;
- ефект довіри;
- ефект ореолу;
- ефект самодостатності у прийнятті рішень;
- ефект праймінгу;
- ефект десенсибілізації;
- ефект культивациі;
- ефект бумеранга.

Тема 9. Методологія соціологічного аналізу комунікацій в психологічній практиці:

- взаємозв'язок соціології та психології у вивченні комунікації;
- методи соціологічного аналізу в психологічній практиці
- аналіз соціальних ролей та норм;
- аналіз соціальних статусів та владних відносин;
- аналіз групової динаміки;
- соціометрія (Якоб Морено);
- аналіз соціальних мереж (SNA);
- контент аналіз;
- інтерв'ю;
- анкетне опитування;
- кейс-стаді.

ПОЛІТИКА КУРСУ

Курс реалізується у дистанційному форматі. Zoom Meetings / Zoom Webinars: використовується як основна платформа для проведення лекційних, семінарських (практичних) занять в режимі онлайн.

У межах курсу передбачено 9 лекцій.

Контроль засвоєння теоретичного матеріалу здійснюється під час практичних занять, оцінюється виконання практичних індивідуальних завдань. Підсумковий контроль знань проводиться в усній формі.

Під час онлайн-комунікації здобувачі зобов'язані дотримуватися правил академічної етики, коректної професійної поведінки та принципів взаємної поваги. У процесі навчання забороняється плагіат, використання сторонньої допомоги під час тестування та передача власних відповідей іншим здобувачам.

ОЦІНЮВАННЯ

Вид діяльності здобувача вищої освіти	Кількість балів	Максимальна кількість балів (сумарна)
Практичні заняття	5	10
Індивідуальне завдання	5	10
Підсумкова оцінка самостійної роботи	10	10
Виконання умов академічної дисципліни	20	20
Залік	50	50
Всього		100

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

В системі вивчення дисципліни використовується комплекс методів навчання, побудований на дієвому підході до навчання. А саме:

1) методи, які забезпечують опанування навчального предмета (вербальні, візуальні, практичні, репродуктивні, проблемно-пошукові, індуктивні, дедуктивні);

2) методи, які стимулюють та мотивують навчально-наукову діяльність (навчальні дискусії, проблемні ситуації, професійно-орієнтовані ділові ігри, творчі завдання, пошук і дослідження, експерименти тощо);

3) методи контролю і самоконтролю (опитування, залік, індивідуальні завдання, питання для самоконтролю).

Організаційними формами наведених вище методів навчання є лекції, практичні заняття, індивідуальне завдання, залік.

Особливо зміцнюється творчо-пошукова самостійність здобувачів, застосовується проблемне та інтерактивне навчання з використанням комп'ютерних систем. Під час такого освітнього процесу здобувач може комунікувати з викладачем онлайн, вирішувати творчі, проблемні завдання, моделювати ситуації, застосовуючи аналітичне і критичне мислення, знання, пошукові здібності.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Підручники:

1. Квіт С. Масові комунікації: підручник. — Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2018. — 206 с.;
2. Лукашевич М.П. Соціологія масової комунікації : підручник / М.П. Лукашевич, Ф.Ф. Шандор. — К.: Знання, 2015. — 367с.;
3. Мак-Люен М. Галактика Гутенберга: становлення людини друкованої книги / пер. з англ. — Київ: Ніка-Центр, 2015. — 388 с.;

4. Сучасні соціальні комунікації : підручник / [В. С. Бакіров, Т. М. Байдак, В. І. Болотова та ін.] ; за ред. В. С. Бакірова. — Харків : Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2025. — 322 с.
5. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник. — К. : КиМУ, 2011. — 313 с.
6. Van Ry, V. (2025) *Sociological Communication*. (2nd ed.), Boise State University.

Навчальні посібники:

7. Гудзь О.Є., Маковецька І. М. «Комунікаційний менеджмент». — Львів, 2021. — 224 с.;
8. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: Навчальний посібник / За науковою редакцією В. В. Різуна. — К.: Центр Вільної Преси, 2010. — 258 с.;
9. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. — Львів, 2010. — 583 с.;
10. Холод О. Соціальні комунікації: тенденції розвитку: навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. К.: Видавництво «Білий Тигр», 2018. 370 с.;
11. Яремчук С. С. Соціологія масової комунікації : навч. посібник / С. С. Яремчук. — Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2015. — 248 с.;
12. Яшенкова О.В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. / О.В. Яшенкова. — К.: ВЦ «Академія», 2010. — 312 с.;
13. Alberts, Jess k., Martin, Judith N., Nakayama, Thomas K. (2010) *Human Communication in Society* (2nd ed). Boston: Allyn & Bacon.
14. Griffin, E. (2012). *A First Look at Communication Theory* (8th ed.). McGraw-Hill.
15. Jones, Richard G., Jr. (2013) *Communication in the Real World: An Introduction to Communication Studies* (7th ed.), FlatWorld.

Методичні роботи:

16. Городенко Л.. *Українські теоретики масової комунікації: огляд основних праць*/Л. Городенко, Є. Цимбаленко/ *Current issues of mass communication*. — 2023. — Iss. 34. — С. 18-41.
17. Гузенко, С. В. *Теорія та історія соціальних комунікацій : навч.-метод. рек. та вказівки до самостійної роботи* / С. В. Гузенко, Я. Л. Гаврилова. — Миколаїв: НУК, 2024. — 55 с.
18. Єнін М. *Мережева комунікація: ризики та перспективи. (на основі соціологічних опитувань громадської думки в країнах Євросоюзу)*/М. Єнін, Г. Коржов/ *Вісник НТУУ «КПІ»*. — 2021. — № 1(49) — С. 22-29.;
19. Костенко Н. В. Досвід контент-аналізу: моделі та практики : монографія. —К.: Центр вільної преси, 2003. — 200 с.;
20. Максимович О. В. *Соціологічні та психологічні моделі комунікації: можливості та обмеження застосування в дослідженнях міжкультурної взаємодії в умовах прикордоння*// *Український соціум*. — 2020. — № 1. — С. 62-82.;

Інформаційні ресурси:

21. Академія української преси (Моніторинг). [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/>
22. Детектор медіа. Моніторинг. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://detector.media/category/monitoring/>
23. Інститут масової інформації. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://imi.org.ua/monitorings>
24. Центр контент-аналізу (Відкриті звіти). [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ukrcontent.com/>
25. Проект Тексти.org.ua. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://texty.org.ua/>