

Утверждено приказом ГОУ ВПО ДонГУУ от 23.08.2016г. №675

ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»

ФАКУЛЬТЕТ ЮРИСПРУДЕНЦИИ И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
КАФЕДРА СОЦИОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
 Л.Н.Костина
20.08.2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Социология массовых коммуникаций»

Направление подготовки 39.03.01 «Социология»

Донецк
2017

Рабочая программа учебной дисциплины «Социология массовых коммуникаций» для студентов 3 курса образовательного уровня «бакалавр» направления подготовки 39.03.01 «Социология» очной и заочной форм обучения

Автор,
разработчик: к.соц.н., доцент А.Г. Черемисин

Программа рассмотрена на
заседании ПМК кафедры

«Социология»

Протокол заседания ПМК от

27.08.2017

№

1

дата

Председатель ПМК

(подпись)

Фарина Я.А.
(инициалы, фамилия)

Программа рассмотрена на
заседании кафедры

социологии управления

Протокол заседания кафедры от

28.08.2017

№

1

дата

И.о.заведующего кафедрой

(подпись)

Фарина Я.А.
(инициалы, фамилия)

1. Цель освоения дисциплины и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» является выявление и описание коммуникативной специфики социального поведения людей в современном обществе на основе теоретико-методологического обоснования взаимосвязи социальных структур и системных коммуникативных параметров.

Задачи дисциплины:

- проследить эволюцию научного теоретического осмысления сущности, функционирования и проблематики социальной коммуникации;
- обосновать становление социологии коммуникации как специальной отрасли социологии;
- дать представление о системности социальной коммуникации (формах, уровнях, видах коммуникации, социологических доминантах коммуникации, социально-коммуникативных институтах) и проследить трансформацию системных характеристик коммуникации, обусловленную развитием информационно-коммуникативных технологий;
- показать роль информационно-коммуникативных процессов в становлении информационного общества нового типа;
- раскрыть значение социальной коммуникации для управления обществом и организациями разного типа;
- выработать практические навыки исследования социально-коммуникативных процессов в контексте глобализации информационно-коммуникативного пространства, познакомить с основными методами исследования коммуникативных процессов и привить практические навыки в коммуникативном управлении.

В процессе изучения дисциплины у студентов формируются следующие **обще профессиональные и профессиональные компетенции:**

Коды компетенций	Планируемые результаты освоения образовательной программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-4	умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знать: - основные категории и понятия социологии массовой коммуникации; - особенности функционирования массовой коммуникации как социального института;
ПК-6	способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	- тенденции становления и развития социологии массовой коммуникации, взаимодействия с основными социальными институтами общества;
ПК-10	способность организовывать и проводить социологические исследования	- социологические закономерности массово-коммуникативных процессов, их особенности на разных этапах развития общества; - развитие проблем социальных коммуникаций

		<p>в современной социологии;</p> <ul style="list-style-type: none"> - социологические методы исследования массово-коммуникационных процессов, особенности использования эмпирических методов изучения социальных коммуникаций. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать массово-коммуникационные процессы в современном обществе; - исследовать массово-коммуникационные процессы с помощью эмпирических социологических методов; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью к деловой коммуникации в отечественной и международной профессиональной сферах; - методами измерения эффектов и эффективности коммуникации; - навыками применения социологических методов исследования на практике; - навыками сбора и обработки массовой информации; - методами коммуникации в кросскультурном пространстве.
--	--	---

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

В соответствии с утвержденным учебным планом дисциплина «Социология массовых коммуникаций» относится к перечню дисциплин по выбору студентов вариативной части направления подготовки 39.03.01 «Социология».

2.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося

Программа дисциплины «Социология массовых коммуникаций» рассчитана на то, что студенты уже получили базовые знания по истории и теории социологии, изучили работы классиков социологии, а также овладели основными методами социального исследования. Дисциплина логически, содержательно и методически соотносится с

такими дисциплинами, как «Информатика в социологии», «Политология», «Методология и методы социологического исследования», «Социология общественного мнения» и рядом других социологических дисциплин, дополняя и обогащая их системой теоретико-методологических и практических знаний о коммуникативных параметрах социального поведения.

2.2. Дисциплины и/или практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Знания и умения, полученные студентами в результате освоения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» помогут им в дальнейшем в изучении таких дисциплин, как «Социология управления», «Экономическая социология», «Политическая социология», «Основы социального прогнозирования и управления» и других социологических дисциплин.

3. Объем дисциплины в кредитах (зачетных единицах) с указанием количества академических часов, выделенных на аудиторную (по видам учебных занятий) и самостоятельную работу студента

	Зачетные единицы (кредиты ECTS)	Всего часов		Форма обучения	
		О	З	Очная	Заочная
				Семестр №6	Семестр №6
Общая трудоемкость	3,0	108	108	Количество часов на вид работы:	
Виды учебной работы, из них:					
Аудиторные занятия (всего)				64	8
В том числе:					
Лекции				32	4
Семинарские занятия				32	4
Самостоятельная работа (всего)				44	100
Промежуточная аттестация					
В том числе:					
экзамен				экзамен	экзамен

4. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы (темы) дисциплины с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование раздела, темы	Виды учебной работы (бюджет времени)	
	Очная форма обучения	Заочная форма обучения

дисциплины	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего
Раздел 1. Теоретико-методологические основы изучения социологии массовых коммуникаций										
Тема 1.1. Предмет СМК	2		4	5	11				8	8
Тема 1.2. Обзор теорий массовой коммуникации	2		4	6	12	2			8	10
Тема 1.3. Исследования производства медиа-продукции	2		4	5	11			2	8	10
Тема 1.4. Исследования содержания медиа-продукции	2		4	5	11				8	8
Тема 1.5. Исследования потребления медиа-продукции	2		4	5	11				8	8
Итого по разделу:	10		20	26	56	2		2	40	44
Раздел 2. Особенности прикладного применения социологии массовых коммуникаций										
Тема 2.1. СМК и глобализация	2		4	6	12				8	8
Тема 2.2. СМК и конфликты	2		4	5	11			2	8	10
Тема 2.3. Медиа-кампании	2		4	5	11	2			8	10
Итого по разделу:	6		12	16	34	2		2	24	28
Всего за семестр:	16		32	42	90	4		4	64	72

4.2. Содержание разделов дисциплины:

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
Раздел 1. Теоретико-методологические основы изучения социологии массовых				

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
коммуникаций				
Тема 1.1. Предмет СМК	Понятия коммуникации и массовой коммуникации и их соотношение. Основные школы и модели коммуникации. Понятие средств массовой коммуникации и его границы. Предмет и метод теории массовой коммуникации: теория МК как междисциплинарная область. Проблематика исследований МК.	Семинарское занятие №1		
		1. Понятия коммуникации и массовой коммуникации и их соотношение. 2. Основные школы и модели коммуникации. 3. Понятие средств массовой коммуникации и его границы.	2	
Тема 1.2. Обзор теорий массовой коммуникации	Ранний период: наличие ярко выраженного мейнстрима в исследованиях 1950-х годов. Второй период: интерпретативный поворот 1970-х годов. Распад мейнстрима и обращение к широкому спектру социальных теорий и гуманитарного знания, выход за пределы социологии. Всплеск интереса к медиа-производству и медиа-контенту, к качественным методам и общей методологии гуманитарных наук. Современное состояние: набор рядоположенных теорий. Перспективы развития теорий массовой коммуникации.	Семинарское занятие №2		
		1. Предмет и метод теории массовой коммуникации: теория МК как междисциплинарная область. 2. Проблематика исследований МК.	2	
Тема 1.3. Исследования производства		Семинарское занятие № 3		
		1. Структурный функционализм, преобладание интереса к медиа-эффектам. 2. Ориентация методологии на естественные науки. 3. Количественные методы и прикладные исследования. 4. ИмPLICITный нормативизм.	2	
Тема 1.3. Исследования производства		Семинарское занятие № 4		
		1. Распад мейнстрима и обращение к широкому спектру социальных теорий. 2. Постмодернизм. 3. Концепции информационного общества. 4. Новые исследования аудитории.	2	
Тема 1.3. Исследования производства		Семинарское занятие №5		
		1. Схемы Шумейкер-Риза и МакКуэйла.	2	1

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
медиа-продукции	Возможные типологии исследований производства медиа-продукции. Индивидуальный уровень анализа производства. Типология профессиональных ролей А.Кустарева. Уровень профессиональных практик. Уровень организации и медиа-индустрии. Уровень экстра-медийных влияний. Уровень идеологии и господствующих ценностей (Герман и Чомски «Производство согласия», Ноэль-Нойман «Рождение спирали молчания», работы Стюарта Холла и Бирмингемской школы).	2. Влияние вкусов, эмоций, политических предпочтений и профессиональных идентичностей на производство. 3. Влияние структуры жанра (Гэй Такман) и организации производства (Мюриэл Кантор).		
		Семинарское занятие №6 1. Дж. Дэвис и типология управленческих стратегий, Дж. Туров и типология агентов внутри медиа-индустрии. 2. Политэкономические подходы (Тансталл и Палмер и др.), типология экстра-медийных агентов (Кольцова), роль источников в производстве новостей (Эриксон и соавт.). 3. Уровень идеологии и господствующих ценностей.	2	1
Тема 1.4. Исследования содержания медиа-продукции	Семиотика и дискурс-анализ. Роль русской семиотической школы и работ В. Проппа. К. Леви-Стросс и применение семиотики для анализа мифов. Позднейшая экстраполяция семиотических методов для анализа массовой культуры и медиа-контента. Ролан Барт и его влияние на теории массовой коммуникации. Фрэйм-анализ И. Гоффмана и анализ повседневного диалога Г. Гарфинкеля.	Семинарское занятие №7 1. Семиотика и дискурс-анализ. 2. Роль русской семиотической школы и работ В. Проппа. 3. К. Леви-Стросс и применение семиотики для анализа мифов. 4. Позднейшая экстраполяция семиотических методов для анализа массовой культуры и медиа-контента. 5. Ролан Барт и его влияние на теории массовой коммуникации.	2	
		Семинарское занятие №8		

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
	Аналитическая философия языка и теории коммуникативного действия.	1. Фрэйм-анализ И. Гоффмана и анализ повседневного диалога Г. Гарфинкеля. 2. Аналитическая философия языка и теории коммуникативного действия.	2	
Тема 1.5. Исследования потребления медиа-продукции	Типология исследований потребления медиа-продукции (МакКуэйл). Ранние измерения эффектов, бихевиоризм. Лазарсфельд и соавт., концепция двухступенчатого потока информации и понятие лидера мнения. Кац и Лазарсфельд: понятие «вмешивающихся переменных» в процессе МК. Концепции, корректирующие ранние теории о влиянии СМК на общество. Джозеф Клаппер и понятие селективности. Подход Uses and Gratifications. Комбс, Шоу и концепция установления повестки дня. Соотнесение с типологией прочтений Стюарта Холла.	Семинарское занятие №9	2	
		1. Джозеф Клаппер и понятие селективности. 2. Подход Uses and Gratifications как основа для будущих «новых исследований аудитории». 3. Комбс, Шоу и концепция установления повестки дня. Соотнесение с типологией прочтений Стюарта Холла.		
	Новые исследования аудитории. Джон Фиск и идея активной аудитории. Джеймс Лалл и этнография аудиторий. Дэвид Морлей (Бирмингемская школа). Тамар Либс и Элью Кац «Кросс-культурное чтение «Далласа» и его значение для теории СМК. Аннабель Среберни-Мохаммади и зарождение интереса к малым медиа.	Семинарское занятие №10	2	
		1. Джон Фиск и идея активной аудитории. 2. Джеймс Лалл и этнография аудиторий. 3. Бирмингемская школа.		
Раздел 2. Особенности прикладного применения социологии массовых коммуникаций				
Тема 2.1. СМК	Взаимосвязь теорий	Семинарское занятие		

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
и глобализация	информационного общества и изучения глобализации в области СМК. Ранние подходы к глобализации: девелопментализм. Второй этап: теории культурного империализма. Третий этап: слияние с концепциями информационного общества и более ранними футурологическими подходами. Их истоки: Элвин Тоффлер и футурошок. Маршалл МакЛюэн и Галактика Гуттенберга. Современные интерпретации: Мануэль Кастельс и информационная эпоха, Дж.Б. Томпсон и медиатизация социальной жизни. Параллельное новое нарастание интереса к антиглобализму, альтернативным, радикальным и малым медиа. Медиа-активизм, Интернет и слияние производства и потребления СМК.	№11	2	
		1. Взаимосвязь теорий информационного общества и изучения глобализации в области СМК. 2. Девелопментализм (Джордж Гербнер). 3. Теории культурного империализма (Герберт Шиллер). 4. Слияние с концепциями информационного общества и более ранними футурологическими подходами.		
		Семинарское занятие №12	2	
		1. Мануэль Кастельс и информационная эпоха. 2. Дж.Б. Томпсон и медиатизация социальной жизни. 3. Медиа-активизм, Интернет и слияние производства и потребления СМК.		
Тема 2.2. СМК и конфликты	Структура СМК и ее влияние на освещение катастроф, конфликтов и войн. Межэтнические и другие межгрупповые конфликты и структура «дискурса ненависти». Типичные модели освещения войн. Гражданские войны и их освещение в СМК. Особенности работы военных репортеров.	Семинарское занятие №13	2	1
		1. Структура СМК и ее влияние на освещение катастроф, конфликтов и войн. 2. «Дискурс ненависти».		
		Семинарское занятие №14	2	1
1. Типичные модели освещения войн: Вьетнамская, Афганская кампании, война в Заливе, Косово, Ираке, Чечне.				
		2. Гражданские войны: Руанда, Колумбия, современные гражданские		

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
		войны и их освещение в СМК. 3. Особенности работы военных репортеров.		
Тема 2.3. Медиа-кампании	Анализ медиа-кампаний как пример практического изучения СМК. Структура медиа-кампании и ее этапы. Выбор целей, целевой аудитории позиционирование торговой марки (политического или социального продукта). Основные рекламно-пропагандистские жанры. Выбор СМК на основе их особенностей как средств рекламы. Построение схемы охвата и подбор эффективной частоты. Исследование и оценка эффективности кампании. Особенности политических кампаний. Особенности социальной рекламы.	Семинарское занятие №15		
		1. Структура медиа-кампании и ее этапы. 2. Основные рекламно-пропагандистские жанры. 3. СМК на основе их особенностей как средств рекламы.	2	
		Семинарское занятие №16		
		1. Особенности политических кампаний (кандидат или политическая партия как продукт, соотношение электорального ядра и целевой аудитории и др.). 2. Особенности социальной рекламы.	2	

5. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

5.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Учебно-методический комплекс по дисциплине «Социология массовых коммуникаций»: рабочая программа учебной дисциплины, методические рекомендации для организации самостоятельной работы студентов, пакет контрольных заданий для диагностики знаний студентов.

Перечень контрольных вопросов для самоподготовки

1. Социология массовых коммуникаций как специальная отрасль социологической науки. Функции массовой коммуникации в обществе.
2. Подходы к трактовке роли массовой коммуникации в обществе (институциональный, неинституциональный, бихевиоралистский, структурно-функциональный, культурологический, коммуникативный, социологический).
3. Теория массового общества и социология массовых коммуникаций.
4. Политико-экономическая теория и социология массовых коммуникаций.
5. Критическая теория и социология массовых коммуникаций.

6. Теория гегемонии СМИ.
7. Советская социологическая школа и социология массовых коммуникаций.
8. Франкфуртская (поздняя) школа и социология массовых коммуникаций.
9. Культурологическая теория и социология массовых коммуникаций.
10. Теория «информационного общества» и социология массовых коммуникаций.
11. Структурно-функциональная теория и социология массовых коммуникаций.
12. Модель коммуникации К. Шеннона и У. Уивера
13. Модель массовой коммуникации по Г. Лассуэллу
14. Модель массовой коммуникации по П. Лазарсфельду, Р. Мертону. Понятие «лидер мнения».
15. Модель массовой коммуникации М. де Флёра.
16. Масс-медиа как социальная подсистема (концепция Н. Лумана).
17. Массовая коммуникация в понимании постмодернистов.
18. Проблема знака и значения в массовой коммуникации. Типы знаков и способы организации знаков.
19. Миф как вторичная семиологическая система, кодирование и декодирование.
20. Политическая манипуляция как категория, ее становление и развитие.
21. Уровни, виды, методы манипуляций и их классификация.
22. Современные западные концепции «информационного общества» как развитие теорий «постиндустриализма» (М. Маклюэн, М. Кастельс).
23. Глобализация и локализация в сфере культуры и медиа.
24. Социальные сети и блоги как новый феномен социология массовых коммуникаций (примеры популярных социальных сетей, характеристика пользователей – пол, возраст и т.п.)
25. Интернет: проблемы функционирования и регулирования. Регулирование сети Интернет в различных странах мира (Россия, США, Китай, ЕС).
26. Решение проблемы информационных дублей.

5.2. Перечень основной учебной литературы

1. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учеб. пособие / О.Л. Гнатюк. – Изд. 2-е, стер. – М.: КНОРУС, 2017. – 256 с.
2. Гостенина, В.И. Социология массовой коммуникации: учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. – Изд. 2-е, перераб. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 336 с.
3. Гриффин, Э. Коммуникация: теории и практики / Э. Гриффин // пер. с англ. – Харьков: Гуманитарный центр, 2015. – 688 с.
4. Девятко, И.Ф. Методы социологического исследования: учеб. пособие / И.Ф. Девятко. – М.: КДУ, 2009. – 296 с.
5. Коноваленко, М.Ю. Теория коммуникации / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 415 с.
6. Федотова, Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник / Л.Н. Федотова. – Изд. 5-е, перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 603 с.
7. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. – М.: «Дашков и К°», 2010. – 592 с.

5.3. Перечень дополнительной литературы

1. Викулова, Л.Г. Основы теории коммуникации: практикум / Л.Г. Викулова. – М.: Восток-Запад, 2008. – 322 с.
2. Добреньков, В.И. Методы социологического исследования: учебник / В.И. Добреньков, А.И. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 768 с.
3. Зосименко, И.А. Социология массовых коммуникаций: учебник / И.А. Зосименко.

– Ульяновск: УлГТУ, 2013. – 357 с.

4. Иванов, В.Ф. Массовая коммуникация: монография / В.Ф. Иванов. – К.: АУП, ЦСП, 2013. – 902 с.

5. Касьянов, В.В. Социология массовой коммуникации: учебник / В.В. Касьянов. – Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Юрайт, 2017. – 302 с.

6. Ким, М.Н. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие / М.Н. Ким. – СПб.: СПбГУ КиТ, 2013. – 177 с.

7. Науменко, Т.В. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие / Т.В. Науменко. – СПб.: Питер, 2005. – 288 с.

8. Романов, А.А. Массовые коммуникации: учеб. пособие / А.А. Романов, Г.А. Васильев. – М.: Вузовский учебник, 2009. – 236 с.

9. Филатова, О.Г. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие / О.Г. Филатова. – М.: Гардарики, 2006. – 303 с.

10. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций: учеб. пособие / А.И. Черных. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2008. – 451 с.

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Веб-сайт электронной библиотеки «Студенческая библиотека онлайн»: <http://studbooks.net/>

2. Веб-сайт электронной библиотеки «Студлиб»: <http://studlib.com/>

3. Веб-сайт электронной библиотеки «Университетская библиотека онлайн»: <http://biblioclub.ru/>

4. Веб-сайт электронной библиотеки «StudFiles»: <https://studfiles.net/>

5. Веб-сайт электронной библиотеки «Twirpx»: <http://www.twirpx.com/>

7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

7.1. Перечень информационных технологий

В процессе изучения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» могут быть использованы такие информационные технологии, как электронные версии конспектов лекций, учебных и учебно-методических пособий, мультимедийные презентации и др.

7.2. Перечень программного обеспечения

В процессе изучения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» программное обеспечение не применяется.

7.3. Перечень информационных справочных систем

В процессе изучения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» информационные справочные системы не используются.

8. Фонд оценочных средств для контроля уровня сформированности компетенций

8.1. Виды промежуточной аттестации

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний и умений), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме устного опроса (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (ответы на вопросы, тестовые задания), включая задания для самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация в форме экзамена позволяет оценить уровень сформированности компетенций в целом по дисциплине и может осуществляться как в письменной, так и в устной форме.

Перечень вопросов к экзамену

1. Понятия коммуникации и массовой коммуникации и их соотношение.
2. Основные школы и модели коммуникации.
3. Теория массового общества и социология массовых коммуникаций.
4. Политико-экономическая теория и социология массовых коммуникаций.
5. Критическая теория и социология массовых коммуникаций.
6. Теории массовых коммуникаций: ранний период.
7. Теории массовых коммуникаций: второй период.
8. Модель коммуникации К. Шеннона и У. Уивера
9. Модель массовой коммуникации по Г. Лассуэллу
10. Модель массовой коммуникации по П. Лазарсфельду, Р. Мертону. Понятие «лидер мнения».
11. Модель массовой коммуникации М. де Флёра.
12. Масс-медиа как социальная подсистема (концепция Н. Лумана).
13. Массовая коммуникация в понимании постмодернистов.
14. Постмодернизм, концепции информационного общества, новые исследования аудитории.
15. Типологии исследований производства медиа-продукции.
16. Индивидуальный уровень анализа производства.
17. Типология профессиональных ролей А.Кустарева.
18. Уровень профессиональных практик.
19. Уровень организации и медиа-индустрии.
20. Уровень экстра-медийных влияний.
21. Уровень идеологии и господствующих ценностей.
22. Ф. Соссюр и зарождение структурного анализа речи.
23. Типология знаков Ч.С. Пирса.
24. Роль русской семиотической школы и работ В. Проппа.
25. К. Леви-Стросс и применение семиотики для анализа мифов.
26. Влияние Р. Барта на теории массовых коммуникаций.
27. Фрэйм-анализ И. Гоффмана.
28. Анализ повседневного диалога Г. Гарфинкеля.
29. Типология исследований потребления медиа-продукции.
30. Дж. Клаппер и понятие селективности.
31. Подход Uses and Gratifications.
32. Комбс, Шоу и концепция установления повестки дня.
33. Взаимосвязь теорий информационного общества и изучения глобализации в области социологии массовых коммуникаций.
34. Девелопментализм.
35. Теории культурного империализма.
36. Э. Гоффлер и футурошок.
37. М. МакЛюэн и Галактика Гуттенберга.
38. М. Кастельс и информационная эпоха.

39. Дж.Б.Томпсон и медиатизация социальной жизни.
40. Влияние СМК на освещение катастроф, конфликтов и войн.
41. Межэтнические и другие межгрупповые конфликты.
42. «Дискурс ненависти».
43. Модели освещения войн.
44. Освещение гражданских войн.
45. Особенности работы военных репортеров.
46. Структура медиа-кампании и ее этапы.
47. Основные рекламно-пропагандистские жанры.
48. Особенности политических кампаний.
49. Уровни, виды, методы манипуляций и их классификация.
50. Особенности социальной рекламы.

8.2. Показатели и критерии оценки результатов освоения дисциплины

Средним баллом за дисциплину является средний балл за текущую учебную деятельность.

Механизм конвертации результатов изучения студентом дисциплины в оценки по государственной шкале и шкале ECTS представлен в таблице.

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости и шкалы ECTS

<i>По шкале ECTS</i>	<i>Сумма баллов за все виды учебной деятельности</i>	<i>По государственной шкале</i>	<i>Определение</i>
A	90-100	«Отлично»	отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
B	80-89	«Хорошо»	в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10%)
C	75-79		в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 15%)
D	70-74	«Удовлетворительно»	неплохо, но со значительным количеством недостатков
E	60-69		выполнение удовлетворяет минимальные критерии
FX	35-59	«Неудовлетворительно»	с возможностью повторной аттестации
F	0-34		с обязательным повторным изучением дисциплины (выставляется комиссией)

8.3. Критерии оценки работы студента

При усвоении каждой темы за текущую учебную деятельность студента выставляются оценки по 5-балльной (государственной) шкале. Оценка за каждое задание в процессе текущей учебной деятельности определяется на основе процентного отношения операций, правильно выполненных студентом во время выполнения задания:

- 90-100% – «5»,
- 75-89% – «4»,
- 60-74% – «3»,
- менее 60% – «2».

Если на занятии студент выполняет несколько заданий, оценка за каждое задание выставляется отдельно.

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

Примерные темы докладов и рефератов по дисциплине «Социология массовых коммуникаций»

1. Демонстрация как коммуникация.
2. Детектив как коммуникация.
3. «Мыльная опера» как коммуникация.
4. Женский роман как коммуникация.
5. Пионерская песня как коммуникация.
6. Военная песня как коммуникация.
7. Оперетта как коммуникация.
8. Анекдот как коммуникация.
9. Современный шлягер как коммуникация.
10. Телевизионные новости как коммуникация.
11. Театр как коммуникация.
12. Кино как коммуникация.
13. Пресс-конференция как коммуникация.
14. Пропаганда как коммуникация.
15. Гадание как коммуникация.
16. Молчание как коммуникация.
17. Система массовой коммуникации в древнем Риме.
18. Система массовой коммуникации в древней Греции.
19. Системы массовой коммуникации в первобытном обществе.
20. Система массовой коммуникации в средние века.
21. Система массовой коммуникации в революционный период.
22. Система массовой коммуникации в переходный период.
23. Теория обмена информацией П. Ершова и ее использование в анализе коммуникативных процессов.
24. Использование теории переговоров для анализа драматических текстов.
25. Основные направления исследования социальной массовой коммуникации.
26. Поиск новых подходов к изучению социальной массовой коммуникации.
27. Связь социологии массовой коммуникации с другими отраслями социологии.
28. Место массовой коммуникации в концепции Ю. Хабермаса.
29. Теория массовой коммуникации Т.М. Дридзе.
30. Типы социокоммуникативных систем.
31. Перспективы создания мирового виртуального интерактивного пространства.
32. Общая теория знаков Ч. Пирса и Ч. Морриса.
33. Основные положения теории речевых актов.
34. Различные подходы к моделированию дискурса.
35. Виды невербальных коммуникативных средств.
36. Научный дискурс как коммуникативная единица. Специфика научного дискурса.
37. Общие и различные черты коммуникативных систем синтетического уровня.

38. Язык искусства.
39. Современные исследования межличностной массовой коммуникации
40. Понятие манипуляции и современные тенденции манипулятивного воздействия.
41. Коммуникация и ложь.
42. Современный речевой этикет.
43. Особенности циркуляции информации в малых группах.
44. Основные виды текстов массовой коммуникации.
45. Массовая культура и массовая коммуникация.
46. Проблемы аудиовизуальной культуры в трудах М. Маклюэна.
47. Различные подходы к описанию функций массовой коммуникации.
48. Язык современных отечественных СМИ.
49. Коммуникативная личность и параметры ее моделирования.
50. Современные исследования влияния тендерных различий на характер когнитивных процессов и коммуникативное поведение личности.
51. Развитие коммуникативной активности детей.
52. Коммуникативная диагностика девиантного поведения.
53. «Паблик рилейшнз» в проведении политической кампании.
54. Требования к проведению социолингвистического анкетирования.
55. Контент-анализ как метод изучения СМИ.

Критерии оценивания ответов студентов

Оценка «Отлично» ставится за ответ, который показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области; отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; демонстрирует владение терминологическим аппаратом, умение объяснять сущность технологий, методов, приемов, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; показывает свободное владение монологической речью, является логичным и последовательным.

Оценка «Хорошо» ставится за ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «Отлично», но допускает 1-2 ошибки или неточности в ответе, которые сам же исправляет, и 1-2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

Оценка «Удовлетворительно» ставится за ответ, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры, излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

Оценка «Неудовлетворительно» ставится за ответ, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса изучаемой темы, допускает ошибки в формулировке определений, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «Неудовлетворительно» отмечает такие недостатки в подготовке, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Критерии оценки реферата

Оценка «Отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность; сделан анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция; сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём; соблюдены требования к внешнему оформлению.

Оценка «Хорошо» – если основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении.

Оценка «Удовлетворительно» – если имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата; отсутствуют выводы.

Оценка «Неудовлетворительно» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

8.3.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности

Объектом оценивания знаний студентов является программный материал учебной дисциплины, который проверяется при текущем и итоговом контроле с целью установления уровня и качества усвоения знаний, формирования необходимых для будущей профессиональной деятельности навыков и умений. Каждая учебная дисциплина предусматривает конкретный перечень видов работ, которые должен выполнить студент, и соответствующие критерии их оценки, определяются кафедрой и приводятся в виде отдельных таблиц или нескольких абзацев текста в рабочей учебной программе дисциплины.

Текущий контроль проводится с целью проверки усвоения студентами основных положений лекционного материала и материала, обработанного ими во время самостоятельной работы; предусматривает оценивание успеваемости студентов во время аудиторных (семинарских, индивидуальных) занятий и выполнения ими отдельных индивидуальных, контрольных заданий (написание рефератов, тематических или информационно-научных сообщений и т.д.).

При текущем контроле оценивается: уровень овладения учебным материалом, приобретенных знаний, навыков и умений, активность и добросовестность работы студентов на семинарских занятиях, результаты выполнения ими индивидуальных заданий, качество и полнота подготовленных студентами рефератов или тематических сообщений. Основными видами (средствами) текущего контроля является экспресс-опрос (или «фронтальный» опрос), который осуществляется в начале каждого семинарского занятия в течение 5-7 минут. Студенты устно отвечают на поставленный преподавателем вопрос, который формулируется в виде существенной проблемы конкретного содержательного модуля. Оценка по экспресс-опросу учитывается при выставлении общей оценки работы студента на семинарском занятии; опрос студентов по основным вопросам семинарского занятия; проверка во внеучебное время или во время спланированных индивидуальных занятий по отработке студентом материалов за пропущенные им аудиторные занятия (лекции или семинарское занятие); проверка отработанных учебных материалов студентов, которые занимаются по индивидуальному плану обучения.

Семестровый (академический) контроль предусматривает проведение экзаменов дифференцированных зачетов, зачетов, во время которых студенту выставляется окончательная оценка по учебной дисциплине, которая выводится из суммы баллов по результатам итогового контроля и сдачи экзамена по учебной дисциплине.

Общая итоговая оценка по дисциплине выводится из суммы баллов за текущую успеваемость (результат усвоения отдельных зачетных модулей) и за экзамен (дифференцированный зачет). Для выставления общей итоговой оценки за учебную дисциплину сумме баллов за текущую успеваемость добавляется сумма баллов по сдаче экзамена. Полученное общее количество баллов делится на 2, что и составляет итоговое число баллов за учебную дисциплину.

Учебные достижения студента по изучению содержания учебных дисциплин по видам деятельности отражаются в «Ведомости учета текущей и итоговой успеваемости».

В ведомости учета текущей и итоговой успеваемости записываются итоговое количество баллов по шкале ГОУ ВПО «ДонАУиГС», оценка по 5-балльной шкале и оценка по шкале ECTS.

В случае проведения зачета по учебной дисциплине общая итоговая оценка выводится из итогового контроля.

В случае, если ответ студента на экзамене оценен менее чем в 50 баллов, он получает за экзамен общую неудовлетворительную оценку, указывается в ведомости учета текущей и итоговой успеваемости, и считается аттестованным по данной учебной дисциплине. Если студент не явился на экзамен, в экзаменационной ведомости преподавателем делается отметка «не явился». Если студент не явился на экзамен без уважительных причин, декан факультета (заведующий кафедрой) выставляет ему оценку «неудовлетворительно».

Промежуточная аттестация предусматривает проведение экзамена.

9. Методические рекомендации (указания) для обучающихся по освоению дисциплины

Основным методом изучения учебной дисциплины «Социология массовых коммуникаций» является лекционно-практический, сочетающий лекции, семинары и самостоятельную работу студентов с учебной, научной и другой рекомендуемой преподавателем литературой.

Лекционные занятия носят проблемно-объяснительный характер. Студенты должны хорошо усвоить содержание лекций и ознакомиться с рекомендованной литературой. Необходимо убедиться в творческом осмыслении курса, проверить способность студентов определить главное в текстовых материалах, экстраполировать усвоенную методику анализа на исследование новых ситуаций. Рекомендуются в качестве инструментов исследования проблем курса компаративный и системный подходы.

Важное место в успешном овладении курсом принадлежит *семинарским*, которые являются основными формами закрепления и промежуточного контроля знаний, полученных на лекционных занятиях и в процессе самостоятельной работы. Семинарские занятия направлены на активизацию работы студентов в течение учебного периода, формирование и развитие потребности в инновационном подходе к индивидуальной самореализации в ходе овладения данным курсом и другими дисциплинами учебного плана.

На *консультациях*, проводимых преподавателем в рамках тематики учебной дисциплины «Социология массовых коммуникаций», студент получает исчерпывающие ответы на хорошо продуманные и четко сформулированные вопросы, которые оказались недостаточно усвоенными в ходе лекций и самостоятельной работы. В ходе самостоятельной работы студенты закрепляют и наращивают изученный на лекциях материал и осуществляют подготовку к семинарским и практическим занятиям. Самостоятельная работа предполагает самостоятельное ознакомление, изучение и закрепление студентами теоретических и практических положений изученных в ходе лекций тем, дополнение лекционного материала положениями из рекомендованной литературы.

Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Семинарские занятия по дисциплине «Социология массовых коммуникаций» требуют научно-теоретического обобщения литературных источников и помогают студентам глубже усвоить учебный материал, приобрести навыки творческой работы над документами и первоисточниками.

Планы семинарских занятий

Раздел 1. Теоретико-методологические основы изучения социологии массовых коммуникаций

Тема 1.1. Предмет СМК

Семинарское занятие 1

План:

1. Понятия коммуникации и массовой коммуникации и их соотношение.
2. Основные школы и модели коммуникации.
3. Понятие средств массовой коммуникации и его границы.

Перечень основной учебной литературы:

1. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учеб. пособие / О.Л. Гнатюк. – Изд. 2-е, стер. – М.: КНОРУС, 2017. – 256 с.
2. Гостенина, В.И. Социология массовой коммуникации: учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. – Изд. 2-е, перераб. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 336 с.
3. Федотова, Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник / Л.Н. Федотова. – Изд. 5-е, перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 603 с.

Перечень дополнительной литературы:

1. Зосименко, И.А. Социология массовых коммуникаций: учебник / И.А. Зосименко. – Ульяновск: УлГТУ, 2013. – 357 с.
2. Касьянов, В.В. Социология массовой коммуникации: учебник / В.В. Касьянов. – Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Юрайт, 2017. – 302 с.
3. Филатова, О.Г. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие / О.Г. Филатова. – М.: Гардарики, 2006. – 303 с.
4. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций: учеб. пособие / А.И. Черных. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2008. – 451 с.

Семинарское занятие 2

План:

1. Предмет и метод теории массовой коммуникации: теория МК как междисциплинарная область.
2. Проблематика исследований МК.

Перечень основной учебной литературы:

1. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учеб. пособие / О.Л. Гнатюк. – Изд. 2-е, стер. – М.: КНОРУС, 2017. – 256 с.
2. Гостенина, В.И. Социология массовой коммуникации: учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. – Изд. 2-е, перераб. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 336 с.
3. Федотова, Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник / Л.Н. Федотова. – Изд. 5-е, перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 603 с.

Перечень дополнительной литературы:

1. Зосименко, И.А. Социология массовых коммуникаций: учебник / И.А. Зосименко. – Ульяновск: УлГТУ, 2013. – 357 с.
2. Касьянов, В.В. Социология массовой коммуникации: учебник / В.В. Касьянов. – Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Юрайт, 2017. – 302 с.
3. Филатова, О.Г. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие / О.Г. Филатова. – М.: Гардарики, 2006. – 303 с.
4. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций: учеб. пособие / А.И. Черных. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2008. – 451 с.

Тема 1.2. Обзор теорий массовой коммуникации

Семинарское занятие 3

План:

1. Структурный функционализм, преобладание интереса к медиа-эффектам.
2. Ориентация методологии на естественные науки.
3. Количественные методы и прикладные исследования.
4. ИмPLICITный нормативизм.

Перечень основной учебной литературы:

1. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учеб. пособие / О.Л. Гнатюк. – Изд. 2-е, стер. – М.: КНОРУС, 2017. – 256 с.
2. Коноваленко, М.Ю. Теория коммуникации / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 415 с.
3. Федотова, Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник / Л.Н. Федотова. – Изд. 5-е, перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 603 с.
4. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. – М.: «Дашков и К°», 2010. – 592 с.

Перечень дополнительной литературы:

1. Иванов, В.Ф. Массовая коммуникация: монография / В.Ф. Иванов. – К.: АУП, ЦСП, 2013. – 902 с.
2. Касьянов, В.В. Социология массовой коммуникации: учебник / В.В. Касьянов. – Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Юрайт, 2017. – 302 с.
3. Ким, М.Н. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие / М.Н. Ким. – СПб.: СПбГУ КиТ, 2013. – 177 с.
4. Романов, А.А. Массовые коммуникации: учеб. пособие / А.А. Романов, Г.А. Васильев. – М.: Вузовский учебник, 2009. – 236 с.
5. Филатова, О.Г. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие / О.Г. Филатова. – М.: Гардарики, 2006. – 303 с.

Семинарское занятие 4

План:

1. Распад мейнстрима и обращение к широкому спектру социальных теорий.
2. Постмодернизм.
3. Концепции информационного общества.
4. Новые исследования аудитории.

Перечень основной учебной литературы:

1. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учеб. пособие / О.Л. Гнатюк. – Изд. 2-е, стер. – М.: КНОРУС, 2017. – 256 с.
2. Коноваленко, М.Ю. Теория коммуникации / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 415 с.
3. Федотова, Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник / Л.Н. Федотова. – Изд. 5-е, перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 603 с.
4. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. – М.: «Дашков и К°», 2010. – 592 с.

Перечень дополнительной литературы:

1. Иванов, В.Ф. Массовая коммуникация: монография / В.Ф. Иванов. – К.: АУП, ЦСП, 2013. – 902 с.
2. Касьянов, В.В. Социология массовой коммуникации: учебник / В.В. Касьянов. – Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Юрайт, 2017. – 302 с.
3. Ким, М.Н. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие / М.Н. Ким. – СПб.: СПбГУ КиТ, 2013. – 177 с.
4. Романов, А.А. Массовые коммуникации: учеб. пособие / А.А. Романов, Г.А. Васильев. – М.: Вузовский учебник, 2009. – 236 с.
5. Филатова, О.Г. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие / О.Г. Филатова. – М.: Гардарики, 2006. – 303 с.

Тема 1.3. Исследования производства медиа-продукции

Семинарское занятие 5

План:

1. Схемы Шумейкер-Риза и МакКуэйла.
2. Влияние вкусов, эмоций, политических предпочтений и профессиональных идентичностей на производство.
3. Влияние структуры жанра (Гэй Такман) и организации производства (Мюриэл Кантор).

Перечень основной учебной литературы:

1. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учеб. пособие / О.Л. Гнатюк. – Изд. 2-е, стер. – М.: КНОРУС, 2017. – 256 с.
2. Гостенина, В.И. Социология массовой коммуникации: учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. – Изд. 2-е, перераб. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 336 с.
3. Гриффин, Э. Коммуникация: теории и практики / Э. Гриффин // пер. с англ. – Харьков: Гуманитарный центр, 2015. – 688 с.
4. Федотова, Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник / Л.Н. Федотова. – Изд. 5-е, перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 603 с.

Перечень дополнительной литературы:

1. Викулова, Л.Г. Основы теории коммуникации: практикум / Л.Г. Викулова. – М.: Восток-Запад, 2008. – 322 с.
2. Романов, А.А. Массовые коммуникации: учеб. пособие / А.А. Романов, Г.А. Васильев. – М.: Вузовский учебник, 2009. – 236 с.
3. Филатова, О.Г. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие / О.Г. Филатова. – М.: Гардарики, 2006. – 303 с.
4. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций: учеб. пособие / А.И. Черных. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2008. – 451 с.

Семинарское занятие 6

План:

1. Дж. Дэвис и типология управленческих стратегий, Дж. Туров и типология агентов внутри медиа-индустрии.
2. Политэкономические подходы (Тансталл и Палмер и др.), типология экстра-медийных агентов (Кольцова), роль источников в производстве новостей (Эриксон и соавт.).
3. Уровень идеологии и господствующих ценностей.

Перечень основной учебной литературы:

1. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учеб. пособие / О.Л. Гнатюк. – Изд. 2-е, стер. – М.: КНОРУС, 2017. – 256 с.
2. Гостенина, В.И. Социология массовой коммуникации: учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. – Изд. 2-е, перераб. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 336 с.
3. Гриффин, Э. Коммуникация: теории и практики / Э. Гриффин // пер. с англ. – Харьков: Гуманитарный центр, 2015. – 688 с.
4. Федотова, Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник / Л.Н. Федотова. – Изд. 5-е, перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 603 с.

Перечень дополнительной литературы:

1. Викулова, Л.Г. Основы теории коммуникации: практикум / Л.Г. Викулова. – М.: Восток-Запад, 2008. – 322 с.
2. Романов, А.А. Массовые коммуникации: учеб. пособие / А.А. Романов, Г.А. Васильев. – М.: Вузовский учебник, 2009. – 236 с.
3. Филатова, О.Г. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие /

О.Г. Филатова. – М.: Гардарики, 2006. – 303 с.

4. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций: учеб. пособие / А.И. Черных. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2008. – 451 с.

Тема 1.4. Исследования содержания медиа-продукции

Семинарское занятие 7

План:

1. Семиотика и дискурс-анализ.
2. Роль русской семиотической школы и работ В. Проппа.
3. К. Леви-Стросс и применение семиотики для анализа мифов.
4. Позднейшая экстраполяция семиотических методов для анализа массовой культуры и медиа-контента.
5. Ролан Барт и его влияние на теории массовой коммуникации.

Перечень основной учебной литературы:

1. Гостенина, В.И. Социология массовой коммуникации: учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. – Изд. 2-е, перераб. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 336 с.
2. Коноваленко, М.Ю. Теория коммуникации / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 415 с.
3. Федотова, Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник / Л.Н. Федотова. – Изд. 5-е, перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 603 с.
4. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. – М.: «Дашков и К^о», 2010. – 592 с.

Перечень дополнительной литературы:

1. Добренъков, В.И. Методы социологического исследования: учебник / В.И. Добренъков, А.И. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 768 с.
2. Зосименко, И.А. Социология массовых коммуникаций: учебник / И.А. Зосименко. – Ульяновск: УлГТУ, 2013. – 357 с.
3. Иванов, В.Ф. Массовая коммуникация: монография / В.Ф. Иванов. – К.: АУП, ЦСП, 2013. – 902 с.

Семинарское занятие 8

План:

1. Фрэйм-анализ И. Гоффмана и анализ повседневного диалога Г. Гарфинкеля.
2. Аналитическая философия языка и теории коммуникативного действия.

Перечень основной учебной литературы:

1. Гостенина, В.И. Социология массовой коммуникации: учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. – Изд. 2-е, перераб. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 336 с.
2. Коноваленко, М.Ю. Теория коммуникации / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 415 с.
3. Федотова, Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник / Л.Н. Федотова. – Изд. 5-е, перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 603 с.
4. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. – М.: «Дашков и К^о», 2010. – 592 с.

Перечень дополнительной литературы:

1. Добренъков, В.И. Методы социологического исследования: учебник / В.И. Добренъков, А.И. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 768 с.
2. Зосименко, И.А. Социология массовых коммуникаций: учебник / И.А. Зосименко. – Ульяновск: УлГТУ, 2013. – 357 с.
3. Иванов, В.Ф. Массовая коммуникация: монография / В.Ф. Иванов. – К.: АУП, ЦСП, 2013. – 902 с.

Тема 1.5. Исследования потребления медиа-продукции

Семинарское занятие 9

План:

1. Джозеф Клаппер и понятие селективности.
2. Подход Uses and Gratifications как основа для будущих «новых исследований аудитории».
3. Комбс, Шоу и концепция установления повестки дня. Соотнесение с типологией прочтений Стюарта Холла.

Перечень основной учебной литературы:

1. Девятко, И.Ф. Методы социологического исследования: учеб. пособие / И.Ф. Девятко. – М.: КДУ, 2009. – 296 с.
2. Федотова, Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник / Л.Н. Федотова. – Изд. 5-е, перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 603 с.
3. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. – М.: «Дашков и К°», 2010. – 592 с.

Перечень дополнительной литературы:

1. Викулова, Л.Г. Основы теории коммуникации: практикум / Л.Г. Викулова. – М.: Восток-Запад, 2008. – 322 с.
2. Добренъков, В.И. Методы социологического исследования: учебник / В.И. Добренъков, А.И. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 768 с.

Семинарское занятие 10

План:

1. Джон Фиск и идея активной аудитории.
2. Джеймс Лалл и этнография аудиторий.
3. Бирмингемская школа.

Перечень основной учебной литературы:

1. Девятко, И.Ф. Методы социологического исследования: учеб. пособие / И.Ф. Девятко. – М.: КДУ, 2009. – 296 с.
2. Федотова, Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник / Л.Н. Федотова. – Изд. 5-е, перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 603 с.
3. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. – М.: «Дашков и К°», 2010. – 592 с.

Перечень дополнительной литературы:

1. Викулова, Л.Г. Основы теории коммуникации: практикум / Л.Г. Викулова. – М.: Восток-Запад, 2008. – 322 с.
2. Добренъков, В.И. Методы социологического исследования: учебник / В.И. Добренъков, А.И. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 768 с.

Раздел 2. Особенности прикладного применения социологии массовых коммуникаций

Тема 2.1. СМК и глобализация

Семинарское занятие 11

План:

1. Взаимосвязь теорий информационного общества и изучения глобализации в области СМК.
2. Девелопментализм (Джордж Гербнер).
3. Теории культурного империализма (Герберт Шиллер).

4. Слияние с концепциями информационного общества и более ранними футурологическими подходами.

Перечень основной учебной литературы:

1. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учеб. пособие / О.Л. Гнатюк. – Изд. 2-е, стер. – М.: КНОРУС, 2017. – 256 с.
2. Гостенина, В.И. Социология массовой коммуникации: учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. – Изд. 2-е, перераб. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 336 с.
3. Федотова, Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник / Л.Н. Федотова. – Изд. 5-е, перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 603 с.

Перечень дополнительной литературы:

1. Зосименко, И.А. Социология массовых коммуникаций: учебник / И.А. Зосименко. – Ульяновск: УлГТУ, 2013. – 357 с.
2. Касьянов, В.В. Социология массовой коммуникации: учебник / В.В. Касьянов. – Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Юрайт, 2017. – 302 с.
3. Науменко, Т.В. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие / Т.В. Науменко. – СПб.: Питер, 2005. – 288 с.
4. Романов, А.А. Массовые коммуникации: учеб. пособие / А.А. Романов, Г.А. Васильев. – М.: Вузовский учебник, 2009. – 236 с.

Семинарское занятие 12

План:

1. Мануэль Кастельс и информационная эпоха.
2. Дж.Б. Томпсон и медиатизация социальной жизни.
3. Медиа-активизм, Интернет и слияние производства и потребления СМК.

Перечень основной учебной литературы:

1. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учеб. пособие / О.Л. Гнатюк. – Изд. 2-е, стер. – М.: КНОРУС, 2017. – 256 с.
2. Гостенина, В.И. Социология массовой коммуникации: учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. – Изд. 2-е, перераб. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 336 с.
3. Федотова, Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник / Л.Н. Федотова. – Изд. 5-е, перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 603 с.

Перечень дополнительной литературы:

1. Зосименко, И.А. Социология массовых коммуникаций: учебник / И.А. Зосименко. – Ульяновск: УлГТУ, 2013. – 357 с.
2. Касьянов, В.В. Социология массовой коммуникации: учебник / В.В. Касьянов. – Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Юрайт, 2017. – 302 с.
3. Науменко, Т.В. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие / Т.В. Науменко. – СПб.: Питер, 2005. – 288 с.
4. Романов, А.А. Массовые коммуникации: учеб. пособие / А.А. Романов, Г.А. Васильев. – М.: Вузовский учебник, 2009. – 236 с.

Тема 2.2. СМК и конфликты

Семинарское занятие 13

План:

1. Структура СМК и ее влияние на освещение катастроф, конфликтов и войн.
2. «Дискурс ненависти».

Перечень основной учебной литературы:

1. Гостенина, В.И. Социология массовой коммуникации: учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. – Изд. 2-е, перераб. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 336 с.
2. Федотова, Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник / Л.Н. Федотова. – Изд. 5-е, перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 603 с.

Перечень дополнительной литературы:

1. Романов, А.А. Массовые коммуникации: учеб. пособие / А.А. Романов, Г.А. Васильев. – М.: Вузовский учебник, 2009. – 236 с.
2. Филатова, О.Г. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие / О.Г. Филатова. – М.: Гардарики, 2006. – 303 с.
3. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций: учеб. пособие / А.И. Черных. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2008. – 451 с.

Семинарское занятие 14**План:**

1. Типичные модели освещения войн: Вьетнамская, Афганская кампании, война в Заливе, Косово, Ираке, Чечне.
2. Гражданские войны: Руанда, Колумбия, современные гражданские войны и их освещение в СМК.
3. Особенности работы военных репортеров.

Перечень основной учебной литературы:

1. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учеб. пособие / О.Л. Гнатюк. – Изд. 2-е, стер. – М.: КНОРУС, 2017. – 256 с.
2. Гостенина, В.И. Социология массовой коммуникации: учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. – Изд. 2-е, перераб. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 336 с.
3. Федотова, Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник / Л.Н. Федотова. – Изд. 5-е, перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 603 с.

Перечень дополнительной литературы:

1. Романов, А.А. Массовые коммуникации: учеб. пособие / А.А. Романов, Г.А. Васильев. – М.: Вузовский учебник, 2009. – 236 с.
2. Филатова, О.Г. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие / О.Г. Филатова. – М.: Гардарики, 2006. – 303 с.
3. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций: учеб. пособие / А.И. Черных. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2008. – 451 с.

Тема 2.3. Медиа-кампании**Семинарское занятие 15****План:**

1. Структура медиа-кампании и ее этапы.
2. Основные рекламно-пропагандистские жанры.
3. СМК на основе их особенностей как средств рекламы.

Перечень основной учебной литературы:

1. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учеб. пособие / О.Л. Гнатюк. – Изд. 2-е, стер. – М.: КНОРУС, 2017. – 256 с.
2. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. – М.: «Дашков и К°», 2010. – 592 с.

Перечень дополнительной литературы:

1. Викулова, Л.Г. Основы теории коммуникации: практикум / Л.Г. Викулова. – М.: Восток-Запад, 2008. – 322 с.
2. Иванов, В.Ф. Массовая коммуникация: монография / В.Ф. Иванов. – К.: АУП, ЦСП, 2013. – 902 с.
3. Касьянов, В.В. Социология массовой коммуникации: учебник / В.В. Касьянов. – Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Юрайт, 2017. – 302 с.
4. Ким, М.Н. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие / М.Н. Ким. – СПб.: СПбГУ КиТ, 2013. – 177 с.

Семинарское занятие 16

План:

1. Особенности политических кампаний (кандидат или политическая партия как продукт, соотношение электорального ядра и целевой аудитории и др.).
2. Особенности социальной рекламы.

Перечень основной учебной литературы:

1. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учеб. пособие / О.Л. Гнатюк. – Изд. 2-е, стер. – М.: КНОРУС, 2017. – 256 с.
2. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. – М.: «Дашков и К°», 2010. – 592 с.

Перечень дополнительной литературы:

1. Викулова, Л.Г. Основы теории коммуникации: практикум / Л.Г. Викулова. – М.: Восток-Запад, 2008. – 322 с.
2. Иванов, В.Ф. Массовая коммуникация: монография / В.Ф. Иванов. – К.: АУП, ЦСП, 2013. – 902 с.
3. Касьянов, В.В. Социология массовой коммуникации: учебник / В.В. Касьянов. – Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Юрайт, 2017. – 302 с.
4. Ким, М.Н. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие / М.Н. Ким. – СПб.: СПбГУ КиТ, 2013. – 177 с.

Прежде чем приступить к изучению темы, необходимо прокомментировать основные вопросы плана семинара. Такой подход преподавателя помогает студентам быстро находить нужный материал к каждому из вопросов, не задерживаясь на второстепенном. Начиная подготовку к семинарскому занятию, необходимо, прежде всего, указать студентам страницы в конспекте лекций, разделы учебников и учебных пособий, чтобы они получили общее представление о месте и значении темы в изучаемом курсе. Затем следует рекомендовать им поработать с дополнительной литературой, сделать записи по рекомендованным источникам.

Подготовка к семинарскому занятию включает 2 этапа:

- 1-й – организационный;
- 2-й – закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки. Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов.

В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и

разъяснении полученных знаний, развивается речь. При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Методические рекомендации по самостоятельной работе студента

Самостоятельная работа студентов является одной из основных форм внеаудиторной работы при реализации учебных планов и программ.

Самостоятельная работа – это познавательная учебная деятельность, когда последовательность мышления ученика, его умственных и практических операций и действий зависит и определяется самим студентом.

Студент в процессе обучения должен не только освоить учебную программу, но и приобрести навыки самостоятельной работы. Студенту предоставляется возможность работать во время учебы более самостоятельно, чем учащимся в средней школе. Студент должен уметь планировать и выполнять свою работу.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Этапы самостоятельной работы:

- осознание учебной задачи, которая решается с помощью данной самостоятельной работы;

- ознакомление с инструкцией о её выполнении;

- осуществление процесса выполнения работы;

- самоанализ, самоконтроль;

- проверка работ студента, выделение и разбор типичных преимуществ и ошибок.

Самостоятельная работа является важным элементом всей системы подготовки в ГОУ ВПО «ДонАУиГС» и способствует лучшему усвоению и эффективному освоению учебного материала. К самостоятельной работе относятся такие виды работ, которые студенты выполняют при подготовке ко всем аудиторным занятиям, в процессе подготовки индивидуальных задач, учебно-поисковой или научно-исследовательской деятельности, независимо от того, проводится ли она без участия или в условиях консультирования преподавателем вне расписания или по расписанию, регламентирующий самостоятельную подготовку.

Самостоятельная работа студентов является основной формой овладения знаниями в свободное от аудиторных занятий время.

По дисциплине «Социология массовых коммуникаций» рекомендуются следующие виды самостоятельной работы:

- самостоятельное изучение и углубленное обработки определенных разделов дисциплины и отдельных вопросов;

- изучение материала лекций по конспектам, учебниками и специальной литературой;

- подготовка к семинарским занятиям;

- выполнение индивидуальных заданий;

- выполнение творческих заданий;

- написание рефератов;

- подготовка докладов на студенческие научные конференции.

Для организации самостоятельной работы необходимы следующие условия:

- готовность студентов к самостоятельному труду;

- наличие и доступность необходимого учебно-методического и справочного материала;

- консультационная помощь.

Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся;

- углубления и расширения теоретических знаний;

- формирования умений использовать специальную литературу;

- развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, ответственности и организованности;

- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;

- развития исследовательских умений.

При выполнении внеаудиторной самостоятельной работы обучающийся имеет право обращаться к преподавателю за консультацией с целью уточнения задания, формы контроля выполненного задания.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может проводиться в письменной, устной или смешанной форме с представлением продукта деятельности обучающегося. В качестве форм и методов контроля внеаудиторной самостоятельной работы могут быть использованы зачеты, тестирование, самоотчеты, контрольные работы, защита творческих работ и др.

Перечень тем, выносимых на самостоятельное изучение

Тема	Вид контроля
1	2
Тема 1.1. Предмет СМК	Реферат, доклад, дискуссия
1	2
Тема 1.2. Обзор теорий массовой коммуникации	Реферат, доклад, дискуссия
Тема 1.3. Исследования производства медиа-продукции	Реферат, доклад, дискуссия
Тема 1.4. Исследования содержания медиа-продукции	Реферат, доклад, дискуссия
Тема 1.5. Исследования потребления медиа-продукции	Реферат, доклад, дискуссия
Тема 2.1. СМК и глобализация	Реферат, доклад, дискуссия
Тема 2.2. СМК и конфликты	Реферат, доклад, дискуссия
Тема 2.3. Медиа-кампании	Реферат, доклад, дискуссия

Методические рекомендации по написанию реферата

1. Под реферированием понимается анализ опубликованной литературы по проблеме, то есть систематизированное изложение чужих обнародованных мыслей с указанием на первоисточник и в обязательном порядке с собственной оценкой изложенного материала. Студент обязан показать самостоятельную творческую работу. Источником для написания реферата может быть любое опубликованное произведение, включая работы в Интернете (с указанием точного адреса веб-страницы), а также интервью, которое автор реферата взял у того или иного специалиста (с обязательным указанием даты и места интервью). Тема реферата выбирается из списка, предложенного преподавателем, в соответствии с темами рабочей программы по дисциплине «Социология массовых коммуникаций». Допускается выбор свободной темы, но по согласованию с преподавателем и в рамках тем учебного плана по данной дисциплине.

2. Для написания реферата студенту необходимо ознакомиться, изучить и проанализировать по выбранной теме инструктивный материал, специализированную литературу, включая периодические публикации в журналах и газетах, сборники статей,

монографии, учебники.

3. Реферат должен содержать план работы, включающий введение, логически связанный перечень вопросов позволяющих раскрыть выбранную тему и сформулировать полученные выводы, заключение, библиографический список.

4. Рекомендуемый объем реферата – от 18 до 25 страниц машинописного текста, не считая титульного листа. Работа должна быть выполнена на белой бумаге стандартного листа А4. Текст должен быть отпечатан на компьютере в текстовом редакторе Microsoft Word и отвечать следующим требованиям: параметры полей страниц должны быть в пределах: верхнее и нижнее – по 20 мм, правое – 10,5 мм, левое – 30 мм, шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 14, межстрочный интервал – 1,5. Нумерация страниц в реферате должна быть сквозной, начиная со второй страницы. Номер проставляется арабскими цифрами посередине сверху каждой страницы.

5. Каждый пункт плана должен начинаться с новой страницы. Это же правило относится к другим основным структурным частям работы: введению, заключению, библиографическому списку. Текстовая часть работы начинается с введения, которое не считается самостоятельным разделом, поэтому не имеет порядкового номера. Введение есть структурная часть работы, в которой аргументируется выбор конкретной темы, обозначается её актуальность, ставятся цели и задачи, которые предполагается решить. Введение по объёму может быть от одной до двух страниц. Текстовая часть работы завершается заключением, которое, как и введение не рассматривается в качестве самостоятельного раздела и тоже не имеет порядкового номера. Заключение может быть выполнено в объёме от одной до двух страниц и содержит основные выводы, к которым пришёл студент при выполнении реферата.

6. Библиографический список составляется на основе источников, которые были просмотрены и изучены студентом при написании реферата. Данный список отражает самостоятельную творческую работу студента, что позволяет судить о степени его подготовки и углублении в выбранную тематику. Чтобы избежать ошибок при описании какого-либо источника, необходимо тщательно сверить его со сведениями, которые содержатся в соответствующих выписках из каталогов и библиографических указателей. Вся использованная литература размещается в следующем порядке: законодательные акты, постановления, нормативные документы; вся остальная литература в алфавитном порядке; источники из сети Интернет. Все цитаты и любые не общеизвестные сведения (мнения специалистов, цифры, факты, и пр.), почерпнутые из этих источников, должны иметь свои ссылки или сноски. Переписанные без ссылок и сносок монографии, учебники, рефераты, статьи из журналов расцениваются как неудовлетворительная работа. Минимальное количество источников – пять, причем статьи и заметки из газет и ненаучных журналов, конспекты лекций и семинарских занятий источниками не признаются.

7. Реферат должен быть сдан не позже оговоренной с преподавателем даты.

Завершающим этапом изучения дисциплины является экзамен.

Критериями успешной сдачи экзамена по дисциплине являются: усвоение теоретического материала; активное участие в практических занятиях; выполнение всех заданий в рамках самостоятельной работы студента; успешное выполнение тестовых заданий.

При подготовке к экзамену (в конце семестра) необходимо повторять пройденный материал в строгом соответствии с учебной программой, примерным перечнем учебных вопросов, выносящихся на экзамен и содержащихся в данной программе.

Использовать конспект лекций и литературу, рекомендованную преподавателем. Следует обращать внимание на темы учебных занятий, пропущенных студентом по разным причинам. При необходимости обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю.

Готовится к зачету необходимо последовательно, с учетом вопросов, разработанных преподавателем. Сначала следует определить место каждого контрольного вопроса в соответствующем разделе темы учебной программы, а затем внимательно прочитать и осмыслить рекомендованные научные работы, соответствующие разделы рекомендованных учебников (учебных пособий). При этом необходимо делать выписки и заметки. Работу над темой можно считать завершенной, если студент сможет ответить на все контрольные вопросы и дать определение понятий по изучаемой теме.

Для обеспечения полноты ответа на контрольные вопросы и лучшего запоминания теоретического материала рекомендуется составлять план ответа на контрольный вопрос. Это позволит сэкономить время для подготовки непосредственно перед экзаменом за счет обращения не к литературе, а к своим записям.

Любой вопрос при сдаче экзамена необходимо излагать с позиции значения для профессиональной деятельности. При этом важно показать значение и творческого осмысления задач.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Осуществление образовательного процесса по учебной дисциплине «Социология массовых коммуникаций» предполагает наличие следующей материально-технической базы:

- библиотечный фонд основной и дополнительной литературы по дисциплине;
- аудитории, соответствующие санитарно-гигиеническим требованиям, предъявляемым к учебным аудиториям образовательного учреждения высшего профессионального образования;
- компьютерная техника и мультимедийное оборудование;
- рабочее место для организации самостоятельной работы студента в компьютерном классе или в читальном зале библиотеки с выходом в Интернет.

**СВЕДЕНИЯ О ДОПОЛНЕНИИ И ИЗМЕНЕНИИ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
НА 2017/2018 УЧЕБНЫЙ ГОД**

«Социология массовых коммуникаций»

39.04.01 «Социология»

(профиль/магистерская программа)

ДОПОЛНЕНО (с указанием раздела РПУД)

ИЗМЕНЕНО (с указанием раздела РПУД)
--

УДАЛЕНО (с указанием раздела РПУД)

Реквизиты протокола заседания кафедры от _____ № _____ дата
