**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ**

**ІНСТИТУТ СОЦІОЛОГІЇ**

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою Інституту соціології

НАН України

«27» червня 2017 р. Протокол № 5

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

 **«СУЧАСНІ МЕДІА ДОСЛІДЖЕННЯ: ТЕОРІЇ, МЕТОДИ, ПЕРСПЕКТИВИ»**

|  |
| --- |
| Організаційно-методична характеристика навчальної дисципліни |
| Академічна характеристика | Структура |
| Рік навчання: 1Кількість годин на тиждень: 2/4Статус курсу: вільний вибірКількість ECTS кредитів: 2 | Кількість годин:Загальна: 60Навчальних: 16Лекції: 8Семінари :8Самостійна робота: 44Вид підсумкового контролю: залік |

**Київ – 2017**

**Розробник:**

**Наумова М. Ю.,** кандидат соціологічних наук, доцент, старший науковий співробітник відділу соціології культури та масової комунікації

РЕКОМЕНДОВАНО:

Випусковим відділом

Протокол № 5 від «19» травня 2017 р.

Завідувач відділом (Злобіна О.Г.)

Дисципліна **«Сучасні медіа дослідження: теорії, методи, перспективи»** належить до переліку дисциплін вільного вибору аспіранта.

У центрі уваги курсу соціокультурні аспекти комунікації, що втілює і транслює за допомогою механізмів знакової регуляції інтегрований індивідуальний і колективний досвід та медійні системи за допомогою яких вона здійснюється. Дана дисципліна передбачає знайомство з традиційними та сучасними теоретичними підходами до вивчення медіа, а також з основними емпіричними практиками їх дослідження. Дисципліна також передбачає набуття навичок планування й реалізації емпіричних досліджень в межах цієї галузі соціологічного знання.

**Мета** навчальної дисципліни *«Сучасні медіа дослідження: теорії, методи, перспективи»:* сформувати у аспіранта сучасне соціологічне бачення ролі медіасистем у процесах символічної діяльності з обміну інформацією в суспільстві, а також сформувати навички самостійного планування та реалізації емпіричних соціологічних досліджень у цій галузі.

**Кількість кредитів ЄКТС** **– 2.**

**Мова викладання**: українська.

**Попередні вимоги:**

Аспірант повинен знати: основи соціології, базові соціологічні теорії, які пояснюють соціальний розвиток, соціальні взаємодії, відносини і процеси, розуміти специфіку якісних і кількісних методів соціологічних досліджень та основні техніки які в них застосовуються.

В результаті прослуховування лекційної частини курсу *«Сучасні медіа дослідження: теорії, методи, перспективи»* аспірант має **знати**: найбільш значущі класичні та сучасні концептуальні підходи в дослідженні медіа, їх еволюції та впливів; розуміти чинники еволюції медійних систем суспільства;

На семінарських заняттях в межах курсу *«Сучасні медіа дослідження: теорії, методи, перспективи»* передбачено надати аспірантам можливість опрацювати и представити власні тематичні рефлексії щодо сучасного медіапростору – його динаміки, чинників трансформації, впливу на суспільні процеси, а також здійснити оцінювання презентацій колег.

А**спіранти мають засвоїти:** форми та методи роботи з першоджерелами, можливості порівняльного аналізу концептуалізацій інформаційно-комунікаційних процесів у суспільстві, зв'язки теоретичного та практичного вимірів аналізу медіа в українському суспільстві.

 А**спіранти мають набути навичок** аналізу функціонування звичайних і електронних медіа; вміти критично аналізувати дослідження в даній області, оцінювати коректність їх методики, обґрунтованість висновків, правильність застосування теорій; вміти вільно орієнтуватися в проблемах формування і функціонування сучасного інформаційного простору; застосовувати на практиці методи якісного, кількісного, комбінованого аналізу соціологічних даних; критично та аргументовано аналізувати публікації щодо соціологічних досліджень медіа-процесів; вести наукову дискусію, давати експертні оцінки публікаціям з цієї проблематики; робити наукові доповіді та писати статті з цієї проблематики.

1. **РОЗПОДІЛ НАВЧАЛЬНОГО ЧАСУ ЗА ТЕМАМИ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Назва теми або виду підсумкової самостійної роботи** | **Кількість годин**  |
| Разом  | Лекційних | Семінарських | Практичних | самостійна робота |
| 1. 11
 | **Лекція**: Еволюція медіасистем суспільства/ соціальна історія медіа**Семінар:** Масова комунікація: соціальна природа, засоби, функції. | 4 | 2 | 2 |  | 8 |
|  | **Лекція**: Історія медіа-досліджень: соціологічне вивчення ланок комунікативного процесу | 2 | 2 |  |  | 8 |
|  | **Лекція**: Історія медіа-досліджень: між медійним фундаменталізмом та медійною маргінальністюСемінар: Цифрові медіа: експансія соціальних платформ | 4 | 2 | 2 |  | 8 |
|  | **Лекція:** Культурні порядки нових медіа | 2 | 2 |  |  | 8 |
|  | **Семінар:** Кількісна традиція аналізу комунікаційних процесів | 2 |  | 2 |  | 6 |
|  | **Семінар:** Якісні дослідження в соціології медіа | 2 |  | 2 |  | 6 |

1. ЗМІСТ ЛЕКЦІЙ, ПРАКТИЧНИХ, СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Теми по програмі навчальної дисципліни | План лекції  | Кількість годин  | Теми семінарських занять  | Кількість годин |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Еволюція медіасистем суспільства: соціальна історія медіа |  Соціальна природа та історична обумовленість масової комунікації, соціальна еволюція та еволюція медіасистем. Нові медіа та традиційні ЗМІ: моделі співіснування | 4 | ***Семінар:*** Масова комунікація: соціальна природа, засоби, функції.Масова культура та масова комунікація. | 2 |
| **2. Класичні та сучасні соціологічні підходи до вивчення засобів масової комунікації** | Етапи розвитку соціологічного вивчення медіа. Дослідження ланок комунікативного процесу: комунікатор, повідомлення, аудиторія та ефекти мас медіа. Структурні моделі комунікації. Формула Лассуела. Циркулярна модель комунікативного процесу Осгуда-Шрамма.  | 2 | ***Семінар:*** Цифрові медіа: експансія соціальних платформ.Як сучасні інформаційні технологію впливають на соціальні процеси – від інституціональної взаємодії до повсякдених комунікацій. | 2 |
| Сучасні підходи до дослідження медіа: від постмодерністської традиції (Бодрійяр, Леш, МакЛюєн) до медіа-фундаменталізму (Флюссер, Киттлер, Кампер).  | 2 |  |  |
| Культурні порядки нових медіа. Соціальні мережі як об’єкт соціологічного дослідження. Вплив цифрових медіа на соціокультурну динаміку | 2 |  |  |
|  **3. Емпіричні практики, що застововуються в дослідженнях суспільних комунікацій** |  | 4 | *Семінар:* Сучасні вітчизняні та зарубіжні кількісні дослідження медіа. Медіаспоживання і преференції аудиторії, контент-аналіз повідомлень, чутливість до спотвореного контенту (медіаграмотність) | 2 |
|  |  |  | ***Семінар:*** Якісні дослідження в соціології медіа. Досвід національних і міжнародних моніторингів медіа процесів і практик. Значущість соціологічного моніторингу інформаційно-комунікаційних процесі для розробки культурних політик в Україні | 2 |

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАЛІКУ:

**Тема 1: Еволюція медіасистем суспільства/ соціальна історія медіа**

1. Чинники еволюції медійних систем суспільства.
2. Концепція еволюції комунікативних технологій Г. Маклюена.
3. Історія розвитку соціальних комунікацій та еволюція засобів комунікації.
4. Вплив виникнення друкарства на політичний і економічний розвиток Европи.
5. Соціальна природа та історична обумовленість масової комунікації. Сутність масової комунікації.
6. Роль медіа у виникнення публічної сфери (Ю. Габермас)
7. Еволюція оптичних медіа: фотографія, кіно, телебачення.
8. Масова комунікація і масова культура
9. Поняття нових медій.
10. Глобальні мережеві медіа. Капіталізм платформ.

**Тема 2: Класичні та сучасні соціологічні підходи до вивчення засобів масової комунікації**

1. Класифікація медіа- теорій за Мак-Квейлом.
2. Структурні моделі комунікації. Формула Лассуела.
3. Циркулярна модель комунікативного процесу Осгуда-Шрамма.
4. Шарлотський проект і проблема довіри до ЗМІ.
5. Періодизація і типологія досліджень ефектів масової комунікації.
6. Парадигма «тотальної дії» мас-медіа як перший етап дослідження їх ефективності.
7. Дослідження масової комунікації в 40-70 рр. XX ст.: парадигма «обмежених ефектів».
8. Концепція «селективної експозиції» (К. Ховленд).
9. Двоступенева модель комунікації (П. Лазарсфельд, Е. Кац).
10. Сучасні підходи до дослідження ефектів масової комунікації.
11. Встановлення пунктів «порядку денного» (М. Маккомбс та Д. Шоу).
12. Концепція «спіралі мовчання» Е. Ноель-Нойман.
13. Підхід «корисності і задоволення потреб» (Дж. Бламлер, Е. Кац).
14. Теорії інформаційного дефіциту.
15. Модель «залежності» (З. Болл-Рокич, М. Де Флюер).
16. Вплив медіанасильства

**Тема 3: Емпіричні практики, що застововуються в дослідженнях суспільних комунікацій**

1. Методи соціологічного дослідження засобів масової комунікації: опитувальні техніки (анкетування, інтерв'ю), контент-аналіз, критичний аналіз дискурсу.
2. Місце досліджень комунікатора в соціології засобів масової інформації.
3. Характеристики комунікатора як чинник ефективності впливу на аудиторію. Престиж і довіра до комунікатора.
4. Різні техніки аналізу текстів/документів як засіб аналізу змісту повідомлень мас-медіа.
5. Якісні та кількісні методи вивчення документів: порівняльний аналіз.
6. Передумови виникнення формалізованих методів аналізу текстів.
7. Критерії доцільності вибору контент-аналізу для вивчення повідомлень масової комунікації.
8. Етапи реалізації дослідження повідомлень ЗМІ за допомогою контент-аналізу.
9. Структура і динаміка значущого змісту медіа як предмет контент-аналізу.
10. Визначення об'єкта в контент-аналізі текстів.
11. Специфіка формування вибірки повідомлень в контен-аналізі.
12. Визначення категорій аналізу.
13. Вимоги до категоріальної моделі контент-аналізу.
14. Одиниці рахунку і одиниці аналізу.
15. Процедурна частина проекту: організація, контроль надійності, підготовка даних до аналізу.
16. Проблема надійності результатів контент-аналізу.
17. Аналіз отриманих даних та інтерпретація результатів в контен-аналізі.
18. Поняття аудиторії СМК. Реальна і потенційна аудиторії.
19. Опитні техніки в дослідженнях аудиторії ЗМІ.
20. Традиційні задачі емпіричних соціологічних досліджень аудиторії.
21. Специфіка вивчення аудиторії преси.
22. Специфіка вивчення аудиторії радіо.
23. Специфіка вивчення аудиторії телебачення.
24. Якісні і кількісні методи вивчення аудиторії засобів масової інформації.
25. Проблема вибору дослідницької стратегії: якісне-кількісне.
26. Якісні методі дослідження аудиторії ЗМІ.
27. Електронні методи вивчення телевізійної аудиторії: переваги і недоліки.
28. Етапи планування і реалізації дослідницького проекту по вивченню аудиторії ЗМІ.
29. Вимоги до вибірки кількісного дослідження аудиторії ЗМІ.
30. Адекватність різних типів вибірок при вивченні аудиторії засобів масової інформації.
31. Аналіз отриманих даних і інтерпретація результатів в емпіричних соціологічних досліджень аудиторії.

Список літератури

1. «Європейського соціального дослідження» 2005–2007–2009–2011. К.: Ін-т соціології НАН України, 2012. 119 с.
2. **Культура – суспільство – особистість. Курс лекцій. К.: Ін-т соціології НАН України, 2006. С. 153–178.**
3. Медіа. Демократія. Культура / за ред. Н. Костенко, А. Ручки. К.: Ін-т соціології НАН України, 2008. 356 с.
4. Мінливості культури: соціологічні проекції / за ред Н. Костенко. К.: Ін-т соціології НАН України, 2015. 440 с.
5. **Соціокультурні ідентичності та практики / за ред. А. Ручки. К.: Ін-т соціології НАН України, 2002.**
6. Соціологічна теорія: традиції та сучасність: навч. посібник / за ред. А. Ручки. К.: Ін-т соціології НАН України, 2007. 363 с.
7. Соціологія: навч. посібник / за ред. С. О. Макеєва. К. : Т-во «Знання», КОО, 2008. 566 с.
8. Смислова морфологія соціуму / за ред. Н. Костенко. К.: Ін-т соціології НАН України, 2012.
9. Якісні дослідження в соціологічних практиках: Навч. посіб. К.: Ін-т соціології НАН України, 2009.
10. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. – Львів, 2010 – 538 с.
11. Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості. - Львів: Літопис, 2000. - 321с.
12. Наумова М. Українці в соціальних медіа: популярні платформи та активності // Українське суспільство: моніторинг соціальних змін: зб. Наукових праць. Вип. 4(18) Київ: ІС НАН України, 2017. С. 400.
13. Наумова М. Культурні порядки сучасних медіа // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки: зб. наук. праць Київського національного університету ім. Тараса Шевченка// -- Київ, т. 15., 2012. С. 13-23.