

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет имени Владимира Даля»**

**Институт философии
Кафедра социологии и социальных технологий**

УТВЕРЖДАЮ
Директор института философии
П.П. Складар
2023г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«СОЦИОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ»**

По направлению подготовки 39.04.01 Социология
Магистерская программа: «Социология организаций и управления»

Лист согласования РПУД

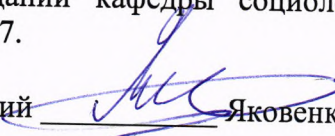
Рабочая программа учебной дисциплины «Социология массовой коммуникации» по направлению подготовки 39.04.01 Социология. – 20 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Социология массовой коммуникации» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - магистратура по направлению подготовки 39.04.01 Социология, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 79 от 5 февраля 2018 года.

СОСТАВИТЕЛЬ:

доктор филологических наук, профессор Фесенко Ю.П.
старший преподаватель Конопельнюк Г.В.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры социологии и социальных технологий «18» апреля 2023 г., протокол № 17.

Заведующий кафедрой социологии и социальных технологий  Яковенко А.В.

Переутверждена: «__» _____ 20__ г., протокол № ____

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института философии «20» апреля 2023 г., протокол № 7.

Председатель учебно-методической
комиссии института философии  Пидченко С.А.

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Цель изучения дисциплины – получение знаний о роли социологии коммуникаций в современном обществе, влиянии средств массовой коммуникации на различные социальные институты и социум в целом, о значимости квалифицированного и профессионального изучения новых форм коммуницирования для анализа социальных процессов.

Задачи: сформировать понимание высокого уровня значимости коммуникации в становлении общества и его отдельных социальных институтов;

ознакомить студентов с историей и эволюцией средств массовых коммуникаций;

дать представления об особенностях влияния различных средств массовой коммуникации на отдельные социально-демографические группы;

представить основные концептуальные подходы современного социологического знания к перспективам развития социологии коммуникаций;

осуществить формирование навыков по изучению роли различных средств коммуникаций в социуме;

обучить анализу социальных последствий развития передовых технологий осуществления коммуникаций и их воздействия на трансформацию общественных отношений.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Социология массовой коммуникации» относится к модулю профессиональных дисциплин части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 39.04.01 Социология.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются: знания основных определений и понятий массовой коммуникации; природы, характера, структуры, видов, форм и функций массовой коммуникации, умения ориентироваться в широком спектре разноплановых классификаций медиа аудиторий и моделей массовой коммуникации; владения навыками использования полученных знаний и умений для разрешения коммуникативных проблем в повседневной и профессиональной деятельности. Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин «Социологический анализ цифрового пространства», «Современные методы социологического исследования» и служит основой для освоения дисциплин «Социологическое обеспечение связей с общественностью», «Организационные коммуникации».

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ОПК-1. Способен обоснованно отбирать и использовать современные информационно-коммуникационные технологии для решения профессиональных задач	ОПК-1.1. Отбирает информационно-коммуникационные технологии в зависимости от имеющихся профессиональных задач.	Знать: специфику социологических исследований роли и места различных средств массовых коммуникаций в современном обществе.
		Уметь: определять основные направления социального анализа по изучению социальных коммуникаций.
		Владеть: навыками систематизации информационно-аналитической

		информации о перспективах развития коммуникации.
ПК-4. Способен оценивать результативность осуществляемых политических и экономических решений для социальной сферы	ПК-4.2. Применяет системы показателей для оценки результативности осуществляемых политических и экономических решений для социальной сферы в динамике.	Знать: общественную природу коммуникации; социально-экономические и технологические предпосылки возникновения средств массовых коммуникаций.
		Уметь: определять основные направления социального анализа по изучению социальных коммуникаций; осуществлять контент-анализ как метод социологического исследования информации, предоставляемой средствами массовых коммуникаций.
		Владеть: навыками анализа теоретических и эмпирических данных социологических исследований о влиянии различных видов коммуникации и средств массовых коммуникаций на общественные процессы и явления; навыками основ организации социологических исследований по изучению проблем в области социологии коммуникаций.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)		
	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	90 (2,5 зач. ед)	-	90 (2,5 зач. ед)
Обязательная контактная работа (всего) в том числе:	60	-	18
Лекции	36	-	8
Семинарские занятия	24	-	10
Практические занятия	-	-	-
Лабораторные работы	-	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса	-	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	30	-	72
Форма аттестации	зачет	-	зачет

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Коммуникации в системе социологического знания.

Объект и предмет социологии коммуникаций. «Массовые коммуникации» и «массовая информация» – соотнесение понятий. Исторические, социальные и экономические предпосылки возникновения феномена «коммуникаций». Массовые коммуникации в условиях индустриального общества. Парадигма коммуникации Г. Лассуэлла. Массовые коммуникации и теория постиндустриального общества (Д. Белл). Исследование коммуникаций представителями понимающей социологии (П. Бергер, Т. Лукман, А. Шюц). Социально-философская традиция анализа коммуникаций (Ю. Хабермас). Коммуникация как самоорганизующаяся среда (Н. Луман). Теория масс медиа Дж. Томпсона о размежевании трех видов взаимодействия. Теория массового общества и массовые коммуникации. «Массовая культура» и массовые коммуникации.

Тема 2. Язык как содержательная основа коммуникации.

Социальная природа языка. Социолингвистические подходы к анализу специфики языкового общения в человеческом обществе. Биологическая нерелевантность языкового общения людей. Многоуровневое строение человеческой речи. Язык как универсальный коммуникатор в человеческой среде. Ключевые функции языка. Язык как квинтэссенция общественных отношений. Особенности «неречевых языков» в системе коммуникаций. «Общепланетарный язык» как миф и как социальный проект. Языки научных сообществ. Язык как один из видов «социальной практики». Языковое пространство и массовые коммуникации в постсоветских государствах. Языковая специфика донбасского региона и ее учет в системе коммуникаций.

Тема 3. Периодическая печать и радиовещание как способы осуществления коммуникации.

Социально-экономические предпосылки возникновения газеты. Особенности периодических изданий в период «индустриальной» и «постиндустриальной» волн по оценкам Э. Тоффлера. Способы и характер подачи информации для массовой аудитории через газету. Социологический анализ периодической печати. Перспективы развития печатных средств массовой коммуникации. Появление радиовещания как этап развития системы массовой коммуникации. «Массовое общество» и радиовещание. Международное, общенациональное, региональное и местное радиовещание – специфика влияние на массовое сознание. Система радиовещания и социально-демографические характеристики аудитории.

Тема 4. Телевидение как одно из ключевых средств воздействия на массовую аудиторию в современных условиях.

Телевидение как воспроизводство «второй социальной реальности». Специфика аудио визуального воздействия на массовое сознание. Влияние телевидения и концепция «инъекционной иглы» (трактовки представителей Франкфуртской школы). Телевещание и теория «минимального влияния» (традиция функционализма). Социальные коды «распознавания» информации, передаваемой посредством телевидения. Телевидение и модели массового поведения. Телевидение и политическая сфера. Манипуляционный ресурс телевидения. Телевидение и современные информационные войны. Основные приемы подачи информации посредством телевидения. Интерактивное телевидение как форма воздействия на массовое сознание. Социологическая информация в телеэфире. Телевизионная среда и социум. Особенности международного, государственного, регионального и местного телевидения.

Тема 5. Интернет как система разноректорных коммуникаций.

Предпосылки появления Интернета – социальный и технологический уровни. Информационные ресурсы «Всемирной паутины». Проблемы монополизации и демополизации информации в Интернете. Электронная почта как современный способ осуществления массовой коммуникации. Общение «в чате» – как социальный феномен. Представленность различных категорий СМИ в Интернете. Информационные ресурсы Интернета. Ис-

пользование Интернета в «информационных войнах». Микро- и макросообщества в Интернете. Виртуальная реальность. Динамика развития Интернета. Интернет и пределы информационных возможностей общества. Особенности развития Интернета на современном этапе развития социума.

Тема 6. Прикладные социологические исследования применительно к тематике социологии коммуникаций.

Специфика исследований аудитории средств массовой коммуникации. Особенности программы социологического исследования СМИ. Методы сбора социологической информации и социология коммуникаций. Количественный и качественный анализ информации в социологии массовых коммуникаций. Контент-анализ как метод социологического исследования информации. Дневники радиослушателей и телезрителей. Аудиометры. Социологические мониторинги средств массовой информации: зарубежный и отечественный опыт. Рейтинги газет, радиостанций и телеканалов. Рейтинги радио- и телепередач.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1.	Коммуникации в системе социологического знания.	6	-	2
2.	Язык как содержательная основа коммуникации.	6	-	-
3.	Периодическая печать и радиовещание как способы осуществления коммуникации.	6	-	2
4.	Телевидение как одно из ключевых средств воздействия на массовую аудиторию в современных условиях.	6	-	-
5.	Интернет как система разноректорных коммуникаций.	6	-	2
6.	Прикладные социологические исследования применительно к тематике социологии коммуникаций.	6	-	2
Итого:		36	-	8

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1.	Коммуникации в системе социологического знания.	4	-	2
2.	Язык как содержательная основа коммуникации.	4	-	-
3.	Периодическая печать и радиовещание как способы осуществления коммуникации.	4	-	2
4.	Телевидение как одно из ключевых средств воздействия на массовую аудиторию в современных условиях.	4	-	2
5.	Интернет как система разноректорных коммуникаций.	4	-	2
6.	Прикладные социологические исследования применительно к тематике социологии ком-	4	-	2

	муникаций.			
Итого:		24	-	10

4.5. Лабораторные работы

Не предусмотрены учебным планом.

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов		
			Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1.	Коммуникации в системе социологического знания.	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	5	-	10
2.	Язык как содержательная основа коммуникации.	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	5	-	10
3.	Периодическая печать и радиовещание как способы осуществления коммуникации.	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	5	-	13
4.	Телевидение как одно из ключевых средств воздействия на массовую аудиторию в современных условиях.	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	5	-	13
5.	Интернет как система разноректорных коммуникаций.	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	5	-	13
6.	Прикладные социологические исследования применительно к тематике социологии коммуникаций.	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	5	-	13
Итого:			30	-	72

4.7. Курсовые работы/проекты по дисциплине «Социология массовой коммуникации» не предусмотрены учебным планом.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: объяснительно-иллюстративного обучения (технология поддерживающего обучения, технология проведения учебной дискуссии), информационных технологий (презентационные материалы), развивающих и инновационных образовательных технологий.

Семинарские занятия проводятся с использованием развивающих, проблемных технологий.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Чамкин, А. С. Социология коммуникации : учеб. пособие / А.С. Чамкин. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 295 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – ISBN 978-5-16-005544-2. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/960043>
2. Тавокин, Е. П. Качество информации и эффективность массовой коммуникации [Электронный ресурс] / Е. П. Тавокин // Стратегии динамического развития России: единство самоорганизации и управления / Материалы Первой международной научно-практической конференции. Том II. Часть 1-я / Под общей ред. д.доц.н., проф. В.Л. Романова. – Москва: Изд-во "Проспект", 2004. – С. 215 – 220. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/443854>
3. Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации / отв. ред. А.Л. Журавлев, Н.Д. Павлова. – Москва: Институт психологии РАН, 2014. – 400 с. – (Труды Института психологии РАН). – ISBN 978-5-9270-0286-3. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1061453>

б) дополнительная литература:

1. Зелинский, С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды - как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивида и масс: монография / С. А. Зелинский. – 2-е изд. – Санкт-Петербург: Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2018. – 408 с. – ISBN 978-5-903463-17-6. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1095197>
2. Богомолова, Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов / Н.Н. Богомолова. – Москва: Аспект Пресс, 2010. – 191 с. – ISBN 978-5-7567-0513-3. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039495>
3. Шарков, Ф. И. Коммуникология: социология массовой коммуникации: Учебное пособие / Шарков Ф. И. – 2-е изд. - Москва: Дашков и Ко, 2012. – 320 с.: ISBN 978-5-394-01463-5. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/354026>
4. Гостенина, В. И. Социология массовой коммуникации: учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. – 2-е изд., перераб. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 336 с. – (Бакалавриат). – ISBN 978-5-98281-338-1. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1836637>
5. Шендрик, А.И. Социология культуры: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальностям «Социология» и «Социальная антропология» / А.И. Шендрик. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017 – 495 с. – (Серия «Cogito ergo sum»). – ISBN 978-5-238-00896-1. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028860>
6. Шарков, Ф. И. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммуникологии: монография / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. – 6-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. – 302 с. – ISBN 978-5-394-05405-1. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1996280>
7. Фомичева, И.Д. Социология СМИ: учеб. пособие для студентов вузов / И.Д. Фомичева. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Аспект Пресс, 2012. – 360 с. – ISBN 978-5-7567-0646-8. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039135>

в) интернет-ресурсы:

ВЦИОМ (официальный сайт) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wciom.ru>

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации – <https://www.minobrnauki.gov.ru>.

Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки – <http://obrnadzor.gov.ru/>

Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования – <http://fgosvo.ru>

Федеральный портал «Российское образование» – <http://www.edu.ru/>

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – <http://window.edu.ru/>

Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов – <http://fcior.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы и ресурсы

Электронно-библиотечная система «Знаниум» – <https://znanium.ru/>

Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН (Интернет ресурсы) – <https://www.fnisc.ru/eresurs.html>

Официальный сайт журнала «Социологические исследования». – <http://www.isras.ru>

Информационный ресурс библиотеки образовательной организации

Научная библиотека имени А. Н. Коняева – <http://biblio.dahluniver.ru/>

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Социология массовой коммуникации» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	Firefox Mozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	Mozilla Thunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	Far Manager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

8. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Социология массовой коммуникации»

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины (модуля) или практики

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Контролируемые темы учебной дисциплины, практики	Этапы формирования (семестр изучения)
1	ОПК-1.	Способен обоснованно отбирать и использовать современные информационно-коммуникационные технологии для решения профессиональных задач	ОПК-1.1.	Тема 1. Коммуникации в системе социологического знания	2
				Тема 2. Язык как содержательная основа коммуникации	2
				Тема 3. Периодическая печать и радиовещание как способы осуществления коммуникаций	2
				Тема 4. Телевидение как одно из ключевых средств воздействия на массовую аудиторию в современных условиях	2
2.	ПК-4.	Способен оценивать результативность осуществляемых политических и экономических решений для социальной сферы	ПК-4.2.	Тема 1. Коммуникации в системе социологического знания	2
				Тема 2. Язык как содержательная основа коммуникации	2
				Тема 3. Периодическая печать и радиовещание как способы	2

				осуществления коммуникаций	
				Тема 4. Телевидение как одно из ключевых средств воздействия на массовую аудиторию в современных условиях	2
				Тема 5. Интернет как система разноректорных коммуникаций	2

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	ОПК-1.	ОПК-1.1.	Знать: теоретико-методологические основания оценки роли и места коммуникаций, сформировавшиеся в социологической научной традиции; специфику социологических исследований роли и места различных средств массовых коммуникаций в современном обществе. Уметь: определять основные направления социального анализа по изучению социальных коммуникаций; анализировать влияние средств массовых коммуникаций на отдельные социальные	Тема 1, Тема 2, Тема 3, Тема 4, Тема 5, Тема 6	Контрольные работы, творческие задания

			ные группы и слои населения. Владеть: навыками анализа теоретических и эмпирических данных социологических исследований о влиянии различных видов коммуникации и средств массовых коммуникаций на общественные процессы и явления; навыками систематизации информационно-аналитической информации о перспективах развития коммуникации.		
3.	ПК-4.	ПК-4.2.	Знать: общественную природу коммуникации; социально-экономические и технологические предпосылки возникновения средств массовых коммуникаций. Уметь: определять основные направления социального анализа по изучению социальных коммуникаций; учитывать специфику сбора эмпирической социологической информации с помощью отдельных средств массовых коммуникаций. Владеть: навыками анализа теоретических данных социологических ис-	Тема 4, Тема 5, Тема 6	Контрольные работы, творческие задания

			следований о влиянии различных видов коммуникации и средств массовых коммуникаций на общественные процессы и явления; навыками основ организации социологических исследований по изучению проблем в области социологии коммуникаций.		
--	--	--	--	--	--

Типовые тестовые задания

(пороговый уровень)

1. Разработал типологию исторически развивающихся систем культуры (устная, письменная, аудиовизуальная), основанную на различных средствах общения

- а) Г. Мак-Люэн
- б) Х. М. Энциенсбергер
- в) М. Вебер

2. Коммуникативная сторона общения – это

- а) взаимопонимание участников общения
- б) обмен информацией между людьми
- в) организация взаимодействия между людьми

3. Системы для сбора, накопления, хранения, поиска, передачи, обработки информации с использованием вычислительной техники, компьютерных информационных сетей, средств и каналов связи:

- а) информационные ресурсы
- б) информационные технологии
- в) автоматизированные информационные системы

4. Социальная коммуникация:

- а) процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств
- б) сообщения в СМИ
- в) инженерные пути сообщения

5. Массовая коммуникация – это:

- а) систематическое распространение сообщений через печать, телевидение, радио, кино, звукозапись, видеозапись среди численно рассредоточенной аудитории;
- б) средства общения, взаимодействия, включая печать, телевидение, радиовещание, информационные агентства, кино и др.;
- в) вся сфера духовной (наука, искусство, литература) и духовнопрактической (образование, воспитание, управление) деятельности.

6. Социологическое изучение массовой коммуникации началось:

- а) в последней трети XIX в.;
- б) в 1920-е гг.;
- в) в 1960-е гг.

7. Организационно-технические комплексы, позволяющие осуществлять быструю передачу и массовое тиражирование больших объемов словесной, образной, музыкальной информации, это:

- а) интернет-СМИ;
 - б) информационные агентства;
 - в) СМИ
8. Наиболее активно в современных условиях развиваются функции СМИ:
- а) информационные, развлекательные, а также те, которые обеспечивают художественные и рекламные коммуникации;
 - б) аналитические, объективно отражающие условия жизни общества и помогающие личности, различным группам населения вырабатывать адекватное отношение к актуальным общественным явлениям;
 - в) актуализации функций в современных условиях не происходит, они остались прежними
9. Назовите модели коммуникации:
- а) «Формула Лассуэлла»;
 - б) модель М. Маклюэна;
 - в) модель Шеннона-Уивера;
 - г) модель Осгуда-Шрамма;
 - д) модель Ю. Хабермаса.
10. Понятие «спираль молчания» разработано:
- а) Г. Лассуэллом;
 - б) М. Маклюэном;
 - в) Э. Ноэль-Нойман.
11. Пропаганду характеризуют определения:
- а) односторонняя коммуникация, убеждение с целью достижения взаимопонимания и налаживания конструктивного сотрудничества;
 - б) односторонняя коммуникация, информационное давление с целью навязывания общественности требуемой точки зрения;
 - в) двусторонняя коммуникация, учет реакции общественности на сообщение.
12. Целевой аудиторией СМИ называется:
- а) группа людей, объединенных единой целью;
 - б) совокупность людей, к которым обращаются СМИ и которые воспринимают обращенную к ним информацию;
 - в) группа людей, которым товары или услуги, рекламируемые в СМИ, предоставляются бесплатно в качестве рекламы.
13. Методика систематического количественного описания содержания коммуникации, частотный анализ единиц текста называется
- а) факторным анализом;
 - б) контент-анализом;
 - в) квантификацией.
14. В обществе массовая коммуникация выполняет следующие наиболее значимые функции:
- а) наблюдения за окружающим миром;
 - б) конструктивную;
 - в) развлечения массовой аудитории;
 - г) гносеологическую;
 - д) экономическую.
15. К элементам процесса коммуникации относятся:
- а) коммуникатор-источник (коммуникант);
 - б) код;
 - в) каналы коммуникации;
 - г) воздушное пространство;
 - д) коммуникатор-реципиент.
16. Социология массовой коммуникации изучает:

- а) процессы функционирования и развития средств массовой коммуникации, социальную обусловленность и последствия их деятельности;
- б) общество в целом со всеми его законами развития и функционирования;
- в) специфику общества и социальных отношений.
17. Социология массовой коммуникации относится:
- а) к фундаментальным, общесоциологическим теориям;
- б) к специальным (частным) социологическим теориям (или «теориям среднего уровня»);
- в) к конкретным (эмпирическим) социологическим исследованиям.
18. Отечественными представителями социологии массовой коммуникации являются:
- а) Т. М. Дридзе;
- б) Б. А. Грушин;
- в) В. В. Демидов;
- д) В. А. Ядов.
19. Отличительными чертами информационного общества являются:
- а) доступность необходимой информации для всех его членов;
- б) способность общества поддерживать информационный обмен;
- в) обеспеченность всех граждан средствами доступа к информации.
20. К качественным методам сбора социологической информации не относится:
- а) метод фокус-групп
- б) анкетный опрос
- в) интервьюирование
- г) экспертный опрос
21. Эта функция общения представляет собой процесс восприятия и познания друг друга партнерами по общению и установления на этой основе взаимопонимания:
- а) семиотическая
- б) интерактивная
- в) коммуникативная
- г) перцептивная

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «тестирование»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	85 -100% правильных ответов
4	71-85% правильных ответов
3	61-70% правильных ответов
2	60% правильных ответов и ниже

Вопросы к контрольным работам

(пороговый уровень)

1. Объект и предмет социологии массовой коммуникаций.
2. Социально-экономические предпосылки возникновения феномена «коммуникаций».
3. Парадигмы коммуникации.
4. Коммуникации в «аграрном», «индустриальном» и «постиндустриальном» обществах.
5. Оценка феномена коммуникации в традициях различных социологических школ.
6. Социология коммуникаций и другие отрасли знания.
7. Язык как основа коммуникации.
8. Язык как основа и квинтэссенция социальных отношений.
9. Основные функции языка в обществе.

10. Язык и способы передачи информации.
11. Роль языка в системе массовой коммуникации.
12. Современное языковое пространство и коммуникации.
13. Перспективы развития языка в условиях Интернет-коммуницирования.
14. Условия и особенности появления периодической печати как средства коммуникации.
15. Газеты и журналы в «индустриальную» и «постиндустриальную» эпохи.
16. Периодическая печать в современном социуме: оценка социолога.
17. Радиовещание как специфический вид коммуникации.
18. Особенности системы радиовещания в постсоветских государствах: история становления, состояние и перспективы.
19. Телевидение как социальный феномен.
20. Роль телевидения в определении моделей массового поведения.
21. Специфика подачи телевизионной информации.
22. Телевидение как одно из ключевых средств ведения «информационных войн».
23. Положительная и отрицательная роль телевидения в обществе.
24. Особенности запоминания телеинформации.
25. Телевидение в условиях глобализации – перспективы развития.
26. Гендерные, возрастные, культурные особенности индивидов и телевидение.
27. Особенности возникновения Интернета.
28. Информационные и коммуникационные ресурсы Интернета.
29. Социальные сети как способ осуществления коммуникации.
30. СМИ в Интернете.
31. Роль интернет-коммуникации в ретрансляции образцов девиантного поведения.
32. Перспективы развития Интернета как платформы для массовой коммуникации.
33. Сравнительный анализ основных методов сбора социальной информации при исследовании СМК.
34. Контент-анализ как метод социологического исследования информации.
35. Развитие новых методов сбора эмпирической информации в социологии коммуникаций.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «контрольная работа»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Контрольная работа выполнена на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов/задач)
4	Контрольная работа выполнена на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% вопросов/задач)
3	Контрольная работа выполнена на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% вопросов/задач)
2	Контрольная работа выполнена на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50%)

Творческие задания

(базовый уровень)

1. Какова специфика применения различных методов опроса при изучении отношения респондентов к средствам массовой коммуникации?
2. Назовите основные этапы осуществления контент-анализа прессы?
3. В чем особенности мониторинга прессы, теле- и радиовещания, интернет-ресурсов?
4. Сопоставьте особенности традиционного коммуницирования и коммуницирования посредством социальных сетей.

5. Какие наиболее перспективные направления в области социологии коммуникаций Вы могли бы обозначить?
6. Как может использоваться информация о результатах социологических опросов в СМК?
7. Охарактеризуйте достоинства и недостатки интерактивных опросов.
8. Опишите основные приемы представленности результатов социологических исследований в СМК.
9. Как Вы оцениваете перспективы создания универсального языка коммуникации в рамках глобального социума?
10. Определите возможности использования Big data в социологии коммуникаций.
11. Охарактеризуйте гендерные аспекты в социологии коммуникаций.
12. Каким образом взаимосвязаны социология коммуникаций и нейролингвистическое программирование (НЛП)?
13. Дайте оценку мобильной связи как способа осуществления коммуникаций.
14. Проанализируйте значение слухов в системе коммуникаций.
15. Представьте социологический анализ глобальных медиа корпораций.
16. Сравните деятельность социолога в рамках задач социологии коммуникаций и представителей журналистского сообщества.
17. Каким образом учитывать поколенческий фактор в деятельности средств коммуникации?
18. Опишите роль СМК в современных политических процессах.
19. Каким образом взаимосвязаны средства массовой коммуникации и образовательная среда?

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «творческое задание»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Творческое задание представлено на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений и т.п.). Оформлено в соответствии с требованиями предъявляемыми к данному виду работ.
4	Творческое задание представлено на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений и т.п.). В оформлении допущены некоторые неточности в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ.
3	Творческое задание представлено на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками и т.п.). В оформлении допущены ошибки в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ.
2	Творческое задание представлено на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачет, 2 семестр)

(высокий уровень)

1. Социальные предпосылки возникновения коммуникации.
2. Социальные коммуникации в «аграрном», «индустриальном» и «постиндустриальном» типах обществ.

3. «Массовая коммуникация» и «массовая информация» – соотнесение понятий.
4. Массовая коммуникация и теория информационного общества.
5. Основные функции системы коммуникации.
6. «Массовая культура» и массовые коммуникации.
7. Оценка массовой коммуникации в традициях различных социологических школ.
8. Значение коммуникации для интеграции социума.
9. Роль ценностей в социальной коммуникации.
10. Роль коммуникации в деятельности различных социальных институтов.
11. Язык как универсальный коммуникатор в человеческой среде.
12. «Общепланетарный язык» как миф и как социальный проект.
13. Периодическая печать как способ осуществления массовой коммуникации.
14. Способы и характер подачи информации для массовой аудитории через газету.
15. Освещение данных социологических опросов посредством радиовещания.
16. Международное, общенациональное, региональное и местное радиовещание – специфика влияния на общественное мнение.
17. Система радиовещания и социально-демографические характеристики аудитории.
18. Влияние телевидения на общественное мнение и концепция «инъекционной иглы» (трактовки представителей Франкфуртской школы).
19. Телевещание и теория «минимального влияния» (традиция функционализма).
20. Социальные коды «распознавания» информации передаваемой посредством телевидения.
21. Телевидение и модели массового поведения.
22. Манипуляционный ресурс телевидения.
23. Социологическая информация в телеэфире: основные способы подачи.
24. Телевидение как одно из ключевых средств ведения «информационных войн».
25. Положительные и отрицательные стороны воздействия телевидения на общественное мнение.
26. Социологический анализ гендерных, возрастных и культурных особенностей телеаудитории.
27. Телевизионная среда и глобализирующийся социум.
28. Интернет как система массовой коммуникации.
29. Интернет и пределы информационно-коммуникационных возможностей общества.
30. Представленность различных категорий средств массовой коммуникации в Интернете.
31. Проблемы монополизации и демополизации информации в Интернете.
32. Массовая коммуникация и девиантное поведение.
33. Исследование аудитории средств массовой коммуникации.
34. Исследование объема и характера запоминания информации.
35. Методы сбора социологической информации и социология коммуникаций.
36. Контент-анализ как метод социологического исследования информации.
37. Особенности проведения контент-анализа в зависимости от специфики средств массовой информации.
38. Использование фокус-групп при исследовании различных аспектов деятельности средств массовой коммуникации
39. Интерактивные опросы в системе радио и телевидения.
40. Гендерные аспекты в социологии коммуникаций.
41. Массовые коммуникации и мобильная телефонная связь.

42. Социальные сети как способ коммуникации.
43. Средства массовой коммуникации как источник создания стандартов социального поведения.
44. Средства массовой коммуникации и проблемы общественного контроля над их функционированием.
45. Exit poll в социологии, в средствах массовой коммуникации и в политике.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству промежуточный контроль («зачет»)

Характеристика знания предмета и ответов	Зачеты
Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.	зачтено
Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.	
Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно четкие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.	
Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.	не зачтено

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)