

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет
імені академіка Степана Дем'янчука»
Факультет журналістики
Кафедра соціальних комунікацій

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОК 11. СОЦІОЛОГІЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ

для студентів

Освітньої програми:	Журналістика
Рівня вищої освіти:	другого (магістерського)
на здобуття освітнього ступеню:	магістра
за спеціальністю:	061 Журналістика
галузі знань:	06 Журналістика

Рівне-2020

Робоча програма **Соціологія громадської думки**
галузі знань: 06 Журналістика, спеціальності: 061 Журналістика

Розробник: **Бабінець А. І.**, заслужений журналіст України, доцент кафедри теорії і методики журналістської творчості

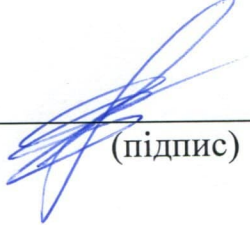
Робоча програма затверджена на засіданні кафедри соціальних комунікацій

Протокол № 1 від 27 серпня 2020 року

Завідувач кафедри  доц. Золяк В. В.
(підпис)

Схвалено навчально-методичною комісією факультету журналістики

Протокол № 1 від 28 серпня 2020 року

Голова  проф. Мітчук О. А.
(підпис)

Гарант освітньої програми «Журналістика» зі спеціальності 061 «Журналістика» у галузі знань 06 «Журналістика» рівня вищої освіти другого (магістерського)

проф. Мітчук О. А. 
(підпис)

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Рівень вищої освіти, галузь знань, спеціальність	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4/4	<p>Рівень вищої освіти: другий (магістерський)</p> <p>Галузі знань: 06 Журналістика</p> <p>Спеціальність: 061 Журналістика</p>	Обов'язковий освітній компонент	
Модулів – 1		Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		1-й	1-й
		Семестр	
		2-й	2-й
		Лекції	
		30 год.	10 год.
		Практичні, семінарські	
		10 год.	20 год.
		Лабораторні	
		–	–
		Самостійна робота	
		40 год.	90 год.
		Індивідуальні завдання:	
		40 год.	
	Вид контролю: екзамен		
Загальна кількість годин Загальна кількість годин (денна/заочна форми навчання) – 120/120			

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Робоча програма навчальної дисципліни «Соціологія громадської думки» складена відповідно до освітньо-професійної програми «Журналістика» підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності 061 Журналістика галузі знань 06 «Журналістика».

Мета вивчення дисципліни «Соціологія громадської думки» передбачає формування у студентів системи знань про сутність та закономірності функціонування соціальних комунікацій.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент знатиме: структуру, етапи розвитку, компоненти, функції громадської думки; історію досліджень громадської думки; вплив на формування громадської думки ЗМК; сфери взаємодії громадської думки і ЗМК; соціологічні методи дослідження масової комунікації. Студент вмітиме: характеризувати громадську думку як соціальну підсистему; використовувати свої знання про громадську думку у сфері масової комунікації; розпізнавати маніпулятивні технології мас-медіа щодо їхнього впливу на громадську думку; проводити соціологічні дослідження громадської думки; досконало проводити дослідження за допомогою методу опитування, анкетування.

Під час лекційних та практичних занять, індивідуальної навчально-дослідницької та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Соціологія громадської думки» студенти **набувають таких програмних компетентностей: ЗК (загальні компетентності), ФК (фахові компетентності).**

Загальні компетентності :

ЗК1. Здатність до когнітивної гнучкості.

ЗК4. Здатність координувати дії з іншими.

Фахові компетентності :

ФК4. Здатність зрозуміло і недвозначно доносити власні висновки, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців

ФК 7. Здатність діяти соціально-відповідально і керуватися принципами інформаційної безпеки.

Результати навчання за дисципліною

Опанування дисципліною «Теорія та історія соціальних комунікацій» забезпечить наступні результати:

ПР 2. На основі здобутих знань уміти організувати роботу редакції в різних типах ЗМІ; формувати ефективну комунікаційну стратегію, організувати і контролювати командну професійну діяльність.

ПР8. 8. На основі розуміння закономірностей соціальної діяльності, знання форм та механізмів управлінської діяльності уміти знаходити оптимальні рішення в процесі виробництва медійного продукту.

ПР 10. Проводити дослідження з метою ефективного просування медійного продукту

ПР 11. Прогнозувати реакцію аудиторії на нові інформаційні продукти, створювати моделі діяльності відповідно до потреб різних соціальних груп.

3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1

Тема 1. Громадська думка як соціальний феномен і об'єкт досліджень.

Література: основна (1, 2,3,4), додаткова (8,12,13,15)

Тема 2. Стереотипи у громадській думці і ЗМК.

Література: основна (1, 2,3,4), додаткова (8,12,13,15,23, 24)

Тема 3. Методологія дослідження громадської думки.

Література: основна (1, 2,3,4), додаткова (8,12,13,15, 23,24 , 25, 27-29)

Тема 4. Мала група в контексті соціальної психології МК.

Література: основна (1, 2,3,4), додаткова (8,12,13,15, 23,24 , 25, 27-29)

Тема 5. Психологія великих соціальних груп і масових явищ.

Література: основна (1, 2,3,4), додаткова (8,12,13,15, 20,21 , 22, 27)

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		Л	пр	лаб	Інд	с.р.		л	пр	Лаб	Інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.												
Тема 1. Громадська думка як соціальний феномен і об'єкт досліджень.	24	6	2		8	8	24	2	4			18
Тема 2. Стереотипи у громадській думці і ЗМК.	24	6	2		8	8	24	2	4			18
Тема 3. Методологія дослідження громадської думки.	24	6	2		8	8	24	2	4			18
Тема 4. Мала група в контексті соціальної психології МК.	24	6	2		8	8	24	2	4			18
Тема 5. Психологія великих соціальних груп і масових явищ.	24	6	2		8	8	24	2	4			18
Разом за змістовим модулем 1	120	30	10	-	40	40	120	10	20	-	-	90
Усього годин	120	30	10	-	40	40	120	10	20	-	-	90

5. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Тема 1. Громадська думка як соціальний феномен і об'єкт досліджень.	2/4
2.	Тема 2. Стереотипи у громадській думці і ЗМК.	2/4
3.	Тема 3. Методологія дослідження громадської думки.	2/4
4.	Тема 4. Мала група в контексті соціальної психології МК.	2/4
5.	Тема 5. Психологія великих соціальних груп і масових явищ.	2/4
	Разом	10/20 год

6. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Назва теми	Кількість Годин
1.	Тема 1. Громадська думка як соціальний феномен і об'єкт досліджень.	8/18
2.	Тема 2. Стереотипи у громадській думці і ЗМК.	8/18

3.	Тема 3. Методологія дослідження громадської думки.	8/18
4.	Тема 4. Мала група в контексті соціальної психології МК.	8/18
5	Тема 5. Психологія великих соціальних груп і масових явищ.	8/18
	Разом	40/90 год.

7. ЗАВДАННЯ ДЛЯ ОПРАЦЮВАННЯ ТЕМ ДИСЦИПЛІНИ

Назва теми	Зміст завдання для відпрацювання пропущених занять і невиконаних завдань	Форми контролю	Література	Кількість балів
Змістовий модуль 1:				
<p>Тема 1. Громадська думка як соціальний феномен і об'єкт досліджень.</p> <p>Поняття «громадська думка», її визначальні характеристики. Етапи розвитку громадської думки. Структура, основні компоненти. Функції громадської думки. Соціологія громадської думки як наука. Вплив мас-медіа на громадську думку. Історія вивчення взаємодії громадської думки та ЗМІ. Зарубіжна соціологія про вплив мас-медіа на громадську думку: основні етапи розвитку. Вітчизняна соціологія ХХ століття. Сучасні дослідження українських соціологів.</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Підготувати доповідь</p>	<p>Опитування, аналіз виконааного завдання.</p>	<p><i>Література:</i> основна (1, 2,3,4), додаткова (8,12,13,15)</p>	12
<p>Тема 2. Стереотипи у громадській думці і ЗМК. Теорія громадської думки У.Ліппмана. Стереотипи у громадській думці. Гендерні стереотипи. Вікові, професійні, соціальні стереотипи. Національні стереотипи (гетеростереотипи, автостереотипи) у ЗМІ та шляхи їх подолання. Упередження та фобії громадськості та їхнє функціонування у мас-</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття Підготувати доповідь</p>	<p>Опитування. Кейс-метод (аналіз журналістських ситуацій)</p>	<p><i>Література:</i> основна (1, 2,3,4), додаткова (8,12,13,15,23, 24)</p>	12

медіа.				
<p>Тема 3. Методологія дослідження громадської думки. Опитування (інтерв'ю, телефонне, поштове, роздаткове, он-лайн). Специфіка анкетування, типи запитань. Поради Дж. Геллапа до складання анкет. Метод спостереження: переваги і недоліки. Вивчення документів (контент-аналіз). Соціальний експеримент, його доцільність. Інші соціологічні процедури.</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу. Написання журналістського матеріалу Підготувати доповідь</p>	<p>Опитування, аналіз творчого завдання.</p>	<p><i>Література: основна (1, 2,3,4), додаткова (8,12,13,15, 23,24 , 25, 27-29)</i></p>	12
<p>Тема 4. Мала група в контексті соціальної психології МК Концепції і моделі розвитку малої групи. Розвиток малої групи. Керівництво і лідерство у малих групах. Проблема групової згуртованості і груповий конфлікт. Конфлікти між особистістю і групою.</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу. Підготувати доповідь</p>	<p>Опитування. Кейс-метод (аналіз журналістських ситуацій)</p>	<p><i>Література: основна (1, 2,3,4), додаткова (8,12,13,15, 23,24 , 25, 27-29)</i></p>	12
<p>Тема 5. Психологія великих соціальних груп і масових явищ Загальна характеристика великих соціальних груп. Класифікація великих соціальних груп. Методи дослідження великих соціальних груп. Психологія етнічних груп. Ментальність. Психологія масових явищ. Громадська думка. Суспільний настрій. Масовий настрій. Паніка.</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу Підготувати доповідь</p>	<p>Опитування. Кейс-метод (аналіз журналістських ситуацій)</p>	<p><i>Література: основна (1, 2,3,4), додаткова (8,12,13,15, 20,21 , 22, 27)</i></p>	12

8. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Тематика доповідей (на вибір)

1. Основні напрямки досліджень у сучасній соціальній психології МК.
2. Значення соціально-психологічних досліджень для галузі телекомунікацій
3. Натовп як соціально-психологічний феномен і форма масової поведінки людей.
4. Роль соціально-психологічної інженерії і соціально-психологічних технологій в інноваційному розвитку галузі телекомунікацій.
5. Агресія і альтруїзм у групових відносинах.
6. Нейролінгвістичне програмування в системі масових впливів.
7. Міжособистісні стосунки в групі. Соціальні впливи.
8. Соціально-психологічне знання та практика регулювання соціальних конфліктів.
9. Причини змін психічних процесів і стану свідомості людини у натовпі.
10. Специфіка поведінки людей у натовпі.
11. Моделі взаємодії особистостей у великих соціальних групах.
12. Особливості дослідження міжгрупової взаємодії та застосування соціально-психологічного знання в окремих галузях практики.

Разом індивідуальної роботи – 40 годин.

9. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Лекції із застосуванням аудіо-візуальних засобів, самостійна робота з періодикою, он-лайн платформами, перегляд телебачення, прослуховування радіо, ділові ігри, навчальні диспути та дискусії, моделювання життєвих ситуацій, соціологічне дослідження, аналіз тематики сучасних ЗМІ, інтерв'ю, самооцінка.

10. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Індивідуальне опитування, фронтальне опитування, тестова перевірка знань, поточні контрольні роботи, підсумковий контроль (екзамену).

11. ПИТАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ

1. Соціологія громадської думки як наука.
2. Поняття «громадська думка», її визначальні характеристики.
3. Етапи розвитку громадської думки.
4. Структура громадської думки.
5. Функції громадської думки.
6. У.Ліпшман та основні тези його роботи «Громадська думка».
7. Вплив мас-медіа на громадську думку.
8. Е.Ноель-Нойман та її праця «Громадська думка. Відкриття спіралі мовчання».
9. Технології маніпуляції громадською думкою.
10. Стереотипи у мас-медіа та громадській думці.
11. Класифікація стереотипів, упереджень та фобій.
12. Шляхи подолання стереотипів у ЗМК.
13. Мас-медіа та «суспільство споживачів».
14. Трансформація архетипних культурних образів у ЗМК.
15. Основні соціологічні методи вивчення громадської думки.
16. Метод спостереження.
17. Метод вивчення документів.
18. Опитування, його типологія.
19. Соціальний експеримент.
20. Інші соціологічні процедури дослідження громадської думки.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ ДО ІСПИТУ

Варіант 1

Пояснити, що таке громадська думка і стереотип за версією У.Ліппмана (“Громадська думка”). Навести приклади стереотипів, які функціонують у громадській думці. Навести приклади журналістських матеріалів, які популяризують стереотипи і розвінчують їх.

Варіант 2

Пояснити явище “спіралі мовчання” (Е.Ноель-Нойман) у громадській думці. Подати визначення “маніпулятивна технологія”. Навести приклади подібних технологій у мас-медіа, які застосовуються для маніпуляції громадською думкою.

12. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ

Поточне тестування та самостійна робота					Підсумковий тест (екзамен)	Сума
Змістовий модуль 1						
T1	T2	T3	T4	T5	40	100
12	12	12	12	12		

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни

11. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. Опорні конспекти лекцій.
2. Інтерактивний комплекс навчально-методичного забезпечення.
3. ТЗН.
4. Навчальні демонстрації.
5. Комп’ютерне забезпечення.

12. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова література:

1. Єнін М.Н. Соціологія масової комунікації. Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. за спец. «Соціологія», «Реклама та зв’язки з громадськістю». / М.Н. Єнін; держ. закл. «Луган. нац ун-т ім. Тараса Шевченка». – Луганськ: ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2012. – 167 с.
2. Іванов В.Ф. Соціологія масової комунікації. Навч. посіб. / В.Ф. Іванов: Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. Центр вільної преси. – К.: Центр вільної преси, 1999. – 210 с.
3. Лукашевич М., Шандор Ф. Соціологія масової комунікації / Лукашевич М., Шандор Ф. - К.: Знання. - 2015. - 367 с.
4. Історія соціологічної думки: навчальний енциклопедичний словник-довідник. Наук.ред., передмова В. Піча – Львів : Новий Світ - 2000, 2016.

Додаткова

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: Учебное пособие для студентов вузов. — М.: Аспект Пресс, 2005. — 176 с.
2. Бориснёв С.В. Социология коммуникации: Учебное пособие для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 270 с.
3. Бодрийяр, Жан. Символический обмен и смерть. / Пер. и вступ ст. С.Н.Зенкина. – М.: Добросвет, 2000. – 389 с.
4. Бодрийяр, Жан. Симулякры и симуляция / Пер. О.А. Печенкина. – Т., 2013. – 204 с.
5. Бодрийяр, Жан. Система вещей / Ж. Бодрийяр./ Пер. с фр. С.Зенкина. – М.: Рудомино, 1995. – 168 с.
6. Вебер М. Соціологія Загальноісторичні аналізи. Політика. Пер. з нім. / Макс Вебер.- К.: Основи, 1998. – 534 с.
7. Винтерхофф-Шпурк П. Медиapsихология. Основные принципы / Петер Винтерхофф-Шпурк. – Харьков: Гуманитарный центр, 2016. – 266 с.
8. Гендер для медій. Підручник із гендерної теорії для журналістики та інших соціогуманітарних спеціальностей / За ред. М.Маєрчик. – К.: Критика, 2014. – 217 с.
9. Гидденс А. Опосредование опыта // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — С. 169-173.
10. Дмитриев Е.И. Социология журналистики: Конспект лекций. — Мн.: БГУ, 15 2001. — 150 с.
11. Иванов В.Ф. Соціологія і журналістика: Тексти лекцій. — К.: Навч.-видавн. центр Ін-ту журналістики, 1994.
12. Конечкая В.П. Социология коммуникации: Учебник. — М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997.
13. Липпман У. Общественное мнение. - М., 2004.
14. Мерскин Д.Л. Сексуализация медиа. Как и почему мы это делаем / Д.Л. Мерскин. – Харьков: Гуманитарный центр, 2015. – 380 с.
15. Почепцов Г.Г. Информационные войны. — М.: «Реал-бук», 2000. 576 с.
16. Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика. — К.: Альтер-пресс, 2008. — 408 с.
17. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. — К.: ВПЦ «Київський університет», 1999. — 308 с.
18. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2001. — 656 с.
19. Почепцов Г.Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології ХХІ століття. –К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017.
20. Соціологія: Навчальний посібник / За ред. С.О.Макеєва. — 3-тє вид., стер. — К.: Т-во «Знання», КОО, 2005. — 455 с.
21. Соловьев В.Р. Манипуляции: Атакуй и защищайся / Владимир Соловьев. – М.: Эксмо, 2011. – 352 с.
22. Терин В.П. Массовая коммуникация: исследование опыта Запада: 2-е изд., перер. и доп. — М., 2000. — 224 с.
23. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов. — СПб.: Питер, 2003. — 400 с.
24. Фиск Дж. Постмодернизм и телевидение // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — С.174-179.
25. Фрейд З. О сновидениях. Тотем и табу. Очерки по теории сексуальности. О сновидениях. / З. Фрейд; Пер. с нем. – Харьков; Фолио, 2006. – 414 с.
26. Фромм Эрих. Бегство от свободы / Э. Фромм; Пер. с англ. Г.Ф. Швейника. – 2-е изд. – М.: Изд. группа «Прогресс»: Универс, 1995. – 251 с.
27. Фуко Мишель. Історія сексуальності / Фуко Мишель. – Харків: Око. – Т 3: Плекання себе. – 2000. – 264 с.
28. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации: Учебник для вузов. — М.: ИД «Социальные отношения», Изд-во «Перспектива», 2003. — 248 с.
29. Шеремет А.Н. Интернет как средство массовой коммуникации: социологический анализ: Дисс. ... канд. соц. наук. — Екатеринбург, 2003. — 142 с.
30. Шульц В. Процес комунікації // Публіцистика. Масова комунікація. — К.: АУП, ЦВП, 2007. — С. 619-646.
31. Щербина В.Н. Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа (опыт рефлексии становления «киберкоммуникативного континуума) / Бердянский государственный педагогический институт. — Бердянск, 2001. — 252 с.
32. Юнг К.Г. Архетип и символ/ К.Г. Юнг. – М., 1991. – 304 с.
33. Ярош О. ЗМІ як дзеркало громадської думки. Проблеми коректної презентації результатів соціологічних опитувань // Контекст. - № 12. - С. 17-23.