

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  
Скляр П.П.  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
«СОЦИОЛОГИЯ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ»

По направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации  
Профиль «Общий»

Луганск 2023

## Лист согласования РПУД


Рабочая программа учебной дисциплины «Социология медиакоммуникаций» по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации – 24 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Социология медиакоммуникаций» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 года № 527 (Редакция с изменениями N 1456 от 26.11.2020).

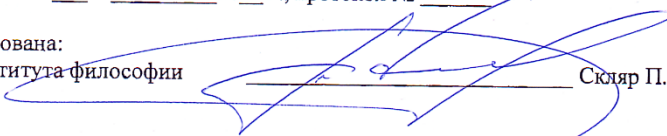
### СОСТАВИТЕЛЬ:

кандидат социологических наук, доцент Садовская А.О.

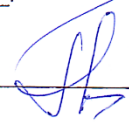
Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры социологии и социальных технологий «18» 04 2023 г., протокол № 19

Заведующий кафедрой  Яковенко А.В.

Переутверждена: «\_\_» 20\_\_ г., протокол №\_\_

Согласована:  
Директор института философии  Скляр П.П.

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института философии «20» 04 2023 г., протокол № 8

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 – овладение знаниями о роли социологии медиакоммуникаций 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 медиакоммуникаций;

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 медиакоммуникаций;

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

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

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО**

Дисциплина «Социология медиакоммуникаций» входит в модуль профессиональных дисциплин обязательной части учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются: знание базовых теоретических понятий гуманитарных и обществоведческих дисциплин философского и культурологического направления, основных этапов истории общества и мировой культуры, умение проводить исторический и сравнительный анализ стадий и форм развития человеческого общества, навыки ценностной, культурной, логической интерпретации фактов общественной жизни и информации историко-культурологического характера.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин «История России», «Философия», «Социология» и служит основой для освоения дисциплин «Реклама в медиасфере» и «Производство контента электронных медиа».

### 3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>ОПК-4.1. Умеет соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании медиапроектов и (или) медиапродуктов.</p> <p>ОПК-4.2. Осуществляет методы исследования и выявления потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основания социологических знаний, позволяющие изучать потребности различных социальных групп;</li> <li>- социологические методы исследования потребностей целевых аудиторий.</li> </ul>
		<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп;</li> <li>- учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании медиапродуктов.</li> </ul>
		<p>Владеть навыками:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- исследования и выявления потребностей общества и целевых аудиторий в профессиональной деятельности;</li> <li>- социологических исследований в сфере медиакommunikаций.</li> </ul>

### 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
<b>Общая учебная нагрузка (всего)</b>	<b>108</b> <b>(3,0зач. ед)</b>	-	<b>108</b> <b>(3,0зач. ед)</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	64	-	16
<b>в том числе:</b>			
Лекции	32	-	8
Семинарские занятия		-	-
Практические занятия	32	-	8
Лабораторные работы	-	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса	-	-	-
<b>Самостоятельная работа студента (всего)</b>	<b>44</b>	-	<b>92</b>
Форма аттестации	зачет	-	зачет

## **4.2. Содержание разделов дисциплины**

### **Тема 1. Коммуникации в системе социологического знания**

Объект и предмет социологии коммуникаций. «Коммуникации», «массовые коммуникации», «массовая информация» – соотнесение понятий. Исторические, социальные и экономические предпосылки возникновения феномена «коммуникаций». Парадигма коммуникации Г.Лассуэлла. Исследование коммуникаций представителями понимающей социологии (П.Бергер, Т.Лукман, А.Шюц). Социально-философская традиция анализа коммуникаций (Ю.Хабермас). Коммуникация как самоорганизующаяся среда (Н.Луман). Современные трактовки понятия «коммуникации».

### **Тема 2. Медиакоммуникации как особый социальный феномен**

Медиакоммуникации как социальная и научная категория. История возникновения понятия «медиакоммуникации». Социальные предпосылки закрепления термина «медиакоммуникации» в информационном пространстве. Медиакоммуникации и теория постиндустриального общества. Теория массового общества и медиакоммуникации. Медиакоммуникации в фокусе внимания современной российской социологии.

### **Тема 3. 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 с позиций социологической науки.

### **Тема 4. 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 медиакоммуникации в постсоветских государствах: общее и особенное. Языковая специфика донбасского региона и ее учет в системе медиакоммуникаций.

### **Тема 5. Периодическая печать как способ осуществления коммуникации**

Социально-экономические предпосылки возникновения газеты как способа коммуницирования. 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: эволюция оценок. Перспективы развития печатных средств массовой коммуникации. Полемика о роли периодической печати в период развития современных видов медиакоммуникации.

## **Тема 6. Радиовещание как разновидность медиакommunikации**

Появление радиовещания как этап развития системы массовой коммуникации. «Массовое общество» и радиовещание. Международное, общенациональное, региональное и местное радиовещание – специфика влияния на массовое сознание. Система радиовещания и социально-демографические характеристики аудитории. Радиовещание как перспективный способ медиакommunikации. Радиовещание в условиях доминирования социальных сетей: социологический анализ.

## **Тема 7. Телевидение как одно из средств воздействия на массовую аудиторию**

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 в системе личного распорядка дня. Телевизионная среда и социум. Разновекторность и многоканальность воздействия телевидения на общество – социальный и политический аспекты. Особенности международного, государственного, регионального и местного телевидения.

## **Тема 8. Телевидение и медиасоперничество**

Основные приемы подачи информации посредством телевидения. Интерактивное телевидение как форма влияния на массовое сознание. Позитивная роль телевидения в обществе. Манипуляционный ресурс телевидения. Глобальные телекорпорации. Телевидение будущего. Телевидение и кинематограф как способы осуществления медиавойн. Социальные сети и телевидение в условиях медиасоперничества. Оптимистические и пессимистические оценки перспектив телевидения как способа осуществления медиакommunikаций.

## **Тема 9. Интернет как система разновекторных коммуникаций**

Предпосылки появления Интернета – социальный и технологический уровни. Информационные ресурсы «Всемирной паутины». Проблемы монополизации и демополизации информации в Интернете. Интернет-форумы как специфическая форма массовой дискуссии. Представленность различных категорий СМИ в Интернете. Медиапотенциал Интернета.

## **Тема 10. Социальные сети как особый вид медиакommunikаций**

Социальные сети как медиакommunikационная среда. Микро- и макросообщества в социальных сетях. Социальные сети как поле полемики в социологии. Социальные сети и девиации. Динамика развития социальных сетей. Социальные сети и пределы информационных возможностей общества. Особенности развития социальных сетей как особого вида медиакommunikаций на современном этапе развития социума. Перспективы развития социальных сетей как вида медиакommunikаций.

## **Тема 11. Прикладные исследования в сфере социологии медиакоммуникаций**

Специфика исследований аудитории средств массовой коммуникации. Особенности программы социологического исследования в области медиакоммуникаций. Методы сбора социологической информации и социология медиакоммуникаций. Количественный и качественный анализ информации в социологии медиакоммуникаций. Контент-анализ как метод социологического исследования информации. Новые технологии и прикладные социологические исследования в сфере медиакоммуникаций.

## **Тема 12. Социологические мониторинги в области медиакоммуникаций**

Социологические мониторинги средств массовой информации: зарубежный и отечественный опыт. Рейтинги газет, радиостанций, телеканалов, социальных сетей. Рейтинги радио- и телепередач. Передовые способы мониторинга информации. Использование Big data («Большие данные») в определении медиарейтингов. Рейтинги медиаактивности политиков. Рейтинги медиаактивности организаций и персоналий. Социологические мониторинги в области медиакоммуникаций как проблемное поле.

## **Тема 13. Социологическая информация в медиакоммуникационной среде.**

Данные социологических исследований как специфический способ медиаинформации. Социологическая информация в телеэфире. Социологические опросы в социальных сетях: критический анализ практик. Exitpoll в социологии, в средствах массовой коммуникации и в политике. Экспертное обсуждение в медиaprостранстве данных социологических исследований. Социологическая информация как оружие в политических и медиавойнах. Манипуляция социологической информацией в медиасреде. «Подделки под социологию» в медиакоммуникациях. Социологическая информация и нейросети: медиаэффекты.

### **4.3. Лекции**

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	Тема 1. Коммуникации в системе социологического знания	2		
2	Тема 2. Медиакоммуникации как особый социальный феномен	2		2
3	Тема 3. Язык как содержательная основа коммуникации	2		
4	Тема 4. Язык как квинтэссенция общественных отношений	2		

5	Тема 5. Периодическая печать как способ осуществления коммуникации	2		
6	Тема 6. Радиовещание как разновидность медиакоммуникации	2		
7	Тема 7. Телевидение как одно из средств воздействия на массовую аудиторию	2		2
8	Тема 8. Телевидение и медиасоперничество	2		
9	Тема 9. Интернет как система разновекторных коммуникаций	4		
10	Тема 10. Социальные сети как особый вид медиакоммуникаций	4		2
11	Тема 11. Прикладные исследования в сфере социологии медиакоммуникаций	4		2
12	Тема 12. Социологические мониторинги в области медиакоммуникаций	2		
13	Тема 13. Социологическая информация в медиакоммуникационной среде.	2		
<b>Итого:</b>		<b>32</b>		<b>8</b>

#### 4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	Тема 1. Коммуникации в системе социологического знания	2		
2	Тема 2. Медиакоммуникации как особый социальный феномен	2		2
3	Тема 3. Язык как содержательная основа коммуникации	2		
4	Тема 4. Язык как квинтэссенция общественных отношений	2		
5	Тема 5. Периодическая печать как способ осуществления коммуникации	2		
6	Тема 6. Радиовещание как разновидность медиакоммуникации	2		
7	Тема 7. Телевидение как одно из средств воздействия на массовую аудиторию	2		2



8	Тема 8. Телевидение и медиасоперничество	2		
9	Тема 9. Интернет как система разновекторных коммуникаций	4		
10	Тема 10. Социальные сети как особый вид медиакommunikаций	4		2
11	Тема 11. Прикладные исследования в сфере социологии медиакommunikаций	4		2
12	Тема 12. Социологические мониторинги в области медиакommunikаций	2		
13	Тема 13. Социологическая информация в медиакommunikационной среде.	2		
<b>Итого:</b>		<b>32</b>		<b>8</b>

#### 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	Тема 1. Коммуникации в системе социологического знания	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	2		6
2	Тема 2. Медиакommunikации как особый социальный феномен	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4		8
3	Тема 3. Язык как содержательная основа коммуникации	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	2		6
4	Тема 4. Язык как квинтэссенция общественных отношений	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и	2		6

		промежуточному контролю			
5	Тема 5. Периодическая печать как способ осуществления коммуникации	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	2		6
6	Тема 6. Радиовещание как разновидность медиакommunikации	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4		6
7	Тема 7. Телевидение как одно из средств воздействия на массовую аудиторию	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4		8
8	Тема 8. Телевидение и медиасоперничество	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4		8
9	Тема 9. Интернет как система разноректорных коммуникаций	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4		8
10	Тема 10. Социальные сети как особый вид медиакommunikаций	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4		8
11	Тема 11. Прикладные исследования в сфере социологии медиакommunikаций	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4		8
12	Тема 12. Социологические мониторинги в области медиакommunikаций	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4		6

13	Тема 13. Социологическая информация в медиакоммуникационной среде.	Подготовка к семинарским занятиям, к текущему и промежуточному контролю	4		8
<b>Итого:</b>			<b>44</b>		<b>92</b>

#### **4.7. Курсовые работы**

Не предусмотрены учебным планом подготовки бакалавров

#### **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.

Практические занятия проводятся с использованием развивающих, проблемных, проектных, информационных (использование электронных образовательных ресурсов (электронный конспект) образовательных технологий.

#### **6. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины:**

##### **а) основная литература :**

1. Аверин А.Н., Социальная коммуникация: учебное пособие / Аверин А.Н. - М. : Проспект, 2016. - 128 с. - ISBN 978-5-392-20839-5 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392208395.html>

2. Воеводина, Е. В. Социология массовых коммуникаций : Практикум для обучающихся по направлению подготовки 42. 03. 01 "Реклама и связи с общественностью" / Е. В. Воеводина - Москва : Прометей, 2020. - 82 с. - ISBN 978-5-907244-28-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785907244283.html>

3. Кириллова, Н. Б. Медиасреда российской модернизации / Кириллова Н. Б. - Москва : Академический Проект, 2020. - 400 с. ("Технологии культуры") - ISBN 978-5-8291-2681-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829126810.html>

4. Медиаполитика и общественное мнение в медиапространстве [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин, И. Шубрт; под ред. Ф. И. Шаркова. - Москва : Дашков и К, 2023. Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394047718.html>

5. Паршукова Г.Б., Основы теорий коммуникаций. Теории и модели коммуникаций : учеб. пособие / Паршукова Г.Б. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2017. - 71 с. - ISBN 978-5-7782-3287-7 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778232877.html>

6. Таратухина, Ю. В. Межкультурная коммуникация в информационном обществе : учебное пособие / Ю. В. Таратухина, Л. А. Цыганова, Д. Э. Ткаленко. - 2-е изд. - Москва : Высшая школа экономики, 2020. - 258 с. Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785759814245.html> (дата обращения: 08.07.2024). - Режим доступа : по подписке.

7. Чумиков, А. Н. Управление коммуникациями : учебник / А. Н. Чумиков. М. П. Бочаров. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2023. - 544 с. - ISBN 978-5-394-05290-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394052903.html>

#### **б) дополнительная литература:**

1. Бенин В.Л., Социокультурная коммуникация в контексте образовательного диалога : учеб. пособие / В.Л. Бенин, А.В. Кирьякова, Т.А. Ольховая, О.В. Фролов - М. : ФЛИНТА, 2017. - 312 с. - ISBN 978-5-9765-2763-8 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976527638.html>

2. Добренков В.И., Глобализация: сущность, проявления и социальные последствия / Добренков В.И. - М.: Академический Проект, 2018. - 636 с. (Серия "Глобальный мир и современная Россия") - ISBN 978-5-8291-2287-4 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829122874.html>

3. Добренков В.И., Методология и методика социологического исследования : Учебник / Добренков В.И., Кравченко А.Н. - М.: Академический Проект, 2020. - 537 с. (Gaudeamus) - ISBN 978-5-8291-3119-7 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829131197.html>

4. Игнатъев В.И., Социология информационного общества : учебное пособие / Игнатъев В.И. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2017. - 356 с. (Серия "Учебники НГТУ") - ISBN 978-5-7782-3239-6 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778232396.html>

5. Кирия И.В., История и теория медиа : учебник для вузов / И.В. Кирия, А.А. Новикова - М. : ИД Высшей школы экономики, 2018. - 426 с. - ISBN 978-5-7598-1488-7 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785759814887.html>

6. Политическое в условиях цифровых трансформаций [Электронный ресурс] : Материалы Всероссийской научной конференции (с международным участием) "Политическое в условиях цифровых трансформаций: философия, наука, технологии", 24-25 сентября 2021 г., СПбГУ, Санкт-Петербург / Под

ред. Л. В. Сморгунова, А. В. Курочкина, О. А. Игнатъевой. - Москва : Аспект Пресс, 2022. Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756712131.html>

7. Осадчая Г.И., Социальное знание и социальная практика / Осадчая Г.И. - М.: Академический Проект, 2020. - 160 с. («Gaudeamus» - ISBN 978-5-8291-2805-0 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829128050.html>

8. Управление коммуникациями – 2022 (Communications Management – Com-M-2022) [Электронный ресурс] : материалы II Международной научно-практической конференции / под ред. А. Н. Чумикова, Э. Э. Шульца. - Москва : Блок-Принт, 2023. Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785604977934.html>

#### **в) Интернет-ресурсы:**

1. Официальный сайт журнала «Социологические исследования». – Режим доступа: <http://www.isras.ru>
2. ВЦИОМ (официальный сайт) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wciom.ru>
3. Институт социологии РАН (официальный сайт) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.isras.ru>
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
5. Министерство образования и науки Российской Федерации –
6. <http://минобрнауки.рф>
7. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки – <http://obrnadzor.gov.ru>
8. Министерство образования и науки Луганской Народной Республики – <https://minobrsu>
9. Народный совет Луганской Народной Республики – <https://nslnrsu>
10. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования – <http://fgosvoru>
11. Федеральный портал «Российское образование» – <http://www.edu.ru>
12. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – <http://window.edu.ru>
13. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов – <http://fcior.edu.ru>

#### **Электронные библиотечные системы и ресурсы**

14. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <http://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4>
15. Электронно-библиотечная система «StudMed.ru» – <https://www.studmedru>

#### **Информационный ресурс библиотеки образовательной организации**

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

## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Общая социологическая теория» 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	<a href="https://www.libreoffice.org/">https://www.libreoffice.org/</a> <a href="https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice">https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice</a>
Операционная система	UBUNTU 19.04	<a href="https://ubuntu.com/">https://ubuntu.com/</a> <a href="https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu">https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu</a>
Браузер	FirefoxMozilla	<a href="http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx">http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx</a>
Браузер	Opera	<a href="http://www.opera.com">http://www.opera.com</a>
Почтовый клиент	MozillaThunderbird	<a href="http://www.mozilla.org/ru/thunderbird">http://www.mozilla.org/ru/thunderbird</a>
Файл-менеджер	FarManager	<a href="http://www.farmanager.com/download.php">http://www.farmanager.com/download.php</a>
Архиватор	7Zip	<a href="http://www.7-zip.org/">http://www.7-zip.org/</a>
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	<a href="http://www.gimp.org/">http://www.gimp.org/</a> <a href="http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8">http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8</a> <a href="http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP">http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP</a>
Редактор PDF	PDFCreator	<a href="http://www.pdfforge.org/pdfcreator">http://www.pdfforge.org/pdfcreator</a>
Аудиоплеер	VLC	<a href="http://www.videolan.org/vlc/">http://www.videolan.org/vlc/</a>

## 8. Оценочные средства по дисциплине

### Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Социология медиакommunikаций»

Описание уровней сформированности и критериев оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

Этап	Код компетенции	Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенции
Начальный	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<b>Пороговый</b>	Знать: - теоретические основания социологических знаний, позволяющие изучать потребности различных социальных групп; - социологические методы исследования потребностей целевых аудиторий.
Основной		<b>Базовый</b>	Уметь: - соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; - учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании медиапродуктов.
Заключительный		<b>Высокий</b>	Владеть навыками: - исследования и выявления потребностей общества и целевых аудиторий в профессиональной деятельности; - социологических исследований в сфере медиакommunikаций.

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины.

№ п/п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр)
1	ОПК-4.	Способен отвечать на запросы и	ОПК-4.1. Умеет соотносить социологические	<i>Темы 5-10</i>	6

		<p>потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании медиапроектов и (или) медиапродуктов.</p>		
			<p>ОПК-4.2. Осуществляет методы исследования и выявления потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности.</p>	<p><i>Темы 1-4; Темы 11-13</i></p>	<p>6</p>



№ п/п	Код компетенции	Индикаторы достижений компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочных средств
1.	<p align="center"><b>ОПК-4.</b></p> <p align="center">Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-4.1. Умеет соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании медиапродуктов.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основания социологических знаний, позволяющие изучать потребности различных социальных групп;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп;</li> </ul> <p><b>Владеть навыками:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- исследования и выявления потребностей общества и целевых аудиторий в профессиональной деятельности;</li> </ul>	<p><i>Темы 5-10</i></p>	<p>Вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений), тесты, контрольные работы, творческие задания</p>
<p>ОПК-4.2. Осуществляет методы исследования и выявления потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности.</p>		<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- социологические методы исследования потребностей целевых аудиторий.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании медиапродуктов.</li> </ul> <p><b>Владеть навыками:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- социологических исследований в сфере медиакоммуникаций.</li> </ul>	<p><i>Темы 1-4; Темы 11-13</i></p>	<p>Вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений), тесты, контрольные работы, творческие задания</p>	

**Фонды оценочных средств по дисциплине  
«Социология медиакоммуникаций»**

## Вопросы к контрольным работам

1. Объект и предмет социологии медиакommunikаций.
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 медиакommunikаций и другие отрасли знания.
7. Язык как основа медиакommunikации.
8. Язык как 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 медиакommunikации.
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 медиакommunikации.
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 медиакоммуникации.

34.Контент-анализ как метод социологического исследования информации.

35.Развитие новых методов сбора эмпирической информации в социологии медиакоммуникаций.

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

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 медиакоммуникаций 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 коммуницирования в рамках глобального социума?

10. Определите возможности использования Bigdata в социологии медиакоммуникаций.

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 медиакоммуникаций.

15. Представьте социологический анализ глобальных медиа корпораций.

16. Сравните деятельность социолога в рамках задач социологии медиакоммуникаций 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?

20. Оцените перспективы влияния продуктов био- и нейротехнологических революций на медиакоммуникативную среду.

**Критерии и шкала оценивания по оценочному средству творческое задание**

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Творческое задание выполнено на высоком уровне
4	Творческое задание выполнено на среднем уровне
3	Творческое задание выполнено на низком
2	Творческое задание выполнено на неудовлетворительном уровне или не выполнено

### **Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачет)**

1. Социальные предпосылки возникновения коммуникации.
2. Социальные коммуникации в «аграрном», «индустриальном» и «постиндустриальном» типах обществ.
3. «Массовая коммуникация», «массовая информация», «медиакоммуникация» – соотнесение понятий.
4. Медиакоммуникация 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 медиакоммуникации 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. Социальные коды «распознавания» информации, передаваемой посредством телевидения.
19. Телевидение и модели массового поведения.
20. Манипуляционный ресурс телевидения.
21. Социологическая информация в телеэфире: основные способы подачи.
22. Телевидение как одно из средств ведения «информационных войн».
23. Положительные и отрицательные стороны воздействия телевидения на общественное мнение.
24. Социологический анализ гендерных, возрастных и культурных особенностей телеаудитории.
25. Интернет как система медиакommunikации.
26. Интернет и пределы информационно-коммуникационных возможностей общества.
27. Представленность различных категорий средств массовой коммуникации в Интернете.
28. Проблемы монополизации и демонополизации информации в Интернете.
29. Медиакommunikация и девиантное поведение.
30. Исследование аудитории медиакommunikаций.
31. Исследование объема и характера запоминания информации.
32. Методы сбора социологической информации и социология медиакommunikаций.
33. Контент-анализ как метод социологического исследования информации.
34. Особенности проведения контент-анализа в зависимости от специфики средств массовой информации.
35. Использование фокус-групп при исследовании различных аспектов медиакommunikации.
36. Интерактивные опросы в системе медиакommunikаций.
37. Гендерные аспекты в социологии медиакommunikаций.
38. Медиакommunikации и мобильная связь.
39. Социальные сети как способ коммуницирования.
40. Средства массовой коммуникации как источник создания стандартов социального поведения.

41. Средства массовой коммуникации и проблемы общественного контроля над их функционированием.
42. Политический ресурс медиакоммуникаций.
43. Exitpoll в социологии, в средствах массовой коммуникации и в политике.
44. Социологический инструментарий изучения эффективности осуществления медиакоммуникаций.
45. Исследования уровня доверия средств массовой коммуникации.
46. Социологические мониторинги деятельности средств массовой информации.
47. Рейтинги средств массовой коммуникации.
48. Средства массовой коммуникации о результатах социологических исследований – аналитический и пропагандистский эффекты.
49. Общие правила освещения результатов социологических исследований в средствах массовой коммуникации.
50. Социологическая оценка перспектив развития медиакоммуникаций.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству промежуточная аттестация (экзамен)

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объёме 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.
хорошо (4)	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.
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие 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.
неудовлетворительно (2)	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



### Лист изменений и дополнений

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