

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Факультет истории, социологии и международных отношений



УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,  
качеству образования – первый  
проректор

Хагуров Т.А.

подпись

«29» мая 2020 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) Б1.О.09.02 СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

Направление подготовки/специальность 42.03.01 Реклама и связи с  
общественностью

Направленность (профиль) / специализация «Реклама и связи с  
общественностью в СМИ»

Форма обучения заочная

Квалификация бакалавр

Краснодар 2020

Рабочая программа дисциплины «Социология массовых коммуникаций» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программу составил:

С.Н. Шаповалов доц. кафедры истории России к.и.н., доц.

Рабочая программа дисциплины «Социология массовых коммуникаций» утверждена на заседании кафедры истории России протокол № 10 от 12.05.2020 г.

Заведующий кафедрой (разработчик) Касьянов В.В.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры (выпускающей) рекламы и связей с общественностью протокол № 11 от 27.05.2020 г.

Заведующий кафедрой (выпускающей) Патюкова Р.В.

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики

протокол № 12-20 от 28.05.2020 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.

Рецензенты:

Хлабыстова Н.В. к.социол.н., доц., кафедры социологии, правоведения и работы с персоналом «Кубанский государственный технологический университет»

Гневушева И.В. магистр социологии, менеджер по туризму ООО АРТ

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

### 1.1 Цель освоения дисциплины

1. Овладеть теоретическими и практическими социологическими знаниями для расширения образовательного багажа, необходимого в последующей профессиональной деятельности.

### 1.2 Задачи дисциплины

1. Изучение основных теоретических концепций и подходов, сформировавшихся в социологической мысли.

2. Ознакомление с методологией и методикой современной эмпирической социологии.

3. Формирование у студентов навыков изучения аудитории различных медиа.

### 1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений "Дисциплины (модули)" учебного плана.

### 1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных компетенций

№ п.п.	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции		
		знает	умеет	владеет
1.	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	достижения отечественной и мировой культуры	создавать медиатексты с использованием многообразия достижений отечественной и мировой культуры	навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов
2.	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности аудитории в профессиональной деятельности	запросы и потребности аудитории	анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории	навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории
3.	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	принципы социальной ответственности; возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности	учитывать и прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности	навыками применения принципов социальной ответственности при создании медиапродуктов

## 2. Структура и содержание дисциплины

### 2.1 Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. ед. (144 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице  
(для студентов ЗФО)

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		4			
<b>Контактная работа, в том числе:</b>	<b>20,3</b>	<b>20,3</b>			
<b>Аудиторные занятия (всего):</b>					
Занятия лекционного типа	8	8			
Лабораторные занятия					
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	12	12			
<b>Иная контактная работа:</b>					
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3	0,3			
<b>Самостоятельная работа, в том числе:</b>	<b>115</b>	<b>115</b>			
<i>Курсовая работа</i>					
<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>	83	83			
<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i>	8	8			
<i>Реферат</i>					
Подготовка к текущему контролю	24	24			
<b>Контроль:</b>					
Подготовка к экзамену	8,7	8,7			
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>час.</b>	<b>144</b>	<b>144</b>		
	<b>в том числе контактная работа</b>	<b>20,3</b>	<b>20,3</b>		
	<b>зач. ед</b>	<b>4</b>	<b>4</b>		

### 2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.  
Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре (заочная форма)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Социология массовых коммуникаций как научная дисциплина	12	2			10
2.	Теоретическая основа социологии массовых коммуникаций	49	6	4		39
3.	Методология и методика изучения массовых коммуникаций	16		2		14
4.	Аудитория СМИ и СМК	16		2		14
5.	Исследование коммуникатора	16		2		14
6.	Изучение текста в социологии массовых коммуникаций	16		2		14
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	135	8	12		115
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	8,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

## 2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

### 2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Социология массовых коммуникаций как научная дисциплина	Социология массовой коммуникации как специальная социологическая теория, ее место в структуре социологического знания. Объект и предмет изучения социологии массовой коммуникации, ее функции. Структура социологии массовой коммуникации.	О
2.	Теоретическая основа социологии массовых коммуникаций	Предпосылки возникновения социологии массовых коммуникаций. Эмпирическое изучение медиа в США. Складывание социологических научных школ. Первые социологические работы по теории коммуникации. П. Лазарсфельд, Г. Лассуэл, Р. Мертон, Б. Берельсон, Х. Годе, Г. Иннис, Г. Маклюэн.	О
3.	Методология и методика социологических исследований	Понятие социологического исследования. Программа социологического исследования. Выборка в социологии и ее разновидности. Этапы проведения социологического исследования. Качественные и количественные методы исследования.	О

4.	Аудитория СМИ и СМК	Понятие аудитории в СМИ и СМК. Методики изучения аудитории различных медиа. Европейский и американский опыты изучения аудитории. Границы аудитории. Факторы, определяющие ее размер и характеристики.	О
5.	Исследование коммуникатора	Понятие коммуникатора. Цели и задачи изучения коммуникатора. Шарлоттский проект. Модели исследования коммуникаторы.	О
6.	Изучение текста в социологии массовых коммуникаций	Понятие текста в социологии массовых коммуникаций. Методы изучения текста. Дискурсивный анализ. Контент-анализ и особенности его использования.	О

### 2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Социология массовых коммуникаций как научная дисциплина	1. Понятие массовой коммуникации. 2. Специфика массовой коммуникации. 3. Массовая коммуникация как социальный институт. 4. Социальные функции СМК. 5. Объект и предмет социологии массовых коммуникаций. 6. Структура социологии массовых коммуникаций.	
2.	Теоретическая основа социологии массовых коммуникаций	1. Социология прессы М. Вебера. 2. Линейная модель коммуникации Г. Лассуэла. 3. Теория стереотипов У. Липпмана. 4. Исследование Дэвида Морли «Nationwide». 5. «Медиа-группа» университета Глазго. Исследования Д. Элдриджа и П. Уолтона. 6. Торонтская школа коммуникации. Основные идеи и представители. 7. Г. Иннис «временные» и «пространственные» средства массовой коммуникации. 8. Франкфуртской школы неомарксизма. Т. Адорно и М. Хоркхаймер. 9. Теория «минимального эффекта» воздействия массовой коммуникации. 10. П. Лазарсфельд, Б. Берельсон, Г. Годе. «Лидеры мнения». 11. С. Сиберт, Т. Питерсон, У. Шрамм теории прессы. 12. Г. Маклюэн горячие и холодные средства коммуникации. 13. Анненбергская школа медиа-исследований. Теория культивирования Д. Гербнера. 14. Бирмингемская школа коммуникации. Теория кодирования/декодирования С. Холла. 15. Амстердамская школа коммуникационных	ДП; НД

		<p>исследований. Дэннис Маккуэйл.</p> <p>16. Изучение СМИ и аудитории в СССР в 1920-1930-е гг.</p> <p>17. Деятельность Института изучения общественного мнения в СССР. Б. Грушин.</p> <p>18. Исследование СМИ в СССР. «Таганрогский проект».</p> <p>19. Изучение аудитории теле-радио аудитории в СССР в 1970-1980-е гг.</p> <p>20. Опыт развития социологии массовых коммуникаций в России в 1990-2000-х гг.</p>	
3.	Методология и методика социологических исследований	<p>1. Понятие социологического исследования.</p> <p>2. Виды социологических исследований.</p> <p>3. Понятие выборки и ее разновидности. Методы формирования выборки.</p> <p>4. Понятие медиа-исследования, его направления и виды.</p> <p>5. Методы медиа-исследований в социологии массовой коммуникации.</p>	ДП; НД
4.	Аудитория СМИ и СМК	<p>1. Понятие аудитории в массовой коммуникации. Типологии аудитории.</p> <p>2. Методы изучения аудитории: общая характеристика.</p> <p>3. Понятие измерения в социологии.</p> <p>4. Измерение аудитории прессы. Наиболее распространенные измерительные техники.</p> <p>5. Способы измерения аудитории телевидения. Особенности пиплметрии.</p> <p>6. Способы измерения аудитории радио.</p> <p>7. Изучение интернет-аудитории.</p> <p>8. качественные методики изучения аудитории.</p>	ДП; НД
5.	Исследование коммуникатора	<p>1. Требования к личности коммуникатора.</p> <p>2. Понятие персонифицированного и безличного коммуникатора. Методы исследования.</p> <p>3. Исследование звеньев коммуникации.</p> <p>4. Качественные и количественные виды анализа массовой информации.</p> <p>5. Российский медиа-рынок. Основные тенденции развития.</p>	ДП; НД
6.	Изучение текста в социологии массовых коммуникаций	<p>1. Метод контент-анализа текста.</p> <p>2. Применение дискурс-анализа при анализе продуктов массовой коммуникации.</p> <p>3. Методика проведения нарративного анализа текста.</p> <p>4. Метод критической лингвистики в социологии массовой коммуникации.</p> <p>5. Использование метода когнитивного анализа при изучении текста.</p> <p>6. Метод лингвокультурологического анализа.</p> <p>7. Метод когнитивного анализа текста.</p> <p>8. Методика выявления личностных диспозиций (М. Рокич).</p>	ДП; НД

### 2.3.3 Лабораторные занятия

Не предусмотрены рабочим учебным планом

№	Наименование лабораторных работ	Форма текущего контроля
1	3	4
1.		
2.		
3.		Отчет по лабораторной работе

Доклад-презентация (ДП), Защита лабораторной работы (ЛР), выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), НД (научная дискуссия), опрос (О), расчетно-графического задания (РГЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), тестирование (Т) и т.д.

### 2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Не предусмотрены рабочим учебным планом

## 2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Проработка учебного (теоретического) материала	1. Рабочая программа дисциплины. 2. Конспект лекции по дисциплине. 3. Основная и дополнительная литература, периодические издания. 4. Методические рекомендации по организации и проведению текущего и промежуточного контроля. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т., 2012. – 24 с. Сайт <a href="https://kubsu.ru/sites/default/files/faculty">https://kubsu.ru/sites/default/files/faculty</a>
2	Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	1. Рабочая программа дисциплины. 2. Основная и дополнительная литература, периодические издания. 3. Методические указания по написанию рефератов и других видов самостоятельной работы: «Структура и оформление бакалаврской, дипломной, курсовой работ и магистерской диссертации»: учеб.-метод. указания / сост. М.Б. Астапов, О.А. Бондаренко. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т., 2016. – 49 с. Сайт <a href="https://kubsu.ru/sites/default/files/insert/page/uchebno-metodicheskie_ukazaniya.pdf">https://kubsu.ru/sites/default/files/insert/page/uchebno-metodicheskie_ukazaniya.pdf</a>
3	Подготовка к текущему контролю	1. Рабочая программа дисциплины. 2. Конспект лекции. 3. Методические рекомендации по организации и проведению текущего и промежуточного контроля. –



Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

### 3. Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» используются различные активные и интерактивные формы проведения занятий, в том числе лекция-визуализация, проблемная лекция, лекция-беседа, лекция-дискуссия, семинар-дискуссия, семинар-презентация, коллоквиумы на практических занятиях и пр.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

### 4. Оценочные и методические материалы

#### 4.1 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Социология массовых коммуникаций».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме тестовых заданий, доклада-презентации по проблемным вопросам, научной дискуссии и промежуточной аттестации в форме вопросов к экзамену.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление

информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

### Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	Социология массовых коммуникаций как научная дисциплина	ОПК-3; ОПК-4; ОПК-7 (знает; умеет; владеет)	Опрос, научная дискуссия, доклад	Вопрос на экзамене 1-6
2	Теоретическая основа социологии массовых коммуникаций	ОПК-3; ОПК-4; ОПК-7 (знает; умеет; владеет)	Опрос, научная дискуссия, доклад	Вопрос на зачете 7-26
3	Методология и методика социологических исследований	ОПК-3; ОПК-4; ОПК-7 (знает; умеет; владеет)	Опрос, научная дискуссия, доклад	Вопрос на зачете 27-31
4	Аудитория СМИ и СМК	ОПК-3; ОПК-4; ОПК-7 (знает; умеет; владеет)	Опрос, научная дискуссия, доклад	Вопрос на зачете 32-39
5	Исследование коммуникатора	ОПК-3; ОПК-4; ОПК-7 (знает; умеет; владеет)	Опрос, научная дискуссия, доклад	Вопрос на зачете 40-44
6	Изучение текста в социологии массовых коммуникаций	ОПК-3; ОПК-4; ОПК-7 (знает; умеет; владеет)	Опрос, научная дискуссия, доклад	Вопрос на зачете 45-52

### Показатели, критерии и шкала оценки сформированных компетенций

Код и наименование компетенций	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания		
	пороговый	базовый	продвинутый
	Оценка		
	Удовлетворительно /зачтено	Хорошо/зачтено	Отлично /зачтено
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и	<i>Знает</i> – достижения отечественной культуры	<i>Знает</i> - достижения мировой культуры	<i>Знает</i> - достижения отечественной и мировой культуры
	<i>Умеет</i> – создавать медиатексты с использованием многообразия достижений	<i>Умеет</i> - создавать медиатексты с использованием многообразия достижений мировой культуры	<i>Умеет</i> - создавать медиатексты с использованием многообразия достижений отечественной и мировой культуры

(или) коммуникационных продуктов	отечественной культуры		
	Владеет - навыками использования многообразия достижений отечественной культуры в процессе создания медиатекстов	Владеет - навыками использования многообразия достижений мировой культуры в процессе создания медиатекстов	Владеет - навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности аудитории в профессиональной деятельности	<i>Знает</i> – запросы и потребности аудитории	<i>Знает</i> - запросы и потребности аудитории	<i>Знает</i> - запросы и потребности аудитории
	<i>Умеет</i> – анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории	<i>Умеет</i> - анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории	<i>Умеет</i> - анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории
	Владеет - навыками работы с медиатекстам, отвечающими запросам и потребностям аудитории	Владеет - навыками работы с медиатекстам, отвечающими запросам и потребностям аудитории	Владеет - навыками работы с медиатекстам, отвечающими запросам и потребностям аудитории
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<i>Знает</i> – принципы социальной ответственности; возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности	<i>Знает</i> - принципы социальной ответственности; возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности	<i>Знает</i> - принципы социальной ответственности; возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности
	<i>Умеет</i> – учитывать и прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности	<i>Умеет</i> - учитывать и прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности	<i>Умеет</i> - учитывать и прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности
	Владеет - навыками применения принципов социальной ответственности при создании медиапродуктов	Владеет - навыками применения принципов социальной ответственности при создании медиапродуктов	Владеет - навыками применения принципов социальной ответственности при создании медиапродуктов

**Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**Темы докладов, сообщений, эссе по дисциплине (ОПК-3; ОПК-4; ОПК-7)**

1. Теория постиндустриального общества Д. Белла.
2. Марксистская традиция анализа массовой коммуникации: К. Маркс, А. Грамши, Г. Альтюссер.
3. Франкфуртская школа о массовой коммуникации.
4. Вклад отечественных исследователей в развитие теории и практики социологии массовой коммуникации.
5. Особенности анализа печати.

6. Особенности анализа радио и телевидения.
7. Интернет как специфический канал массовых коммуникаций.
8. Функции и функционирование массовых коммуникаций.
9. Организация лоббистских кампаний через СМК.
10. Массовые коммуникации и социальное управление.
11. Модели и методы массовых коммуникаций как формы социального управления.
12. Средства массовой коммуникации как инструмент международной политики.
13. Взаимовлияние современного бизнеса и средств массовой коммуникации.
14. Бизнес-модели новейших медиа.
15. Средства массовой коммуникации: бизнес: соображения и социальные приоритеты.
16. Средства массовой коммуникации как индустрия.
17. Коммерческая, политическая и социальная реклама в СМИ.
18. Политическая коммуникация и современность.
19. Политическая коммуникация в современном информационном обществе.
20. Роль коммуникационно-информационных технологий в современной политике.
21. Понятие манипуляции и современные тенденции манипулятивного воздействия.
22. Методы информационного воздействия на аудиторию.
23. Факторы эффективности воздействия массовых коммуникаций.
24. ПР как способ воздействия и формирования общественного мнения.
25. СМИ как средство манипуляции.
26. Значение средств массовой коммуникации в процессе общественного манипулирования.
27. Манипуляция в информационном обществе.
28. Манипулятивные воздействия масс-медиа.
29. Реклама как средство массовой коммуникации.
30. Особенности рекламного текста как средства коммуникации.
31. Интеграция рекламной коммуникации в общество.
32. Социальная реклама в средствах массовой информации.
33. Требования к проведению социолингвистического анкетирования.
34. Контент-анализ как метод изучения СМИ.
35. Фокус-группы и глубинные интервью в рекламной деятельности.
36. Медиометрия и социометрия в исследованиях массовых коммуникаций.
37. Коммуникатор и социологические способы его изучения.
38. Лингвистический статус языка интернет-коммуникации.
39. Персонализация информации как один из параметров эффективности телевидения.
40. Коммуникатор и проблемы его изучения.
41. Критический подход в дискурс-анализе: теоретическая база и аналитические приемы.
42. Разграничение и связь подходов в дискурс-анализе.
43. Прагматико-когнитивный подход в дискурс-анализе: теоретическая база и аналитические приемы.
44. Особенности реализации дискурс-анализа в рамках социологического исследования.
45. Технология проведения медиа измерений.
46. Методы исследования аудитории телевидения, радио и периодической печати.
47. Характеристика основных техник измерения интернет-аудитории.
48. Характеристика основных показателей и средств интернет-статистики.
49. Методы социологических исследований аудитории и их возможности.
50. Социологические исследования аудитории печати, радио и телевидения в России.
51. Социологические исследования аудитории массовых культурных мероприятий.

52. Исследования аудитории и медиапотребления в цифровой среде: методологические и практические проблемы.
53. Массовые коммуникации в формировании общественного мнения.
54. Влияние СМИ на общественное мнение.
55. Массовое сознание и общественное мнение в деятельности современной массовой коммуникации.
56. Средства массовой информации как инструмент воздействия гуманитарных технологий на общественное сознание.
57. Массовая информация: социологическое измерение коммуникативных эффектов
58. Эффективность коммуникации: критерии оценивания.
59. Проблема эффектов и эффективности, цели коммуникатора и цели аудитории
60. Оценка эффективности PR-деятельности: критерии и методы.
61. Массовая коммуникация и ее исследования.
62. Социология массовой коммуникации: моделирование как новый вектор развития.
63. Особенности рейтинговых измерений в социологии.
64. Методология составления глобальных рейтингов.

**Темы для проведения научных дискуссий (ОПК-3; ОПК-4; ОПК-7)**

1. Достоинства качественных методов исследования (по выбору).
2. Современные электронные методы исследования (по выбору).
3. Новые тенденции в теоретической и эмпирической социологии (по выбору).
4. Актуальные вопросы социологических исследований (по выбору).
5. Творчество ведущих отечественных и зарубежных исследователей (по выбору).

**Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (экзамен)**

**Вопросы для подготовки к экзамену по дисциплине «Социология массовых коммуникаций»**

1. Понятие массовой коммуникации.
2. Специфика массовой коммуникации.
3. Массовая коммуникация как социальный институт.
4. Социальные функции СМК.
5. Объект и предмет социологии массовых коммуникаций.
6. Структура социологии массовых коммуникаций.
7. Социология прессы М. Вебера.
8. Линейная модель коммуникации Г. Лассуэла.
9. Теория стереотипов У. Липпмана.
10. Исследование Дэвида Морли «Nationwide».
11. «Медиа-группа» университета Глазго. Исследования Д. Элдриджа и П. Уолтона.
12. Торонтская школа коммуникации. Основные идеи и представители.
13. Г. Иннис «временные» и «пространственные» средства массовой коммуникации.
14. Франкфуртской школы неомарксизма. Т. Адорно и М. Хоркхаймер.
15. Теория «минимального эффекта» воздействия массовой коммуникации.
16. П. Лазарсфельд, Б. Берельсон, Г. Годе. «Лидеры мнения».
17. С. Сиберт, Т. Питерсон, У. Шрамм теории прессы.
18. Г. Маклюэн горячие и холодные средства коммуникации.

19. Анненбергская школа медиа-исследований. Теория культивирования Д. Гербнера.
20. Бирмингемская школа коммуникации. Теория кодирования/декодирования С. Холла.
21. Амстердамская школа коммуникационных исследований. Дэннис Маккуэйл.
22. Изучение СМИ и аудитории в СССР в 1920-1930-е гг.
23. Деятельность Института изучения общественного мнения в СССР. Б. Грушин.
24. Исследование СМИ в СССР. «Таганрогский проект».
25. Изучение аудитории теле-радио аудитории в СССР в 1970-1980-е гг.
26. Опыт развития социологии массовых коммуникаций в России в 1990-2000-х гг.
27. Понятие социологического исследования.
28. Виды социологических исследований.
29. Понятие выборки и ее разновидности. Методы формирования выборки.
30. Понятие медиа-исследования, его направления и виды.
31. Методы медиа-исследований в социологии массовой коммуникации.
32. Понятие аудитории в массовой коммуникации. Типологии аудитории.
33. Методы изучения аудитории: общая характеристика.
34. Понятие измерения в социологии.
35. Измерение аудитории прессы. Наиболее распространенные измерительные техники.
36. Способы измерения аудитории телевидения. Особенности пиплметрии.
37. Способы измерения аудитории радио.
38. Изучение интернет-аудитории.
39. качественные методики изучения аудитории.
40. Требования к личности коммуникатора.
41. Понятие персонифицированного и безличного коммуникатора. Методы исследования.
42. Исследование звеньев коммуникации.
43. Качественные и количественные виды анализа массовой информации.
44. Российский медиа-рынок. Основные тенденции развития.
45. Метод контент-анализа текста.
46. Применение дискурс-анализа при анализе продуктов массовой коммуникации.
47. Методика проведения нарративного анализа текста.
48. Метод критической лингвистики в социологии массовой коммуникации.
49. Использование метода когнитивного анализа при изучении текста.
50. Метод лингвокультурологического анализа.
51. Метод когнитивного анализа текста.
52. Методика выявления личностных диспозиций (М. Рокич).

*Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством (ОПК-3; ОПК-4; ОПК-7)*

**4.2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

**Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на экзамене:**

**Форма проведения экзамена:** устно. Экзаменатору предоставляется право задавать студентам вопросы (в том числе) дополнительные по всей учебной программе дисциплины. Результат сдачи экзамена заносится преподавателем в экзаменационную ведомость и зачетную книжку.

**Оценка («отлично»)** соответствует следующей качественной характеристике: «изложено правильное понимание вопроса и дан исчерпывающий на него ответ, содержание раскрыто полно, профессионально, грамотно». Выставляется студенту, усвоившему взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившему творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала; обнаружившему всестороннее систематическое знание учебно-программного материала, четко и самостоятельно (без наводящих вопросов) отвечающему на вопрос билета.

**Оценка («хорошо»)** соответствует следующей качественной характеристике: «изложено правильное понимание вопроса, дано достаточно подробное описание предмета ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет». Выставляется студенту, обнаружившему полное знание учебно-программного материала, грамотно и по существу отвечающему на вопрос билета и не допускающему при этом существенных неточностей.

**Оценка («удовлетворительно»)** выставляется студенту, обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных программой; допустившему неточности в ответе и при выполнении заданий, но обладающими необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

**Оценка («неудовлетворительно»)** выставляется студенту, обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий; давшему ответ, который не соответствует экзаменационному вопросу.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей: при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене; при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями; при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

#### **Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания докладов и сообщений**

- **оценка «отлично»:** студент раскрывает содержание своего доклада, демонстрирует владение актуальной информацией, знание историографических исследований по теме, умело обозначает дискуссионные вопросы, презентация соответствует заявленной теме;

- **оценка «хорошо»:** студент раскрывает содержание своего доклада, демонстрирует владение актуальной информацией, знание историографических исследований по теме, умело обозначает дискуссионные вопросы, но допускает незначительное количество исторических ошибок и неточностей; презентация соответствует заявленной теме;

- **оценка «удовлетворительно»:** студент частично раскрывает содержание своего доклада, ритуально упоминает об актуальности темы и ее дискуссионности, но не приводит серьезных аргументов, слабо владеет историографией вопроса; презентация слабо соотносится с освещаемой темой;

- **оценка «неудовлетворительно»:** студент не раскрыл тему доклада, презентация слабо соотносится с освещаемой темой или является заимствованным продуктом.

**Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания опроса внеаудиторного индивидуального чтения профессионально-ориентированной литературы:**

Устный опрос позволяет оценить знания и кругозор студента, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. Опрос – важнейшее средство развития мышления и речи. Он обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя. Обучающая функция состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачету.

**Критерии присвоения баллов при оценивании устного ответа во время опроса**

оценка	описание
5 (отлично)	Демонстрирует полное понимание вопросов и дает развернутые ответы.
4 (хорошо)	Демонстрирует значительное понимание вопросов
3 (удовлетворительно)	Демонстрирует частичное понимание обсуждаемых вопросов
2 (неудовлетворительно)	Демонстрирует непонимание обсуждаемых вопросов или нет ответа

**Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания дискуссионных тем**

Метод «круглого стола» (научная дискуссия) - интерактивная форма занятий, направленная на совершенствование общения между участниками семинара. Методика проведения дискуссии. 1. Введение в дискуссию. 2. Формулирование проблемы и целей дискуссии. 3. Создание мотивации к обсуждению – определение значимости проблемы, указание на нерешенность и противоречивость вопроса, оглашение количества возможного получения баллов и влияние на общую оценку по дисциплине и т.д. 4. Установление регламента дискуссии и ее основных этапов. 5. Совместная выработка и утверждение правил дискуссии. 6. Выяснение однозначности понимания темы дискуссии, используемых в ней терминов, понятий.

Обсуждение проблемы: - выступление основного докладчика; - обмен участниками мнениями по каждому вопросу Цель этапа – собрать максимум мнений, идей, предложений, соотнося их друг с другом. Обязанности модератора (ведущего): - следить за соблюдением регламента; обеспечить каждому возможность высказаться, поддерживать и стимулировать работу наименее активных участников с помощью вопросов.

Подведение итогов обсуждения. Выработка учащимися согласованного мнения и принятие группового решения. Обозначение ведущим аспектов позиционного противостояния и точек соприкосновения в ситуации, когда дискуссия не привела к полному согласованию позиций участников. Настрой обучающихся на дальнейшее осмысление проблемы и поиск путей ее решения. Совместная оценка эффективности дискуссии в решении обсуждаемой проблемы и в достижении педагогических целей, позитивного вклада каждого в общую работу.

**Критерии присвоения баллов при оценивании научных дискуссий (круглых столов)**

№ п/п	Критерии оценивания	Баллы			
		0 – критерий не отражен	1 – недостаточный уровень	2 – критерий отражен в основном	3 – критерий отражен полностью
1.	Масштабность, глубина и оригинальность суждений	0 – критерий не отражен	1 – недостаточный уровень	2 – критерий отражен в основном	3 – критерий отражен полностью
2.	Аргументированность, взвешенность и конструктивность	0 – критерий не отражен	1 – недостаточный уровень	2 – критерий отражен в основном	3 – критерий отражен полностью



	предложений				
3.	Умение вести дискуссию	0 – критерий не отражен	1 - недостаточный уровень	2 - критерий отражен в основном	3 - критерий отражен полностью
4.	Умение отстаивать свое мнение	0 – критерий не отражен	1 - недостаточный уровень	2 - критерий отражен в основном	3 - критерий отражен полностью
5.	Активность в обсуждении	0 – критерий не отражен	1 - недостаточный уровень	2 - критерий отражен в основном	3 - критерий отражен полностью
6.	Общая культура и эрудиция	0 – критерий не отражен	1 - недостаточный уровень	2 - критерий отражен в основном	3 - критерий отражен полностью

## **5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

### **5.1 Основная литература:**

1. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 221 с. – ISBN 978-5-534-09602-6. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/453915>.

2. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для бакалавров / Л. Н. Федотова. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 603 с. – ISBN 978-5-9916-3195-2. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/425831>.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

### **5.2 Дополнительная литература:**

1. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 231 с. – ISBN 978-5-534-06317-2. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/450795>.

2. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 264 с. – ISBN 978-5-534-12406-4. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/457242>.

3. Касьянов, В. В. Социология Интернета : учебник для вузов / В. В. Касьянов, В. Н. Нечипуренко. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 424 с. – ISBN 978-5-534-04944-2. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/453914>.

4. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 193 с. – ISBN 978-5-534-00242-3. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/450965>.

### **5.3 Периодические издания:**

1. Вестник МГУ. Серия: Социология и политология.
2. Вестник СПбГУ. Серия: Психология, социология, педагогика.
3. ОНС (общественные науки и современность).

4. Социальные и гуманитарные науки: отечественная и зарубежная литература. Серия 11. Социология. Реферативный журнал ИНИОН РАН.
5. СОЦИС (Социологические исследования).

## **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

По дисциплине предусмотрено проведение *лекционных занятий*, на которых дается основной систематизированный материал, позволяющий получить представление об основных этапах и закономерностях исторического развития региона и подготовиться к промежуточной и итоговой аттестации по дисциплине. Для успешного прохождения запланированных форм контроля студент должен вести конспект, обращая внимание на указание преподавателя, и использовать его для организации своей самостоятельной работы. В рамках лекционных занятий запланировано проведение непродолжительных по времени коллоквиумов, призванных проверить уровень усвояемости материалов разделов и подготовить к будущим формам контроля. Еще одной формой контроля во время лекционных занятий является непродолжительное тестирование по разделу. Оно призвано помочь преподавателю получить срез, демонстрирующий степень понимания студентами вопросов раздела и их готовность к текущему контролю успеваемости.

В рамках *практических занятий* по дисциплине предусмотрено проведение коллоквиумов и тестирований по отдельным разделам дисциплины. Критерии оценивания этих форм контроля подробно изложены в фонде оценочных средств.

***Важнейшим этапом курса является самостоятельная работа по дисциплине «Социология массовых коммуникаций».*** В рамках нее запланированы следующие виды самостоятельной работы студентов: подготовка к участию в коллоквиуме, подготовка к написанию тестовых заданий, подготовка индивидуальных сообщений, докладов и презентаций, проработка теоретического материала дисциплины, подготовка к промежуточной аттестации.

*Участие в коллоквиуме.* Подготовка осуществляется студентом по предложенным преподавателям вопросам и проблемам с использованием учебно-методического обеспечения дисциплины. Срок выполнения – время от одного занятия до следующего. Форма контроля – проверка преподавателями активности и подготовленности во время общей дискуссии.

*Подготовка индивидуальных сообщений, докладов и презентаций.* Осуществляется путем самостоятельной работы с текстами учебной литературы по дисциплине, информационно справочными системами, ресурсами информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а также учебно-методическим обеспечением дисциплины. Срок выполнения – время от одного занятия до следующего. Форма контроля – публичная защита подготовленного материала и ответы на дополнительные вопросы со стороны студенческой группы и преподавателя.

*Проработка теоретического материала дисциплины.* Происходит за счет углубленного изучения конспекта, учебной литературы по дисциплине, а также учебно-методического обеспечения дисциплины. Срок выполнения – в течение всего времени изучения дисциплины. Форма контроля – проверка готовности во время участия в коллоквиумах, написании тестовых заданий, подготовки индивидуальных сообщений, докладов и презентаций, а также во время промежуточной и итоговой аттестации.

*Подготовка к промежуточной аттестации.* Осуществляется путем самостоятельной работы с текстами учебной литературы по дисциплине, информационно справочными системами, ресурсами информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а также учебно-методическим обеспечением дисциплины. Срок выполнения – по завершению изучения разделов дисциплины. Форма контроля – экзамен в устной форме.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

## **7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

### **7.1 Перечень информационно-коммуникационных технологий**

электронные библиотеки, электронные книги, электронные периодические издания, словари, справочники, электронная почта.

### **7.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения**

1. Microsoft Windows 8, 10
2. Microsoft Office Professional Plus

### **7.3 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>)
3. Базы данных компании «Ист Вью» (<http://dlib.eastview.com>)
4. «Academia» - видеолекции ведущих лекторов России ([http://tvkultura.ru/brand/show/brand\\_id/20898/](http://tvkultura.ru/brand/show/brand_id/20898/))

## **8. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)**

№	Вид работ	Наименование учебной аудитории, ее оснащенность оборудованием и техническими средствами обучения
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (ПО)
2.	Семинарские занятия	Специальное помещение, оснащенное мультимедийным проектором, комплектом учебной мебели, учебной доской
3.	Лабораторные занятия	Не предусмотрены учебным планом
4.	Курсовое проектирование	Не предусмотрены учебным планом
5.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория (кабинет), оснащенная обычной или мультимедийной доской.
6.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория (кабинет), оснащенная обычной или мультимедийной доской
7.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.