

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Костина Лариса Николаевна

Должность: проректор

Дата подписания: 29.08.2022 г.

Уникальный программный ключ:

1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
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

Л.Н. Костина

30.08.2022 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.01

"Социология массовых коммуникаций"

Направление подготовки 39.03.01 Социология

Профиль "Социология"

Квалификация

БАКАЛАВР

Форма обучения

очная

Общая трудоемкость

3 ЗЕТ

Год начала подготовки по учебному плану **2022**

Донецк
2022

Составитель(и):
ст. преподаватель



В.А. Бойко

Рецензент(ы):
канд. филос. наук, доцент



И.А. Емец

Рабочая программа учебной дисциплины "Социология массовых коммуникаций" разработана в соответствии с:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 39.03.01 Социология (приказ Минобрнауки России от 05.02.2018 г. № 75).

Рабочая программа дисциплины составлена на основании учебного плана: Направление подготовки 39.03.01 Социология, профиль "Социология", утвержденного Ученым советом ГОУ ВПО "ДОНАУИГС" от 30.08.2022 г. протокол № 1/4.

Срок действия программы: 2022-2026

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры социологии управления

Протокол от 26.08.2022 г. № 1

Заведующий кафедрой:

канд. социол. наук Зырина Я.А.



(подпись)

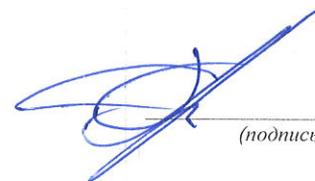
Одобрено Предметно-методической комиссией
кафедры социологии управления

Протокол от 26.08.2022 г. № 1

Председатель ПМК:

канд. социол. наук,

заведующий кафедрой Зырина Я.А.



(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК _____ (подпись)

Протокол от " ____ " _____ 2023 г. №__

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023 - 2024 учебном году на заседании кафедры Социологии управления

Протокол от " ____ " _____ 2023 г. №__

Зав. кафедрой канд.социол.наук, Зырина Я.А. _____ (подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК _____ (подпись)

Протокол от " ____ " _____ 2024 г. №__

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Социологии управления

Протокол от " ____ " _____ 2024 г. №__

Зав. кафедрой канд.социол.наук, Зырина Я.А. _____ (подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК _____ (подпись)

Протокол от " ____ " _____ 2025 г. №__

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Социологии управления

Протокол от " ____ " _____ 2025 г. №__

Зав. кафедрой канд.социол.наук, Зырина Я.А. _____ (подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК _____ (подпись)

Протокол от " ____ " _____ 2026 г. №__

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Социологии управления

Протокол от " ____ " _____ 2026 г. №__

Зав. кафедрой канд.социол.наук, Зырина Я.А. _____ (подпись)

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Формирование у студентов базовых знаний о методологических основаниях социологии и ключевых социологических подходах к исследованию массовых коммуникаций, а также развитие представлений о генезисе современной медиа-среды и специфике средств массовых коммуникаций в контексте изучения социокультурного, политического и публичного пространств.

1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

- изучение основных теорий и представлений о функционировании массовой коммуникации в современном обществе;
- выработка системного комплекса знаний о функционировании в современном обществе информационной индустрии как социального института;
- формирование представления о массовых коммуникациях как социальном институте;
- применение социологического подхода к деятельности СМК, как системы реально функционирующей в широком социальном контексте, включающем исторические модели организации СМК в национальных границах;
- знакомство с социологическими методами мониторинга качественных и количественных характеристик основных звеньев коммуникативной цепи;
- изучение релевантности между деятельностью средств массовой коммуникации в современном мире и деятельностью в сфере связей с общественностью;
- рассмотрение места социологических исследований СМК в процессе принятия решения в сфере деятельности по связям с общественностью;
- изучение влияния СМК на индивида, социум, общественное мнение.

1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОПОП ВО:	Б1.В.ДВ.01
------------------------	------------

1.3.1. Дисциплина "Социология массовых коммуникаций" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:

Введение в профессию "Социология"

Основы социологии

1.3.2. Дисциплина "Социология массовых коммуникаций" выступает опорой для следующих элементов:

Социология культуры

Подготовка к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Преддипломная практика

Социологические методы в PR

Социологические методы в маркетинговых исследованиях

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

ПК-4.2: Выявляет актуальные социально-политические проблемы, профессионально формулирует цели и задачи исследований, направленных на определение путей их решения

Знать:

Уровень 1	современные социологические теории;
------------------	-------------------------------------

Уровень 2	теоретические логики, применяемые для построения социологического объяснения;
------------------	---

Уровень 3	модели и методы описания и объяснения социальных явлений и процессов;
------------------	---

Уметь:

Уровень 1	- критически оценивать существующие методы сбора и анализа информации в социологическом исследовании
------------------	--

Уровень 2	- формулировать цели и задачи социологического исследования;
------------------	--

Уровень 3	- выявлять актуальные социально-политические проблемы;
------------------	--

Владеть:

Уровень 1	- навыками разработки предложений по совершенствованию технологических процессов, методов сбора и анализа информации в социологическом исследовании;
------------------	--

Уровень 2	- навыками составления программы социологического исследования, постановки целей, задач, проблемы, гипотезы.
------------------	--

Уровень 3	- навыками интерпретации результатов социологического исследования с целью решения поставленных в исследовании проблем
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>УК-5.3: Проявляет гибкость и корректность при взаимодействии с учетом этнических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологических особенностей. Демонстрирует знание психофизических особенностей развития лиц с психическими и (или) физическими недостатками для выстраивания своего поведения в социальной и профессиональной сфере</i>	
Знать:	
Уровень 1	- важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития
Уровень 2	- особенности деловой и общей культуры различных социальных групп, этносов и конфессий;
Уровень 3	- принципы создания недискриминационной среды при межкультурном взаимодействии;
Уметь:	
Уровень 1	- преодолевать барьеры межкультурного взаимодействия;
Уровень 2	- выстраивать эффективную коммуникацию с лицами с особенностями развития в социальной и профессиональной среде;
Уровень 3	- выстраивать эффективную коммуникация с представителями разных культур и конфессий в социальной и профессиональной среде;
Владеть:	
Уровень 1	- навыками анализа влияния различий деловой и общей культуры различных социальных групп, этносов и конфессий на организацию социального и профессионального взаимодействия;
Уровень 2	- навыками создания эффективной работы команды;
Уровень 3	- навыками эффективной коммуникации с лицами с особенностями развития, представителями разных культур и конфессий.
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>УК-1.3: Формулирует собственную гражданскую и мировоззренческую позицию с опорой на системный анализ философских взглядов и исторических закономерностей, явлений и событий. Систематизирует информацию, полученную в целях решения поставленной задачи по результатам самостоятельного поиска по широкому кругу источников</i>	
Знать:	
Уровень 1	- современные тенденции в развитии научного знания и социальной практики;
Уровень 2	- методы анализа данных, проверки валидности и надёжности данных;
Уровень 3	- требования методологии к инструментарию исследований общественного мнения;
Уметь:	
Уровень 1	- критически оценивает надежность источников информации;
Уровень 2	- работать с противоречивой информацией из разных источников.
Уровень 3	- умеет выстроить дизайн исследовательского проекта и определить основные направления;
Владеть:	
Уровень 1	- навыками разработки стратегии решения проблемной ситуации;
Уровень 2	- навыками поиска информации из широкого круга источников и ее систематизации;
Уровень 3	- навыками интерпретации конкретного социологического объяснения с точки зрения его полноты, симметричности, доказуемости
В результате освоения дисциплины "Социология массовых коммуникаций" обучающийся	
3.1	Знать:
	- особенности социологического подхода к проблеме изучения массовых коммуникаций;
	- основные теоретические и эмпирические направления изучения массовых коммуникаций;
	- виды, средства, формы и методы коммуникаций в современном обществе.
3.2	Уметь:
	- использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и целевых

	аудиторий СМИ
3.3 Владеть:	
	- традиционными и современными технологиями проведения опросов аудитории и анализа контента СМИ;
	- способностью понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий в сфере социологии массовых коммуникаций
1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ	
Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.	
Промежуточная аттестация	
Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим "Порядок организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС". По дисциплине "Социология массовых коммуникаций" видом промежуточной аттестации является Зачет с оценкой	

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ						
Общая трудоёмкость дисциплины "Социология массовых коммуникаций" составляет 3 зачётные единицы, 108 часов.						
Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.						
2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ						
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
Раздел 1. Раздел 1. Теоретико-методологические основы изучения социологии массовых коммуникаций						
Тема 1.1. Предмет СМК /Лек/	7	2	УК-1.3 УК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1	0	
Тема 1.1. Предмет СМК /Сем зан/	7	2	УК-1.3 УК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1	0	
Тема 1.1. Предмет СМК /Ср/	7	6	УК-1.3 УК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1	0	
Тема 1.2. Обзор теорий массовой коммуникации /Лек/	7	4	УК-1.3	Л1.4 Л1.5Л2.1	0	
Тема 1.2. Обзор теорий массовой коммуникации /Сем зан/	7	4	УК-1.3	Л1.4 Л1.5Л2.1	0	

Тема 1.2. Обзор теорий массовой коммуникации /Ср/	7	6	УК-1.3	Л1.4 Л1.5Л2.1	0	
Т.1.3. Исследование производства медиапродукции /Лек/	7	4	УК-1.3	Л1.1 Л1.3 Л1.5Л2.1	0	
Т.1.3. Исследование производства медиапродукции /Сем зан/	7	4	УК-1.3	Л1.1 Л1.3 Л1.5Л2.1	0	
Т.1.3. Исследование производства медиапродукции /Ср/	7	6	УК-1.3	Л1.1 Л1.3 Л1.5Л2.1	0	
Т.1.4. Исследования содержания медиапродукции /Лек/	7	2	УК-1.3	Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.1	0	
Т.1.4. Исследования содержания медиапродукции /Сем зан/	7	2	УК-1.3	Л1.1 Л1.5Л2.1	0	
Т.1.4. Исследования содержания медиапродукции /Ср/	7	6	УК-1.3	Л1.1 Л1.5Л2.1	0	
Т.1.5. Исследование потребления медиапродукции /Лек/	7	4	УК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1	0	
Т.1.5. Исследование потребления медиапродукции /Сем зан/	7	4	УК-1.3	Л1.1 Л1.5Л2.1	0	
Т.1.5. Исследование потребления медиапродукции /Ср/	7	6	УК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1	0	
Т.2.1. СМК и глобализация /Лек/	7	4	УК-1.3	Л1.4 Л1.5Л2.1	0	
Т.2.1. СМК и глобализация /Сем зан/	7	4	УК-1.3	Л1.4 Л1.5Л2.1	0	

Т.2.1. СМК и глобализация /Ср/	7	6	УК-1.3	Л1.4 Л1.5Л2.1	0	
Т.2.2. СМК и конфликты /Лек/	7	4	УК-1.3	Л1.4 Л1.5Л2.1	0	
Т.2.2. СМК и конфликты /Сем зан/	7	4	УК-1.3	Л1.4 Л1.5Л2.1	0	
Т.2.2. СМК и конфликты /Ср/	7	6	УК-1.3	Л1.4 Л1.5Л2.1	0	
Т.2.3. Медиакампании /Лек/	7	4	УК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1	0	
Т.2.3. Медиакампании /Сем зан/	7	4	УК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1	0	
Т.2.3. Медиакампании /Ср/	7	8	УК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1	0	
Т.2.3. Медиакампании /Конс/	7	2			0	

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Традиционные образовательные технологии: технология проблемного обучения, технология игрового обучения, технология проведения учебной дискуссии, технология объяснительно-иллюстративного обучения; технология балльно-рейтингового контроля.

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература

1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	А. В. Ларина.	Планирование и организация рекламных и PR-кампаний: учебное пособие (84 с.)	Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
			университет промышленных технологий и дизайна,, 2019
Л1.2	Милюкова, А. Г.	Теория и практика связей с общественностью и рекламы. Антикризисный PR. Методические материалы и кейсы : практикум (127 с.)	Саратов : Вузовское образование, 2020
Л1.3	Резепов, И. Ш.	Психология рекламы и PR : учебное пособие (224 с.)	Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, , 2018
Л1.4	Чернышева, Т. Л.	Связи с общественностью (PR) : учебное пособие (140 с.)	Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2012.
Л1.5	Бердников, И.П., Стрижова, А.Ф.	PR-коммуникации : практическое пособие (208 с.)	Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021

2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Т. Н. Кондрашова	Методология и методы научных исследований: учебно-методическое пособие для обучающихся I курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.01 «Экономика» (магистерская программа «Бухгалтерский учет, анализ и аудит») очной / заочной форм обучения (154 с.)	ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2021

4.3. Перечень программного обеспечения

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

Информационные технологии: компьютерная техника и система связи для создания, сбора и обработки информации, электронная почта, форумы, видеоконференцсвязь - Google Meet, Яндекс Телемост для взаимодействия с обучающимися, дистанционные занятия с использованием виртуальной обучающей среды Moodle, электронные библиотечные ресурсы "ДОНАУИГС". Программное обеспечение: MS Word, MS Excel, MS Power Point, виртуальная обучающая среда Moodle. Доступ к электронным библиотечным ресурсам "ДОНАУИГС": <http://vk.com/lib406>

4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Электронный каталог изданий ГОУ ВПО "ДОНАУИГС" [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://unilib.dsum.internal/>
2. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: электронная библиотека / Науч. электрон.б-ка. – Москва. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
3. Moodle [Электронный ресурс]: система управления обучением: [база данных] / ГОУ ВПО "ДОНАУИГС". – Донецк. – Доступ через официальный сайт ГОУ ВПО "ДОНАУИГС" . - Режим доступа: <http://moodle.uio.csu.ru/login/index.php>
4. Scopus [Электронный ресурс]: реферативная база данных / Elsevier BV. – Режим доступа: <http://www.scopus.com>

4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно образовательную среду организации: читальный зал, учебный корпус 1.

Адрес: г. Донецк, ул. Челюскинцев 163а, читальный зал, учебный корпус 6. Адрес: г. Донецк, ул. Артема 94. Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ГОУ ВПО «ДОНАУИГС») и электронно-

библиотечную систему (ЭБС IPRbooks), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств.

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

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 Флэра.
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. Тоффлер 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.

5.2. Темы письменных работ

Темы эссе

1. Содержание и границы понятий коммуникации и массовой коммуникации.
2. Основные этапы развития СМК в России XX века.
3. Основные характеристики современного состояния российских СМК.
4. Основные этапы развития исследований массовой коммуникации.
5. Объективистские и конструктивистские подходы к массовой коммуникации.
6. Основные направления исследований производства медиа-продукции.
7. Основные направления исследований содержания медиа-продукции.
8. Основные направления исследований потребления медиа-продукции.
9. Структурно-функционалистский анализ СМК и его критика.
10. Вклад в дискуссию о природе массовой коммуникации Липпмана, Лэнгов, Эпштейна.
11. Основные выводы работы Лазарсфельда и соавт. «Выбор людей».
12. Основные представители критического подхода к СМК и их концепции.
13. Понятия идеологии и доминирования. Способы оперирования идеологии Дж.Б.Томпсона.
14. Основные выводы работы группы университета Глазго «Плохие новости».
15. Интерпретативный поворот в исследованиях СМК и его основные характеристики.
16. Основные факторы, влияющие на производство медиа-продукции. Типологии Шумэйкер-Риза и МакКуэйла.
17. Структура новости (Палмер, Такман, Кольцова).
18. Критерии того, что достойно стать новостью (Палмер)
19. Основные управленческие стратегии в медиа-организациях (по Г. Дэвису).
20. Основные понятия Стюарта Холла (первичные и вторичные определители, типы прочтения медиа-текстов).
21. Семиотические подходы к анализу содержания медиа-продукции, их возможности и ограничения.
22. Применение категорий Барта в работах Джона Фиска по телевидению.
23. Понятие толерантности и признаки интолерантного текста.
24. Основные выводы работы О. Карпенко.
25. Концепция установления повестки дня и выводы исследователей, работающих в этой парадигме (Иенгар и др.)
26. Вклад в дискуссию о влиянии СМИ на аудиторию Гонтлетта, Джалли, Гамсона, Корнера и GUMG.
27. «Новые исследования аудитории» и концепция «активной аудитории».
28. Основные выводы работы Либса-Каца «Кросс-культурное чтение «Далласа».
29. Основные выводы работы Низамовой. Понятие гражданского и культурного национализма и его связь с теорией СМК.
30. Основные типы влияния на СМК по Задорину.
31. Структурные и политические ограничения в освещении конфликтов в СМК.
32. Наиболее важные выводы работ по освещению Чеченского конфликта в российских СМК.
33. Глобализация СМК и национальные государства. Понятия культурного империализма и медиа-активизма.
34. Характеристики информационного общества.
35. Основные понятия Маршалла МакЛюэна и Мануэля Кастельса в отношении масс медиа.
36. Сходства и различия в подходах Герберта Шиллера и Монро Прайса к глобализации.
37. Основные выводы работы Среберни-Мохаммади и Мохаммади «Малые медиа, большая революция».
38. Содержание всех текстов ридера, которые были предложены для обязательного чтения в этом году

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. Эршова 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.
- 17
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.

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Социология массовых коммуникаций" разработан в соответствии с локальным нормативным актом "Порядок разработки и содержания фондов оценочных средств основной образовательной программы высшего профессионального образования в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС".

Фонд оценочных средств дисциплины "Социология массовых коммуникаций" в полном объеме представлен в учебно-методическом комплексе дисциплины.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Устный опрос, беседа, реферат, эссе

РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.

2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

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.

19

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.

РЕЦЕНЗИЯ
на РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ И ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.01.01 «Социология массовых коммуникаций»

Направление подготовки 39.03.01 Социология

Разработчики: Бойко Виктория Александровна, старший преподаватель

Кафедра: социологии управления

Представленная на рецензию рабочая программа и фонд оценочных средств дисциплины «Социология молодежи» разработаны в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования (далее – ГОС ВПО) по направлению подготовки 39.03.01. Социология, бакалавриат, утвержденным Министерством образования и науки России 12.11.2015 г. № 1328.

Рабочая программа дисциплины содержит требования к уровню подготовки бакалавров/магистров по приобретению теоретических знаний и практических навыков, которые предъявляются к обучающимся данного направления подготовки в ходе изучения учебной дисциплины.

В рабочей программе сформулированы цели и задачи освоения дисциплины.

В разделе «Место дисциплины в структуре образовательной программы» указаны требования к предварительной подготовке обучающихся, а также последующие дисциплины, для которых изучение данной будет необходимым.

В рабочей программе прописаны компетенции обучающегося (УК-1.3; УК-5.3; ПК-4.2), формируемые в результате освоения дисциплины.

Раздел «Структура и содержание дисциплины» содержит тематическое и почасовое распределение изучаемого материала по видам занятий, а также часы на самостоятельную работу.

В разделе «Фонд оценочных средств» указаны оценочные средства для текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося (фонд оценочных средств представлен отдельным элементом УМКД).

Компетенции по курсу, указанные в рабочей программе, полностью соответствуют учебному плану и матрице компетенций.

В рабочей программе дисциплины представлен также перечень материально-технического обеспечения для осуществления всех видов занятий, предусмотренных учебным планом.

Рабочая программа дисциплины имеет логически завершённую структуру, включает в себя все необходимые и приобретаемые в процессе изучения навыки и умения.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено в программе перечнем основной и дополнительной литературы, методических материалов, библиотечно-информационных ресурсов, что является достаточным для успешного владения дисциплиной.

Таким образом, рабочая программа дисциплины «Социология массовых коммуникаций» соответствует всем требованиям к реализации программы и может быть рекомендована к использованию.

Рецензент:
Канд. психол. наук, доцент



И.А. Емец

МП

Дата: 26.08.2022

