

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Викторовна
Должность: проректор
Дата подписания: 24.07.2025 14:30:00
Уникальный программный ключ:
1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
"ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ"

Факультет

Кафедра

Юриспруденции и социальных технологий

Социологии управления

"УТВЕРЖДАЮ"

Проректор

Л.Н. Костина

27.04.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.01.01

"Социология массовых коммуникаций"

Направление подготовки 39.03.01 Социология (профиль "Социология")

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

очная

Общая трудоемкость

2 ЗЕТ

Год начала подготовки по учебному плану

2024

Донецк
2024

Составитель(и):

канд. филос. наук, доцент

Емец Ирина Александровна

Рецензент(ы):

канд. филос. наук, доцент

Безгусько Наталья Анатольевна

Рабочая программа дисциплины (модуля) "Социология массовых коммуникаций" разработана в соответствии с:

Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 39.03.01 Социология (приказ Минобрнауки России от 05.02.2018 г. № 75)

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена на основании учебного плана Направление подготовки 39.03.01 Социология (профиль "Социология"), утвержденного Ученым советом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" от 27.04.2024 протокол № 12.

Срок действия программы: 20242028

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Социологии управления

Протокол от 27.03.2024 № 10

Заведующий кафедрой:

канд. социол. наук, Зырина Я.А.

(подпись)

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

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"**

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)

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

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Социологии управления

Протокол от " ____ " _____ 2027 г. № ____

Зав. кафедрой канд.социол.наук, Зырина Я.А.

(подпись)

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

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2028 - 2029 учебном году на заседании кафедры Социологии управления

Протокол от " ____ " _____ 2028 г. № ____

Зав. кафедрой канд.социол.наук, Зырина Я.А.

(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины и планируемыми результатами обучения по дисциплине «Социология массовых коммуникаций» является: формирование у студентов систематизированного представления о массовых коммуникациях как о предмете научного анализа; ознакомление их с социологическими методами и результатами исследований разных видов массовой коммуникации, освещение особенностей функционирования института МК в современном социуме

1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

- формирование представлений о массовой коммуникации как социальном институте;
- предоставление системного комплекса знаний об информационной индустрии;
- изучение влияния массовой коммуникации на индивида, социум, общественную мысль;
- овладение теоретическими знаниями и практическими творческими профессиональными умениями в области исследования и управления массовыми коммуникациями

1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОПОП ВО:

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

Основы социологии

История социологии

Методология и методы социологических исследований

Современные социологические теории

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

Политическая социология

Социология управления

Социология общественного мнения

Социология рекламы

Социологические методы в маркетинговых исследованиях

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

ПКс-9.4: Анализирует социально-значимые проблемы и процессы в системе социального взаимодействия и массовых коммуникаций

Знать:

Уровень 1 фрагментарные знания теоретических основ анализа социально-значимых проблем и процессов в системе социального взаимодействия и коммуникации

Уровень 2 неполные/сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания теоретических основ анализа социально-значимых проблем и процессов в системе социального взаимодействия и коммуникации

Уровень 3 сформированные и систематические знания теоретических основ анализа социально-значимых проблем и процессов в системе социального взаимодействия и массовых коммуникации

Уметь:

Уровень 1 фрагментарные умения анализировать социально-значимые проблемы и процессы в системе социального взаимодействия и коммуникации

Уровень 2 в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение анализировать социально значимые проблемы и процессы в системе социального взаимодействия и коммуникации

Уровень 3 успешное систематическое умение анализировать социально-значимые проблемы и процессы в системе социального взаимодействия и коммуникации

Владеть:

Уровень 1 отсутствие навыков/ фрагментарные навыки анализа социально-значимых проблем и процессов в системе социального взаимодействия и коммуникации

Уровень 2 сформированное, но сопровождающееся отдельными ошибками применение навыков анализа социально-значимых проблем и процессов в системе социального взаимодействия и коммуникации

Уровень 3 успешное и систематическое применение навыков анализа социально-значимых проблем и процессов в системе социального взаимодействия и коммуникации

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

ПКс-1.4: Выполняет социологические исследования с использованием различных баз данных при изучении PR-технологий и в сфере рекламы

Знать:

Уровень 1	фрагментарные знания теоретических основ изучения PR-технологий и в сфере рекламы использования различных баз данных при изучении PR-технологий и в сфере рекламы
Уровень 2	неполные/сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания теоретических основ использования различных баз данных при изучении PR-технологий и в сфере рекламы
Уровень 3	сформированные и систематические знания теоретических основ социологического исследования с использованием различных баз данных при изучении PR-технологий и в сфере рекламы

Уметь:

Уровень 1	фрагментарные умения использовать различные базы данных при изучении PR-технологий и в сфере рекламы
Уровень 2	в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение использовать различные базы данных при изучении PR-технологий и в сфере рекламы
Уровень 3	сформированное и систематическое умение использовать различные базы данных при изучении PR-технологий и в сфере рекламы

Владеть:

Уровень 1	отсутствие навыков/ фрагментарные навыки использования различных баз данных при изучении PR-технологий и в сфере рекламы
Уровень 2	сформированное, но сопровождающееся отдельными ошибками применение навыков использования различных баз данных при изучении PR-технологий и в сфере рекламы
Уровень 3	успешное и систематическое применение навыков использования различных баз данных при изучении PR-технологий и в сфере рекламы

В результате освоения дисциплины "Социология массовых коммуникаций" обучающийся

3.1 Знать:	
	- сущность понятия "массовые коммуникации", их возникновения и их функции;
	- роль МК в жизни общества и индивида;
	- особенности деятельности МК как средства реализации интересов социальных субъектов;
	- основные научные концепции и подходы к анализу системы массовых коммуникаций;
	- основы социологических исследований в сфере функционирования МК
	- особенности применения социологических методов исследования в разных элементах системы МК.
3.2 Уметь:	
	- анализировать деятельность массовой коммуникации с точки зрения разных исследовательских традиций;
	- применять основные научные подходы относительно современных процессов в сфере массовых коммуникаций;
	- применять приобретенные практические навыки использования методов социологического исследования разных элементов массовой коммуникации.
3.3 Владеть:	
	- целостным представлением о массовой коммуникации как социальном институте;
	- навыками использования знаний о массовых коммуникациях для лучшего понимания социальных процессов;
	- навыками социологического исследования массовых коммуникаций.
	- методологией понимания социальных процессов в социальной сфере;
	- методикой проведения социологического исследования в области изучения массовых коммуникаций;
	- разнообразными техниками сбора данных в области изучения 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 локальным нормативным актом. По дисциплине "Социология массовых коммуникаций" видом промежуточной аттестации является Зачет

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины "Социология массовых коммуникаций" составляет 2 зачётные единицы, 72 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. Теоретические основы исследования массовой коммуникации						
Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации /Лек/	5	2	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации /Сем зан/	5	2	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации /Ср/	5	4	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 2. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации . /Лек/	5	2	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 2. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации . /Сем зан/	5	2	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4 Л1.1 Л1.2	0	
Тема 2. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации . /Ср/	5	4	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 3. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации. Критическая традиция анализа массовой коммуникации /Лек/	5	2	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	

Тема 3. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации. Критическая традиция анализа массовой коммуникации /Сем зан/	5	2	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 3. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации. Критическая традиция анализа массовой коммуникации /Ср/	5	6	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 4. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе. /Лек/	5	2	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 4. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе. /Сем зан/	5	2	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 4. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе. /Ср/	5	4	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	
Раздел 2. Прикладные аспекты исследования СМК						
Тема 5. Социология эффектов массовой коммуникации /Лек/	5	2	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 5. Социология эффектов массовой коммуникации /Сем зан/	5	2	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 5. Социология эффектов массовой коммуникации /Ср/	5	4	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 6. Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации /Лек/	5	2	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 6. Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации /Сем зан/	5	2	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 6. Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации /Ср/	5	4	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1	0	

				Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4		
Тема 7. Влияние масс -медиа на общественное сознание . СМК как субъект конфликтного взаимодействия. /Лек/	5	2	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 7. Влияние масс -медиа на общественное сознание . СМК как субъект конфликтного взаимодействия. /Сем зан/	5	2	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 7. Влияние масс -медиа на общественное сознание . СМК как субъект конфликтного взаимодействия. /Ср/	5	5	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 8. Медиакампании /Лек/	5	2	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 8. Медиакампании /Сем зан/	5	2	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 8. Медиакампании /Ср/	5	5	ПКс-9.4 ПКс-1.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2 Э3 Э4	0	
/Конс/	5	2	ПКс-9.4 ПКс-1.4		0	

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (СЗ), самостоятельная работа обучающихся (СРО) по выполнению различных видов заданий. В процессе освоения дисциплины используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «Power Point». Для наглядности используются материалы различных научных и технических экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь с обучающимися, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеофильмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций. При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы. Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы обучающихся, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания в форме реферата, эссе, презентации, эмпирического исследования.

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

4.1. Рекомендуемая литература

1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	П. Ю. Нешитов.	Социология массовых коммуникаций : учебное пособие	Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч_Бруевича, 2021
Л1.2	Воеводина, Е. В. / Е. В. Воеводина, А. В. Носкова, А. С. Проскурина.	Социология массовых коммуникаций : учебник – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/487397	Москва : Финансовый университет, 2023.
Л1.3	Дягилев, В. В. / В. В. Дягилев, П. В. Разов, Т. А. Замиралова.	Социология массовых коммуникаций: Практикум : учебное пособие – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/265010	Москва : Прометей, 2022
Л1.4	Гостенина, В. И. / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев.	Социология массовой коммуникации : учебник – 2-е изд., перераб. – Текст : электронный. – URL: https://znanium.ru/catalog/product/2104847	Москва : ИНФРА-М, 2024.
Л1.5	/ составитель Е. В. Воеводина.	Социология массовых коммуникаций : учебное пособие – 82 с. Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/165943	Москва : Прометей, 2020.

2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л.2.1.	Логунова, Л. Ю. / Л. Ю. Логунова ;	Социология коммуникаций и глобализации : учебное пособие Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. – Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2186271	Новосибирск : НГУЭУ, 2023.
Л.2.2	Лопатина, Н. В. / Н. В. Лопатина.	Социология маркетинга : учебное пособие — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/132833	Москва : Академический Проект, 2020.
Л.2.3.	Сабурова, М. М.	Маркетинговые коммуникации (теория, управление, практика): учебное пособие (192 с.)	Ульяновск : УлГТУ, 2017
Л.2.4.	Геращенко, Л. И. / Л. И. Геращенко.	Социология массовых коммуникаций : учебно-методическое пособие – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/180288	Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2020.
Л.2.5.	Короткий, С. В.	Деловые коммуникации : учебное пособие (90 с.)	Саратов : Вузовское образование, 2019

4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Научная электронная библиотека	http://elibrary.ru
Э2	Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»	http://ecsocman.hse.ru
Э3	Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»	https://cyberleninka.ru
Э4	«Все для студента», большая электронная база учебных материалов и первоисточников	http://www.twirpx.com

4.3. Перечень программного обеспечения

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

- Libre Office (лицензия Mozilla Public License v2.0.)
- 7-Zip (лицензия GNU Lesser General Public License)
- AIMP (лицензия LGPL v.2.1)- STDU Viewer (freeware for private non-commercial or educational use)
- GIMP (лицензия GNU General Public License)- Inkscape (лицензия GNU General Public License)

4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Единая межведомственная информационно-статистическая система <https://www.fedstat.ru>
 ВЦИОМ – Всероссийский центр изучения общественного мнения. <http://wciom.ru>
 РОМИР – российское общественное мнение и исследование рынка. www.romir.ru
 ФОМ – Фонд «общественное мнение». www.fom.ru
 Левада-центр – аналитический центр Юрия Левады. www.levada.ru
 Федеральная служба государственной статистики <https://rosstat.gov.ru/?ref=toptrafficsites>

4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, закреплены аудитории согласно расписанию учебных занятий: рабочее место преподавателя, посадочные места по количеству

обучающихся, доска меловая, персональный компьютер, лицензированный программным обеспечением общего назначения, мультимедийный проектор, экран, интерактивная панель.

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы для проведения собеседования:

1. Структура медиакампаний и ее этапы.
2. Основные рекламно-пропагандистские жанры.
3. СМК на основе их особенностей как средств рекламы.
4. Особенности политических кампаний (кандидат или политическая партия как продукт, соотношение электорального ядра и целевой аудитории и др.).
5. Особенности социальной рекламы.
6. Какие изменения происходят на современном этапе в экономике, искусстве, культуре, науке?
7. Согласны ли Вы, что мир перешел на новую ступень развития, которую принято называть постмодерном? Докажите свою точку зрения.
8. Что выступает в качестве источника социальных изменений в концепции М. Маклюэна?
9. Как понимал понятие "глобальная деревня" М. Маклюэн?
10. Какие особенности эстетического стиля постмодернизма?
11. В чем заключаются основные особенности в интерпретации роли средств массовой коммуникации в современном обществе у Дэбора и Бодрияра?
12. Какие черты современности (относительно изучения процессов массовой коммуникации в обществе) постмодернистская теоретизация позволяет выявить более рельефно по сравнению с другими подходами?
13. Как понимали Адорно и Хоркхаймер «индустрию культуры»?
14. Какую интерпретацию в рамках концепции индустрии культуры получили взаимоотношения средств массовой коммуникации и аудитории?
15. Как оценивал роль в обществе средств массовой коммуникации Г. Маркузе?
16. В чем, с вашей точки зрения, идея Бенямина противопоставляется подходам франкфуртской школы?
17. Определите достоинства и слабые стороны взглядов представителей франкфуртской школы?
18. Опираясь на работы Ч. Милса, приведите, какую роль исполняют средства массовой коммуникации в функционировании общества
19. На какие негативные тенденции в деятельности современного телевидения обращает внимание Постман. Согласны ли вы с теми оценками, которые предлагает автор?
20. Определить сходства и различия традиционного контент – анализа и семиотического анализа текстов массовой коммуникации.
21. Как концепция синтагматического и парадигматического анализа может быть применима для анализа текстов массовой коммуникации?
22. Какие переменные, с вашей точки зрения, опосредуют процесс кодировки - декодирования? Обоснуйте Ваш выбор на примере прочтения популярной ежедневной газеты, наиболее популярной среди ваших друзей и знакомых.
23. Посредством каких основных способов современные медиа способствуют поддержанию в обществе основных (базовых) ценностей?
24. Назовите принципы классической марксистской концепции идеологии. В чем этот подход может быть полезен для анализа современных процессов в области массовой коммуникации?
25. Поведите сравнительный анализ концепций Л. Альтюссера и А. Грамши, касающихся идеологии и средств массовой коммуникации.
26. Как бы вы могли определить особенности социологического рассмотрения массовой коммуникации?
27. Сравните особенности моделей, предложенных Г. Флюером и Молем. В чем вы видите их общие черты, а в чем отличия?
28. Как вы понимаете интерпретацию Луманом масс-медиа, как самореферентной социальной системы?
29. Приведите примеры того, как современные российские медиа способствуют поддержке стабильности социальной системы, которая сложилась?
30. Предположим, что вы проводите эмпирическое исследование деятельности одного из российских каналов телевидения. В чем системно-структурная методология могла быть вам здесь полезная, а в чем нет?
31. Массовая коммуникация как предмет научного анализа.
32. Социология массовой коммуникации как мультипарадигмальная дисциплина.

Практические задания

1. Составить концепт-карту статьи Фурсова К.К. Дискурс вражды масс-медиа...
2. Составить схему "Межэтнические конфликты"
3. Перечислить и дать характеристику моделям освещения военных конфликтов.
1. Выберите как пример сообщения рекламное объявление в качественном женском журнале. Проведите его семиологический анализ.

2. Примените методологию В. Проппа относительно просмотренного вами сериала. В чем, с вашей точки зрения, заключаются преимущества и недостатки этого подхода?
3. Составьте список просмотренных Вами сериалов или фильмов в соответствии с различными сценариями (по В. Проппу)
2. В каких сферах общественной жизни и можно проследить проявления идеологии? Перечислите и приведите пример. Рассмотрите с этой точки зрения систему образования в нашей стране, ваш личный опыт образования.
5. Попробуйте построить схему функционирования современной российской медиа системы (на примере вашего города, области). Какие из выявленных вами функций медиа являются универсальными, а какие специфическими?

5.2. Темы письменных работ

Подготовить доклад на одну из предложенных тем. В докладе осветить теоретическую часть, степень изучения вопроса и проанализировать один из примеров коммуникации.

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 шпатель 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.

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Социология массовых коммуникаций" разработан в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

Фонд оценочных средств дисциплины "Социология массовых коммуникаций" в полном объеме представлен в виде приложения к данному РПД.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний и умений), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (письменные домашние задания и расчетные работы, ответы на вопросы, тестовые задания, контрольные задания), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы. Промежуточная аттестация включает семестровый контроль в период зачетно-экзаменационной сессии – зачёт.

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 ФГБОУ ВО "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

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

Лекционные занятия носят проблемно-объяснительный характер. Обучающиеся должны хорошо усвоить содержание лекций и ознакомиться с рекомендованной литературой. Необходимо убедиться в творческом осмыслении курса, проверить способность обучающихся 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 дисциплиной принадлежит семинарским занятиям, которые являются основными формами закрепления и промежуточного контроля знаний, полученных на лекционных занятиях и в процессе самостоятельной работы. Семинарские занятия направлены на активизацию работы обучающихся 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», обучающийся получает исчерпывающие ответы на хорошо продуманные и четко сформулированные вопросы, которые оказались недостаточно усвоенными в ходе лекций и самостоятельной работы. В ходе самостоятельной работы обучающиеся закрепляют и наращивают изученный на лекциях материал и осуществляют подготовку к семинарским занятиям.

Самостоятельная работа предполагает самостоятельное ознакомление, изучение и закрепление обучающимися теоретических и практических положений изученных в ходе лекций тем, дополнение лекционного материала положениями из рекомендованной литературы

**РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ»**

**Факультет юриспруденции и социальных технологий
Кафедра социологии управления**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Социология массовых коммуникаций»

Направление подготовки	39.03.01 Социология
Квалификация	академический бакалавр
Форма обучения	очная

Донецк
2024

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Социология массовых коммуникаций» для обучающихся 3 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 39.03.01 «Социология», профиль: «Социология», очной формы обучения

Автор(ы),

разработчик(и): доцент, канд.филос.наук И.А. Емец

должность, ученая степень, ученое звание, инициалы и фамилия

ФОС рассмотрен на

заседании ПМК кафедры

Социология

Протокол заседания ПМК от

18.04.2024 г.

№ 9

Председатель ПМК

Я.А. Зырина

ФОС рассмотрен на

заседании кафедры

Социологии управления

Протокол заседания кафедры от

19.04.2024 г.

№ 9

Заведующий кафедрой

Я.А. Зырина

РАЗДЕЛ 1.
ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине (модулю) «Социология массовых коммуникаций»

1.1. Основные сведения о дисциплине (модуле)

Таблица 1

Характеристика дисциплины (модуля)
(сведения соответствуют разделу РПД)

Образовательная программа	бакалавриата
Направление подготовки	39.03.01 Социология
Профиль	Социология
Количество разделов дисциплины	2
Часть образовательной программы	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
Формы текущего контроля	Фронтальный опрос, тестовый контроль, доклады, рефераты
<i>Показатели</i>	Очная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	4
Семестр	5
Общая трудоемкость (академ. часов)	144
Аудиторная контактная работа:	74
Лекционные занятия	36
Практические занятия	
Семинарские занятия	36
Самостоятельная работа	70
Контроль	
<i>Форма промежуточной аттестации</i>	Зачет

1.2. Перечень компетенций с указанием этапов формирования в процессе освоения образовательной программы.

Таблица 2

Перечень компетенций и их элементов

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
ПКс-1: Способен проводить измерения и работать с базами данных в различных социальных сферах	ПКс-1.4: Выполняет социологические исследования с использованием баз данных при изучении PR-технологий и в сфере рекламы	Знать:	
		1 сущность понятия "массовые коммуникации", их возникновения и их функции; роль МК в жизни общества и индивида; особенности деятельности МК как средства реализации интересов социальных субъектов; основные научные концепции и подходы к анализу системы массовых коммуникаций;	ПКс-1.4 3-1
		2 особенности применения социологических методов исследования в разных элементах системы МК	ПКс-1.4 3-2
		3 методологические основы социологических исследований в сфере функционирования МК	ПКс-1.4 3-3
		Уметь:	
		1 - разрабатывать и реализовывать	ПКс-1.4 У-

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		программу социологического исследования в сфере функционирования СМК	1
		2 анализировать современные процессы в сфере массовых коммуникаций с позиции различных исследовательских подходов	ПКс-1.4 У-2
		3 применять адекватные методы социологического исследования для изучения разных элементов и аспектов массовой коммуникации	ПКс-1.4 У-3
		Владеть:	
		1. целостным представлением о массовой коммуникации как социальном институте;	ПКс-1.4 В-1
		2 - методологией социологических исследований социальных процессов в социальной сфере;	ПКс-1.4 В-2
		3 методикой проведения социологического исследования в области изучения массовых коммуникаций;	ПКс-1.4 В-3
ПКс-9 Способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы, социальные отношения, структуру социальных организаций	ПКс-9.4 Анализирует социально-значимые проблемы и процессы в системе социального взаимодействия и массовых коммуникаций	Знать:	
		- роль МК в жизни общества и индивида;	ПКс-9.4 З-1
		- особенности деятельности МК как средства реализации интересов социальных субъектов;	ПКс-9.4 З-2
		основы социологических исследований в сфере функционирования МК и особенности применения социологических методов исследования в разных элементах системы МК.	ПКс-9.4 З-3
		Уметь:	
		- анализировать деятельность массовой коммуникации с точки зрения разных исследовательских традиций;	ПКс-9.4 У-1
		- применять основные научные подходы относительно современных процессов в сфере массовых коммуникаций;	ПКс-9.4 У-2
		- Применять приобретенные практические навыки использования методов социологического исследования разных элементов массовой коммуникации.	ПКс-9.4 У-3
		Владеть:	
		- навыками социологического исследования массовых коммуникаций	ПКс-9.4 В-1
		- методикой проведения социологического исследования в области изучения массовых коммуникаций;	ПКс-9.4 В-2

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		- разнообразными техниками сбора данных в области изучения массовых коммуникаций.	ПКс-9.4 В-3

Таблица 3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля)	Номер семестра	Код индикатора компетенции	Наименование оценочного средства*
1.	Раздел 1. Теоретические основы исследования массовой коммуникации Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации	5	ПКс-1.4 : 3-1,3-2,3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3, ПКс-9.4: 3-1,3-2,3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3	Индивидуальный / фронтальный устный / письменный опрос, доклад, сообщение, собеседование
2.	Тема 2. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации	5	ПКс-1.4: 3-1,3-2,3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3, ПКс-9.4: 3-1,3-2,3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3	Индивидуальный / фронтальный устный / письменный опрос, доклад, сообщение, собеседование
3.	Тема 3. Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации.	5	ПКс-1.4: 3-1,3-2,3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3, ПКс-9.4: 3-1,3-2,3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3	Индивидуальный / фронтальный устный / письменный опрос, доклад, сообщение, собеседование
4	Тема 4. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации	5	ПКс-1.4 : 3-1,3-2,3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3, ПКс-9.4: 3-1,3-2,3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3	Индивидуальный / фронтальный устный / письменный опрос, доклад, сообщение, собеседование
5	Тема 5. Критическая традиция анализа массовой коммуникации	5	ПКс-1.4: 3-1,3-2,3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3, ПКс-9.4: 3-1,3-2,3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3	Индивидуальный / фронтальный устный / письменный опрос, доклад, сообщение, собеседование, Контрольные задания по разделу
6	Тема 6. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе	5	ПКс-1.4: 3-1,3-2,3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3, ПКс-9.4: 3-1,3-2,3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3	Индивидуальный / фронтальный устный / письменный опрос, доклад, сообщение, собеседование
7	Раздел 2. Прикладные	5	ПКс-1.4: 3-1,3-2,3-3, У-	Индивидуальный /

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля)	Номер семестра	Код индикатора компетенции	Наименование оценочного средства*
	аспекты исследования СМК Тема 7. Социология эффектов массовой коммуникации.		1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3, ПКс-9.4: 3-1,3-2,3-3, У- 1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3	фронтальный устный / письменный опрос, доклад, сообщение, собеседование
8	Тема 8. Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации	5	ПКс-1.4: 3-1,3-2,3-3, У- 1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3, ПКс-9.4: 3-1,3-2,3-3, У- 1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3	Индивидуальный / фронтальный устный / письменный опрос, доклад, сообщение, собеседование
9	Тема 9. Влияние масс- медиа на общественное сознание	5	ПКс-1.4: 3-1,3-2,3-3, У- 1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3, ПКс-9.4: 3-1,3-2,3-3, У- 1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3	Индивидуальный / фронтальный устный / письменный опрос, доклад, сообщение, собеседование
10	Тема 10. СМК как субъект конфликтного взаимодействия	5	ПКс-1.4: 3-1,3-2,3-3, У- 1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3, ПКс-9.4: 3-1,3-2,3-3, У- 1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3	Индивидуальный / фронтальный устный / письменный опрос, доклад, сообщение, собеседование
11	Тема 11. Формирование и распространение социальных стереотипов (в т.ч. гендерных и этнических) посредством СМК	5	ПКс-1.4: 3-1,3-2,3-3, У- 1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3, ПКс-9.4: 3-1,3-2,3-3, У- 1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3	Индивидуальный / фронтальный устный / письменный опрос, доклад, сообщение, собеседование
12	Тема 12. Понятие медиареальности. Виртуальная реальность как предпосылка медиареальности	5	ПКс-1.4: 3-1,3-2,3-3, У- 1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3, ПКс-9.4: 3-1,3-2,3-3, У- 1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3	Индивидуальный / фронтальный устный / письменный опрос, доклад, сообщение, собеседование
13	Тема 13. Медиакампании	5	ПКс-1.4: 3-1,3-2,3-3, У- 1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3, ПКс-9.4: 3-1,3-2,3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3	Индивидуальный / фронтальный устный / письменный опрос, доклад, сообщение, собеседование
14	Тема 14. Массовая коммуникация и мировые информационные процессы	5	ПКс-1.4: 3-1,3-2,3-3, У- 1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3, ПКс-9.4: 3-1,3-2,3-3, У- 1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3	Индивидуальный / фронтальный устный / письменный опрос, доклад, сообщение, собеседование

РАЗДЕЛ 2.

ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) «СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной работой) обучающихся.

В условиях балльно-рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания обучающегося используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у обучающегося стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины (модуля).

Таблица 2.1.

**Распределение баллов по видам учебной деятельности
(балльно-рейтинговая система)**

Наименование Раздела/Темы	Вид задания							
		ПЗ / СЗ			Всего за тему	КЗР	Р (СР)	ИЗ*
	ЛЗ	УО*	ТЗ*	РЗ*				
Р.1.Т. 1	1	1	1	3	6	3	5	5
Р.1.Т. 2	1	1	1	3	6			
Р.1.Т. 3	1	1	1	3	6			
Р.1.Т. 4	1	1	1	3	6			
Р.1.Т. 5	1	1	1	3	6			
Р.1.Т. 6	1	1	1	3	6			
Р.2.Т. 7	1	1	1	3	6	3		
Р.2.Т. 8	1	1	1	3	6			
Р.2.Т. 9	1	1	1	3	6			
Р.2.Т. 10	1	1	1	3	6			
Р.2.Т. 11	1	1	1	3	6			
Р.2.Т. 12	1	1	1	3	6			
Р.2.Т. 13	1	1	1	3	6			
Р.2.Т. 14	1	1	1	3	6			
Итого: 100б	14	14	14	42	84	6	5	5

ЛЗ – лекционное занятие;

УО – устный опрос;

ТЗ – тестовое задание;

РЗ – разноуровневые задания;

ПЗ – практическое занятие;

СЗ – семинарское занятие;

КЗР – контроль знаний по Разделу;

Р – реферат.

СР – самостоятельная работа обучающегося

ИЗ – индивидуальное задание

2.1. Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля усвоения пройденного материала и определения уровня подготовленности обучающихся к изучению новой темы в начале каждого

семинарского/практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки.

Оценка «отлично» ставится, если обучающийся:

- 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры;
- 3) излагает материал последовательно и правильно, с соблюдением исторической и хронологической последовательности;

Оценка «хорошо» – ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает одна-две ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «удовлетворительно» – ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

<i>Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля)</i>	<i>Вопросы для подготовки к индивидуальному / фронтальному устному / письменному опросу по темам дисциплины (модуля)</i>
Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации	Как бы вы могли определить особенности социологического рассмотрения массовой коммуникации? Массовая коммуникация как предмет научного анализа. Социология массовой коммуникации как мультипарадигмальная дисциплина.
Тема 2. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации.	Как оценивал роль в обществе средств массовой коммуникации Г. Маркузе? В чем, с вашей точки зрения, идея Бенямина противопоставляется подходам франкфуртской школы? Определите достоинства и слабые стороны взглядов представителей франкфуртской школы? Опираясь на работы Ч. Милса, приведите, какую роль исполняют средства массовой коммуникации в функционировании общества
Тема 3. Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации.	Назовите принципы классической марксистской концепции идеологии. В чем этот подход может быть полезен для анализа современных процессов в области массовой коммуникации? Поведите сравнительный анализ концепций Л. Альтюссера и А. Грамши, касающихся идеологии и средств массовой коммуникации.
Тема 4. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации	Определить сходства и различия традиционного контент – анализа и семиотического анализа текстов массовой коммуникации. Как концепция синтагматического и парадигматического анализа может быть применимая

Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля)	Вопросы для подготовки к индивидуальному / фронтальному устному / письменному опросу по темам дисциплины (модуля)
	для анализа текстов массовой коммуникации? Какие переменные, с вашей точки зрения, опосредуют процесс кодировки - декодирования? Обоснуйте ваш выбор на примере прочтения популярной ежедневной газеты, наиболее популярной среди ваших друзей и знакомых.
Тема 5. Критическая традиция анализа массовой коммуникации	На какие негативные тенденции в деятельности современного телевидения обращает внимание Постман. Согласны ли вы с теми оценками, которые предлагает автор? Сравните особенности моделей, предложенных Г.Флюером и Модем. В чем вы видите их общие черты, а в чем отличия? Как вы понимаете интерпретацию Луманом масс-медиа, как самореферентной социальной системы?
Тема 6. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе	Какие изменения происходят на современном этапе в экономике, искусстве, культуре, науке? Согласны ли Вы, что мир перешел на новую ступень развития, которую принято называть постмодерном? Докажите свою точку зрения. Что выступает в качестве источника социальных изменений в концепции М. Маклюэна? Как понимал понятие "глобальная деревня" М. Маклюэн? Какие особенности эстетического стиля постмодернизма? В чем заключаются основные особенности в интерпретации роли средств массовой коммуникации в современном обществе у Дэбора и Бодрияра? Какие черты современности (относительно изучения процессов массовой коммуникации в обществе) постмодернистская теоретизация позволяет выявить более рельефно по сравнению с другими подходами?
Тема 7. Социология эффектов массовой коммуникации	Как понимали Адорно и Хоркхаймер «индустрию культуры»? Какую интерпретацию в рамках концепции индустрии культуры получили взаимоотношения средств массовой коммуникации и аудитории?
Тема 8. Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации	Количественные методы социологии в исследовании аудитории и текстов массовой коммуникации: возможности и ограничения. Качественные методы социологии в исследовании аудитории и текстов массовой коммуникации: возможности и ограничения.
Тема 9. Влияние масс-медиа на общественное сознание	Технологии влияния СМИ на массовое сознание Общественное мнение как объект воздействия СМИ
Тема 10. СМК как субъект конфликтного взаимодействия	Функции и дисфункции СМИ. Роль СМИ в политизации проблемы Статус СМИ и возможности воздействия на

Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля)	Вопросы для подготовки к индивидуальному / фронтальному устному / письменному опросу по темам дисциплины (модуля)
	общественное сознание
Тема 11. Формирование и распространение социальных стереотипов (в т.ч. гендерных и этнических) посредством СМК	Посредством каких основных способов современные медиа способствуют поддержанию в обществе основных (базовых) ценностей? Приведите примеры того, как современные российские медиа способствуют поддержке стабильности социальной системы, которая сложилась?
Тема 12. Понятие медиареальности. Виртуальная реальность как предпосылка медиареальности	Понятие виртуальной реальности. Проблема виртуализации сознания Предпосылки формирования медиареальности. Сущность и специфика медиареальности
Тема 13. Медиакампании	Структура медиакампании и ее этапы. Основные рекламно-пропагандистские жанры. СМК на основе их особенностей как средств рекламы. Особенности политических кампаний (кандидат или политическая партия как продукт, соотношение электорального ядра и целевой аудитории и др.). Особенности социальной рекламы.
Тема 14. Массовая коммуникация и мировые информационные процессы	Масс-медиа в глобализированном мире. Проблема информационной безопасности в информационном обществе. Информационные войны. Защита персональных данных в глобализированном мире

2.2 Рекомендации по оцениванию результатов тестовых заданий обучающихся

В завершении изучения каждого раздела дисциплины (модуля) может проводиться тестирование (контроль знаний по разделу, рубежный контроль).

Критерии оценивания. Уровень выполнения текущих тестовых заданий оценивается в баллах. Максимальное количество баллов по тестовым заданиям определяется преподавателям и представлено в таблице 2.1.

Тестовые задания представлены в виде оценочных средств и в полном объеме представлены в банке тестовых заданий в электронном виде. В фонде оценочных средств представлены типовые тестовые задания, разработанные для изучения дисциплины «Социально-экономические проблемы развития современного общества».

Критерии оценивания. Уровень выполнения текущих тестовых заданий оценивается в баллах, которые затем переводятся в оценку. Баллы выставляются следующим образом: правильное выполнение задания, где надо выбрать один верный ответ – 0,5 балла;

Оценка соответствует следующей шкале:

Оценка (государственная)	Баллы	% правильных ответов
Отлично	3,75-5	75-100
Хорошо	2,5-3,75	51-75
Удовлетворительно	1,25-2,5	25-50
Неудовлетворительно	0,5-1,25	Менее 25

ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

1. Роль массовой коммуникации в формировании «общества спектакля» в своих работах рассматривал:
 - 1) Л. Альтюсер;
 - 2) М. Хокхаймер;
 - 3) Г. Маркузе;
 - 4) Г. М. Маклюен;
 - 5) П. Лазарсфельд;
 - 6) Ги Дебор;
 - 7) Ж. Бодриар.

2. Понятие «симулякр» соотносится с фазой восприятия:
 - 1) отражение глубинной реальности;
 - 2) маскировку и денатурализацию глубинной реальности;
 - 3) маскировка отсутствия глубинной реальности;
 - 4) отсутствие соотнесения с какой-либо реальностью вообще
 - 5) верных ответов нет.

3. Концепция «общественного вещания» предполагает:
 - 1) коммерческую базу вещания;
 - 2) наибольшую доступность каждому члену общества;
 - 3) зависимость вещания от государства

4. Коммуникация, характеризующаяся равноправными отношениями между участниками, ограниченная 7-8 участниками, предполагает доверительность отношений и включает эмоциональную составляющую, называется:
 - 1) межличностная;
 - 2) специальная;
 - 3) массовая.

5. Конкретный вид деятельности средств массовой коммуникации и полезность, ценность, которую имеет их деятельность с точки зрения пользователей, потребителей рассматривается в рамках подхода:
 - 1) критическая традиция анализа СМК;
 - 2) концепция идеологии в анализе СМК;
 - 3) структурно-функциональный подход к анализу СМК;
 - 4) культурологический подход к анализу СМК

6. Выяснение роли социальных факторов в процессе производства и потребления материалов массовой коммуникации, а также функциональной роли последних в обществе рассматривается в:
 - 1) «Общество – материалистическая перспектива».
 - 2) «Общество – культурологическая перспектива».
 - 3) «Массовая коммуникация – материалистическая перспектива»
 - 4) «Массовая коммуникация – культурологическая перспектива».

7. Понятие «Индустрии культуры», включающее рассмотрение важной роли средств массовой коммуникации в создании, производстве и распространении материалов культуры, ввели:
 - 1) Л. Альтюсер;
 - 2) М. Хокхаймер;
 - 3) Г. Маркузе;
 - 4) Г. М. Маклюэн;
 - 5) П. Лазарсфельд;

- 6) Ги Дебор;
- 7) Ж. Бодрийар.
- 8) Т. Адорно

8. Массовая коммуникация трактуется как отражение экономических и материальных условий сложившихся в обществе концепций, входящих в группу:

- 1) «Общество – материалистическая перспектива».
- 2) «Общество – культурологическая перспектива».
- 3) «Массовая коммуникация – материалистическая перспектива»
- 4) «Массовая коммуникация – культурологическая перспектива».

9. Общество концентрированного зрелища, это одна из форм:

- 1) интегрированного зрелища;
- 2) общества-спектакля
- 3) одномерного общества
- 4) массового общества

10. Идею о том, что свободный обмен мнениями между гражданами позволяет достичь истины, выдвинул

- 1) Дж.С. Миль
- 2) И. Бентам
- 3) Дж. Милтон
- 4) Дж. Лок

11. Подходы, акцентирующие внимание на изучении массовой коммуникации в контексте как продуцируемых ими, так и распространенных в обществе идей, ценностях, представлениях:

- 1) культурологические
- 2) медиа-ориентированные
- 3) социально-ориентированные
- 4) общественно ориентированные

12. В каких подходах к исследованию МК внимание акцентировано на исследовании структуры отношений принадлежности, особенностях реализации рыночных отношений?

- 1) культурологические
- 2) медиа-ориентированные
- 3) социально-ориентированные
- 4) общественно ориентированные

13. Коммуникация, характеризующаяся: 1) иерархическими отношениями между участниками; 2) коммуникатор всегда обладает более высоким статусом, чем аудитория, называется:

- 1) межличностная;
- 2) специальная;
- 3) массовая.

14. Критика тенденций современного телевидения в США отражена в работе:

- 1) М. Хокхаймера, Т. Адорно «Диалектика образования»;
- 2) Г. Маркузе «Одномерный человек»
- 3) Н. Постман «Развлекая себя до смерти»

15. Массовая коммуникация как социальная система рассматривается в работах:

- 1) Мелвина Де Флюера
- 2) Теодора Адорно

- 3) Антонио Грамши
- 4) Нейла Постмана

16. Идеологию как «господствующие мысли эпохи» определял:

- 1) Луи Альтюсер
- 2) Теодор Адорно
- 3) Антонио Грамши
- 4) Карл Маркс

2.3. Рекомендации по оцениванию эссе (рефератов, докладов, сообщений).

Максимальное количество баллов	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся, если он выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив проблему содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Обучающийся знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.
Хорошо	Выставляется обучающемуся, если работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены отдельные ошибки в оформлении работы.
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если в работе студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в содержании проблемы, оформлении работы.
Неудовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если работа представляет собой пересказанный или полностью заимствованный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

ТЕМЫ ЭССЕ (РЕФЕРАТОВ, ДОКЛАДОВ, СООБЩЕНИЙ) ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Подготовить доклад на одну из предложенных тем. В докладе осветить теоретическую часть, степень изучения вопроса и проанализировать один из примеров коммуникации.

- 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.

Темы эссе

1. Средства массовой информации, массовая коммуникация, масс-медиа, средства массового общения – к вопросу о дефиниции и генезиса понятий.
2. Структурный функционализм как исследовательская традиция социологии массовой коммуникации.
3. Концепция идеологии и ее познавательный потенциал в изучении массовой коммуникации.
4. Массовая коммуникация и социальные конфигурации: теоретические модели, результаты исследований.
5. Структуралистские подходы к анализу массовой коммуникации: теория, практика применения.
6. Метод классического контент-анализа. Разработка программы и категории анализа. На примере анализа предвыборных публикаций в центральной печати.
7. Современные тенденции в области глобальных информационных процессов.
8. Массовая коммуникация в ракурсе постмодернистской теоретизации.
9. Нормы функционирования институтов массовой коммуникации в условиях тоталитаризма, авторитаризма, либеральной демократии. Специфика современной российской ситуации.
10. Массовая коммуникация: дилемма рыночного или государственного регулирования.
11. Медиа в ракурсе феминистской перспективы анализа.
12. Аудитория и эффекты массовой коммуникации.
13. Исследование аудитории массовой коммуникации в России. Историографическое обозрение.
14. Прикладные маркетинговые исследования аудитории средств массовой коммуникации. Специфика изучения аудитории телевидения (радио, типографских изданий).
15. Проблематика мифа в работах Р. Барта. Как методология анализа мифа, по Барту, помогает анализировать материалы массовой коммуникации?
16. Механизмы формирования публичного представления, роль в этом средств массовой информации. По работе Э. Ноэль-Нойман «Спираль молчания».

17. М. Маклюэн как основоположник концепций технологического детерминизма в сфере массовой коммуникации.

18. Теоретики «Франкфуртской школы» о массовой коммуникации. На примере работы В.Беньямина «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости».

19. Концепция «анализа текста» В.Проппа. На примере работы «Морфология Сказки».

20. Как средства массовой информации и другие институты общества «делают» мнения? По работе П. Шампаня «Делать мнение».

21. Проанализируйте работу Ж. Бодрияра «Система вещей». Какие послышки этой работы можно использовать для анализа проблематики медиа-реклама-культура современного российского общества?

22. Средства массовой информации в современном индустриально развитом мире.

23. Работа Г. Маркузе «человек». Трудности средств массовой информации и рекламы, как частей системы духовного производства современного общества.

24. Какую интерпретацию получила деятельность средств массовой информации в работе Т. Адорно и М. Хоркхаймера «Диалектика образования». В чем, на ваш взгляд, авторы работы правы, а в чем нет?

25. Ч. Р. Миллс как представитель радикальной социологии. Его видение отношений в системе: средства массовой информации – общественное мнение – демократическая политическая система. По работе «Властвующая элита».

26. Проанализируйте основные положения работы Г. Шиллера «Манипуляторы сознанием». Какие выводы автора можно применить для анализа роли медиа в современной российской действительности, а какие нет почему?

2.4 Рекомендации по оцениванию результатов практических заданий

Максимальное количество баллов*	Правильность (ошибочность) решения
Отлично	Полные верные ответы. В логичном рассуждении при ответах нет ошибок, задание полностью выполнено. Получены правильные ответы, ясно прописанные во всех строках заданий и таблиц
Хорошо	Верные ответы, но имеются небольшие неточности, в целом не влияющие на последовательность событий, такие как небольшие пропуски, не связанные с основным содержанием изложения. Задание оформлено не вполне аккуратно, но это не мешает пониманию вопроса
Удовлетворительно	Ответы в целом верные. В работе присутствуют незначительные хронологические или исторические ошибки, механическая ошибка или описка, несколько искажившие логическую последовательность ответа Допущены более трех ошибок в логическом рассуждении, последовательности событий и установлении дат. При объяснении исторических событий и явлений указаны не все существенные факты
Неудовлетворительно	Ответы неверные или отсутствуют

* Представлено в таблице 2.1.

ТИПОВЫЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Задание 1. Составить концепт-карту статьи Фурсова К.К. Дискурс вражды масс-медиа...

Задание 2. Составить схему «Межэтнические конфликты»

Задание 3. Перечислить и дать характеристику моделям освещения военных конфликтов.

Задание 4 Выберите как пример сообщения рекламное объявление в качественном женском журнале. Проведите его семиологический анализ.

Задание 5. Примените методологию В. Проппа относительно просмотренного вами сериала. В чем, с вашей точки зрения, заключаются преимущества и недостатки этого подхода?

Задание 6. Составьте список просмотренных Вами сериалов или фильмов в соответствии с различными сценариями (по В. Проппу)

Задание 7. В каких сферах общественной жизни и можно проследить проявления идеологии? Перечислите и приведите пример. Рассмотрите с этой точки зрения систему образования в нашей стране, ваш личный опыт образования.

Задание 8. Попробуйте построить схему функционирования современной российской медиа системы (на примере вашего города, области). Какие из выявленных вами функций медиа являются универсальными, а какие специфическими?

Задание 6. На основе эмпирического исследования деятельности одного из российских каналов телевидения, опишите достоинства и недостатки системно-структурной методологии.

2.5. Рекомендации по оцениванию иных форм текущего контроля (в зависимости от специфики дисциплины (модуля)).

Максимальное количество баллов*	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся, если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Обучающийся демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа
Хорошо	Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определено и последовательно изложить ответ
Неудовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ ПО РАЗДЕЛАМ (ТЕМАМ) ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1. Определение понятий «коммуникация», «межличностная коммуникация», «массовая коммуникация».
2. Сравнительный анализ межличностной и массовой коммуникации (таблица).
3. Характеристика массовой коммуникации и её специфические особенности.
4. Структура коммуникационного процесса и характеристика его составляющих (схема).
5. Типологии современных средств массовой коммуникации (составить таблицу с краткой характеристикой каждого СМИ).
6. Массовая коммуникация как предмет научного анализа (схема-характеристика).
7. Социология массовой коммуникации как мультипарадигмальная дисциплина.
8. Структурный функционализм как парадигма социальных наук
9. Понятие функции и дисфункции (знать)
10. Массовая коммуникация как социальная система: структура и характеристика элементов (конспект)
11. Функции массовой коммуникации на уровне общества: перечислить и охарактеризовать (конспект)
12. Функции массовой коммуникации: индивидуальный уровень (назвать и дать краткую характеристику - конспект).
13. Дисфункции массовой коммуникации - назвать и указать в чем выражаются
14. Структурно-функциональные модели современных систем массовой коммуникации (схема).
15. Преимущества и недостатки структурно-функционального подхода относительно изучения массовой коммуникации.
16. Как бы вы могли определить особенности социологического рассмотрения массовой коммуникации?
17. Сравните особенности моделей, предложенных Г.Флюером и Молем. В чем вы видите их общие черты, а в чем отличия? (таблица с пояснением)
18. Как вы понимаете интерпретацию Луманом масс-медиа, как самореферентной социальной системы?
19. Приведите примеры того, как современные российские медиа способствуют поддержке стабильности социальной системы, которая сложилась?
20. Постройте схему функционирования современной российской медиа системы (на примере вашего города, области). Какие из выявленных вами функций медиа являются универсальными, а какие специфическими?
21. Предположим, что вы проводите эмпирическое исследование деятельности одного из российских каналов телевидения. В чем системно-структурная методология могла быть вам здесь полезна, а в чем нет?
22. Назовите принципы классической марксистской концепции идеологии. В чем этот подход может быть полезен для анализа современных процессов в области массовой коммуникации?
23. Поведите сравнительный анализ (в таблице) концепций Л. Альтюссера и А. Грамши, касающихся идеологии и средств массовой коммуникации.
24. Посредством каких основных способов современные медиа способствуют поддержанию в обществе основных (базовых) ценностей?
25. В каких сферах общественной жизни и можно проследить проявления идеологии? Перечислите и приведите пример. Рассмотрите с этой точки зрения систему образования в нашей стране, ваш личный опыт образования.
26. Охарактеризуйте специфику семиотического подхода к анализу СМК, назовите его представителей
27. Определить сходства и различия традиционного контент – анализа и семиотического анализа текстов массовой коммуникации (в табличке).

28. Как концепция синтагматического и парадигматического анализа может быть применима для анализа текстов массовой коммуникации?
29. Какие переменные, с вашей точки зрения, опосредуют процесс кодирования - декодирования? Обоснуйте ваш выбор на примере прочтения популярной ежедневной газеты, наиболее популярной среди ваших друзей и знакомых.
30. В чем заключается сущность методологии В.Проппа к анализу текстов СМК?
31. Назовите и охарактеризуйте основные сценарии развития сказки (события) по В.Проппу.
32. Примените методологию В. Проппа относительно просмотренного вами сериала. В чем, с вашей точки зрения, заключаются преимущества и недостатки этого подхода?
33. Как понимали Адорно и Хоркхаймер «индустрию культуры»?
34. Какую интерпретацию в рамках концепции индустрии культуры получили взаимоотношения средств массовой коммуникации и аудитории?
35. Как оценивал роль в обществе средств массовой коммуникации Г. Маркузе?
36. В чем, с вашей точки зрения, идея Бенямина противопоставляется подходам франкфуртской школы?
37. Определите достоинства и слабые стороны взглядов представителей франкфуртской школы на теорию СМК.
38. Опираясь на работы Ч. Милса, приведите, какую роль выполняют средства массовой коммуникации в функционировании общества
39. На какие негативные тенденции в деятельности современного телевидения обращает внимание Постман. Согласны ли вы с теми оценками, которые предлагает автор?
40. Какие изменения происходят на современном этапе в экономике, искусстве, культуре, науке?
41. Согласны ли Вы, что мир перешел на новую ступень развития, которую принято называть постмодерном? Докажите свою точку зрения.
42. Что выступает в качестве источника социальных изменений в концепции М. Маклюена?
43. Как понимал понятие "глобальная деревня" М. Маклюен? В чем его сущность относительно современного общества?
44. Какие особенности эстетического стиля постмодернизма?
45. Раскройте сущность понятий симулякры и симуляции в концепции Жана Бодрийяра. Какой применение она находит в анализе СМК?
46. В чем заключаются основные особенности в интерпретации роли средств массовой коммуникации в современном обществе у Дэбора и Бодрияра?
47. Раскройте сущности концепции общества спектакля Ги Дебора? Как данная концепция применима к анализу СМИ?
48. Какие черты современности (относительно изучения процессов массовой коммуникации в обществе) постмодернистская теоретизация позволяет выявить более рельефно по сравнению с другими подходами?
49. Охарактеризуйте логику и возможности качественного подхода в исследовании аудитории СМИ
50. Охарактеризуйте специфику количественного (его возможности и ограничения) подхода к исследованию аудитории СМИ
51. В чем проявляется активность аудитории СМИ?
52. В чем сущность этнографического подхода к изучению аудитории СМИ?
53. Дайте сравнительную характеристику рекламы, социальной рекламы и пропаганды
54. Опишите структуру медиакмпании и ее этапы.
55. Перечислите и охарактеризуйте основные рекламно-пропагандистские жанры.
56. Охарактеризуйте особенности различных СМК как средств рекламы.
57. Охарактеризуйте структуру СМК и их влияние на освещение катастроф, конфликтов и войн.
58. Охарактеризуйте СМК как субъекта конфликтного взаимодействия

59. Охарактеризуйте подходы (четыре) сложившиеся в практике изучения массовой коммуникации и общества
60. Что такое «эффекты массовой коммуникации»? Охарактеризуйте этапы изучения эффектов массовой коммуникации в теории массовой коммуникации.
61. Охарактеризуйте одно- и двухступенчатую модель массовой коммуникации. Назовите их разработчиков.
62. Охарактеризуйте субъекта деятельности по производству и распространению массовой информации.
63. Назовите функции и дисфункции СМИ. Приведите примеры на основе анализа современной социальной ситуации
64. Проблема определения критериев эффективности средств массовой коммуникации
65. Основные направления эмпирических исследований массовой коммуникации в отечественной социологии
66. Назовите основные способы воздействия СМК на массовое сознание и общественное мнение. Приведите примеры.
67. Охарактеризуйте Окно Овертона как стратегию манипулирования массовым сознанием посредством СМИ. Приведите пример из общественной жизни.
68. Охарактеризуйте Повестку дня как способ манипулятивного воздействия СМИ на общественное мнение и массовое сознание.
69. Возможности воздействия СМИ на формирование агрессивного поведения - результаты социологических исследований: за и против.